



CARRERA: GASTRONOMÍA

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la creación de una pastelería en el sector de Cumbayá al norte de la ciudad de Quito.”

Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Gastronomía

AUTOR:

Erika Thalia Tigsí Uquillas

TUTOR:

Lcdo. Carlos Chávez

Quito, 15 de septiembre del 2021

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada principalmente a Dios por haberme otorgado fortaleza, perseverancia, salud y vida y por permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

Agradezco también a mis padres y familiares por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, a mi madre Lydia Uquillas por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A mi padre Gonzalo Tigi a pesar de nuestra distancia física, siento que está conmigo siempre, sé que este momento es importante y especial para los dos y agradecerles por el apoyo económico y moral recibido en el transcurso de mi carrera universitaria.

Al Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI por permitirme lograr un paso más hacia el éxito, por convertirme en una profesional competitiva llena de conocimientos y expectativas. También quiero agradecer de manera muy especial a todos los maestros, por brindarme una formación profesional y de calidad, por estar siempre atentos a mis dudas, por su disposición y sus conocimientos.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios quién con su bendición llena siempre mi vida; y a toda mi familia por estar siempre presente y brindarme su apoyo incondicional.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI por abrirme las puertas y confiar en mí, por permitirme realizar todo el proceso de formación profesional.

Agradezco también a mi asesor de tesis Lcdo. Carlos Chávez por guiarme durante todo el desarrollo de la tesis.

Finalmente aprovecho la oportunidad para agradecer de manera general a todas y cada una de las personas que han vivido conmigo durante todo el tiempo de mi carrera profesional.

AUTORIA

Yo, Erika Thalia Tigi Uquillas autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Erika Thalia Tigi Uquillas

Quito, 15 de septiembre del 2021.

Lcdo. Carlos Chávez
Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Lcdo. Carlos Chávez.

Quito, 15 de septiembre 2021.

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El Lcdo. Carlos Chávez y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Srta. Erika Thalia Tigsi Uquillas por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Srta. Erika Thalia Tigsi Uquillas realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una pastelería en el sector de Cumbayá al norte de la ciudad de Quito.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del Lcdo. Carlos Chávez.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, Lcdo. Carlos Chávez en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Srta. Erika Thalia Tigsi Uquillas, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una pastelería en el sector de Cumbayá al norte de la ciudad de Quito.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Lcdo. Carlos Chávez.

Erika Thalia Tigsi Uquillas

Quito, 15 de septiembre del 2021.

Tabla de Contenidos

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIA	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA	vi
RESUMEN.....	12
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	14
2.1. Creación de la empresa.....	14
2.2. Descripción de la Empresa	14
2.3. Tamaño de la empresa	16
2.4. Necesidades que satisfacer	16
2.5. Localización de la Microempresa.....	18
2.6. Filosofía empresarial.	19
2.7. Desarrollo Organizacional.....	22
2.8. Organigrama empresarial	24
2.9. Funciones del Personal	24
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	32
3.1 Objetivo de mercadotecnia	32
3.2 Investigación de mercado	32
3.3 Plan de Muestreo	33
3.4 Análisis de las encuestas.....	35
3.5 Entorno empresarial.....	45
3.5.1 Microentorno.	45
3.5.2 Macroentorno	50

3.6.	Producto y servicio	52
3.6.1.	Producto Esencial.	53
3.6.2.	Producto real.	53
3.7.	Plan de introducción al mercado	56
3.8.	Canal de distribución y puntos de ventas	63
3.9.	Riesgo y oportunidades del negocio	64
3.10.	Fijación de Precios	65
3.11.	Capacidad instalada	71
3.11.1.	Implementación del negocio.	71
3.12.	Estudio arquitectónico	75
4.	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	77
4.1.	Servicio de Rentas Internas / SRI	77
4.2.	Patente Municipal	77
4.3.	Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA	77
4.4.	LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ)	78
4.5.	IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)	78
4.6.	Ministerio de Turismo	79
4.7	RAET (Registro de Actividades Económicas para la Gestión Tributaria).....	80
5.	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	81
5.1	Objetivo de área.....	81
5.2	Impacto ambiental	81
5.3	Impacto social.....	82
6.	PROCESO FINANCIERO.....	84
6.1.	Introducción.....	84
6.2.	Inversiones.....	84
6.4.	Activos diferidos	85

6.5.	Capital de trabajo.....	85
6.6.	Sueldos	86
6.7.	Depreciación activos fijos.	87
6.8.	Amortizaciones.....	87
6.9.	Estructura capital	88
6.10.	Tabla de amortización	88
6.11.	Punto de equilibrio	89
6.12.	Costo de ventas.....	90
6.13.	Flujo de caja	91
6.14.	Cálculo del TIR y el VAN.....	91
6.14.1.	VAN (Valor Actual Neto).....	91
6.14.2.	TIR (Tasa Interna de Retorno).....	92
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	93
7.1.	Conclusiones.....	93
7.2.	Recomendaciones	93
7.3.	Bibliografía.....	94
7.4.	Anexos.....	95

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Tablas de funciones del personal.....	24
Tabla 2.	Tabulación 1.....	35
Tabla 3.	Tabulación 2.....	36
Tabla 4.	Tabulación 3.....	37
Tabla 5.	Tabulación 4.....	38
Tabla 6.	Tabulación 5.....	39
Tabla 7.	Tabulación 6.....	40
Tabla 8.	Tabulación 7.....	41
Tabla 9.	Tabulación 8.....	42
Tabla 10.	Tabulación 9.....	43

Tabla 11. Tabulación 10.....	44
Tabla 12. Proveedores.....	48
Tabla 13. Financiamiento publicidad.....	64
Tabla 14 Chessecake de Chocolate con Glaseado espejo de Maracuyá, receta estándar de costos.....	66
Tabla 15..Receta estándar de producción.....	67
Tabla 16. Mousse de Uvilla con Merengue Suizo, receta estándar de costos.....	68
Tabla 17. Zumo de Sandía y Frutilla, receta estándar de costos.....	70
Tabla 18. Arriendo del local.....	71
Tabla 19. Equipos industriales.....	72
Tabla 20. Equipos de computación.....	72
Tabla 21. Muebles y enseres.....	73
Tabla 22. Equipos industriales de seguridad.....	74
Tabla 23. Suministros de oficina.....	74
Tabla 24. Servicios básicos.....	74
Tabla 25. Materiales de limpieza.....	75
Tabla 26 Activos Fijos.....	84
Tabla 27 Activos diferidos.....	85
Tabla 28 Capital de trabajo.....	86
Tabla 29 Detalles de inversión.....	86
Tabla 30 Sueldos totales.....	87
Tabla 31 Depreciación de activos fijos.....	87
Tabla 32 Capital.....	88
Tabla 33 Amortización.....	88
Tabla 34 Datos punto de equilibrio.....	89
Tabla 35. Margen de contribución.....	89
Tabla 36. <i>Punto de equilibrio</i>	89
Tabla 37 Ventas.....	89
Tabla 38 Costo de ventas.....	90
Tabla 39 Flujo de caja.....	91
Tabla 40 VAN/ TIR.....	92

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Pirámide de Maslow.....	16
Gráfico 2 Ubicación de la empresa.....	18
Gráfico 3 Organigrama de la empresa.....	24
Gráfico 4 Pregunta 1, gráfico circular.....	35
Gráfico 5 Pregunta 2, gráfico circular.....	36
Gráfico 6 Pregunta 3, gráfico circular.....	37
Gráfico 7 Pregunta 4, gráfico circular.....	38
Gráfico 8 Pregunta 5, gráfico circular.....	39
Gráfico 9 Pregunta 6, gráfico circular.....	40
Gráfico 10 Pregunta 7, gráfico circular.....	41
Gráfico 11 Pregunta 8, gráfico circular.....	42
Gráfico 12 Pregunta 9, gráfico circular.....	43

Gráfico 13 Pregunta 10, gráfico circular.....	44
Gráfico 14 Esquema microentorno Mundo Pastelero.....	46
Gráfico 15 Ubicación.....	46
Gráfico 16 Esquema macroentorno Mundo Pastelero.....	50
Gráfico 17 Diseño uniforme chef administrador.....	56
Gráfico 18 Diseño uniforme ayudante de cocina.....	57
Gráfico 19	58
Gráfico 20	59
Gráfico 21 Anverso tarjeta de presentación.....	61
Gráfico 22	61
Gráfico 23	62
Gráfico 24 Estructura del establecimiento.....	76

“Proyecto de factibilidad para la creación de una pastelería en el sector de Cumbayá al norte de la ciudad de Quito.”

Erika Thalia Tigsí Uquillas

Lcdo. Carlos Chávez

Quito, 15 de septiembre 2021

RESUMEN

Mundo Pastelero es un proyecto de emprendimiento que nace de la inspiración y la creatividad ya que reúne el conocimiento y la experiencia para elaborar y comercializar productos y servicio de calidad dentro del sector de Cumbayá al norte de la ciudad de Quito y así conocer la factibilidad del plan de negocio, la aceptación de los productos y la marca, por lo que se realiza un estudio de mercado de la demanda y oferta de los productos en el sector.

Se realiza la recolección de información a través de encuestas, para así obtener un resultado positivo de la aceptación de Mundo Pastelero por parte de los habitantes y de tal manera poder verificar si el proyecto es viable, siendo así se procederá a la creación de la microempresa con las respectivas bases legales que ésta conlleva y así satisfacer la necesidad de consumo de los habitantes en el sector de Cumbayá.

Ofreciendo al consumidor una idea novedosa y de competitividad en el mercado de repostería y pastelería con un grado de innovación para diferentes tipos de actividades como pueden ser fiestas de cumpleaños, aniversarios, reuniones empresariales y familiares entre otros.

Tomando en cuenta que se contará con un personal de trabajo totalmente calificado y capacitado en cuanto a normas de bioseguridad y seguridad alimentaria con la finalidad de que los comensales se sientan seguros y confiados al momento de degustar alguno de los productos.

También se realiza este proyecto con el propósito de crear fuentes de empleo para los habitantes del sector, además de dar a conocer el proceso de la creación de una microempresa cumpliendo con todos los requisitos necesarios, los análisis de factibilidad y aceptación de Mundo Pastelero.

Los productos que se ofrecerán en el establecimiento son tortas, bizcochuelos, galletas de sal y dulce, chessecakes, bombones, trufas, mousse, pies, entre otros en la que cada uno contará con varios diseños, rellenos y decoraciones diferentes e innovadoras al estilo gourmet preparados con insumos e ingredientes autóctonos del Ecuador.

Es por ello que Mundo Pastelero busca crear un ambiente ameno con la sociedad presentando un lugar adecuado en cuanto a la presentación del local de tal manera que sea atractivo para la visión de los comensales y brindar una atención al cliente de primera y personalizada puesto que se atenderá los gustos, preferencias y necesidades del cliente.

Todo este proceso se llevará a cabo con la finalidad de satisfacer la necesidad alimentaria del mismo, generando la utilidad deseada y los ingresos que puedan cubrir todos los gastos de personal, mantenimiento del establecimiento y otras necesidades de la microempresa.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1. Creación de la empresa

Mundo Pastelero nace de la inspiración y la creatividad ya que reúne el conocimiento y la experiencia para elaborar y comercializar productos y servicio de calidad dentro de Cumbayá. En la necesidad de fomentar y contribuir al sistema de emprendimiento y accionar el aparato productivo tanto local como nacional, la propuesta es presentar productos elaborados de la mejor calidad con estilo gourmet preparados con insumos e ingredientes autóctonos del Ecuador.

Mundo Pastelero busca crear un ambiente ameno con la sociedad presentando un lugar adecuado, en el sentido de la presentación del local, en la cual sea atractivo para la visión de los clientes brindando una experiencia única, la formación del local debe ser atractiva, agradable y con una infraestructura acorde al trabajo entregado.

2.2. Descripción de la Empresa

2.1.1. Importancia

La Pastelería es un arte en el que se transmite historia sobre sabores, cultura y alimentación de los antepasados y las nuevas generaciones. Representa la belleza, la imaginación, la creatividad, la pasión, la magia, la felicidad, la sorpresa, la celebración, y sobre todo la experiencia y el recuerdo al momento de quienes degustan los ingredientes y sabores con los que son elaborados los postres, ya que devuelve sentimientos y emociones de su niñez y de las personas con las que compartieron momentos de felicidad.

Dentro de este arte de la Pastelería un factor importante es el entorno en el que se brindará el servicio y producto, pues debe exceder en calidad, ambiente y satisfacción que demanda el cliente dentro del establecimiento. Es importante cumplir con estos estándares de calidad para fidelizar en confianza y complacencia al cliente.

2.1.2. Características

Aspecto social: Mundo Pastelero entiende y tiene claro el actual problema de salubridad que atraviesa el mundo, por ello es indispensable crear un protocolo de bioseguridad para salvaguardar la salud de las personas, de tal manera que los clientes se sientan seguros y confiados durante su permanencia en el establecimiento.

Aspecto ambiental: Mundo Pastelero es consciente de la contaminación a gran escala que se genera diariamente a nivel global, por ello se implementará un punto ecológico tanto interno como externo a las instalaciones, que contribuyan a la correcta separación según la composición de los residuos sólidos, que genere el personal al elaborar los productos y así mismo para que los clientes puedan depositar los desechos de una manera fácil, puesto que los contenedores serán identificados por nombre y color.

Aspecto económico: Mundo Pastelero contribuirá al desarrollo económico y productivo local, puesto que se generará fuentes de trabajo para aquellas personas que viven en la zona, de igual forma se adquirirá cierta materia prima de los productores locales, quienes son los que cultivan frutos por ende proveerán de los mismos.

Investigación e Innovación: Mundo Pastelero trabaja en una constante investigación a cerca de postres, pasteles, tortas, chessecakes, mousse, galletas, bombones de chocolate, pies, bizcochos entre otros, con la finalidad de utilizar las últimas tendencias en elaboración, diseño y presentación, creando y entregando nuevos productos al mercado.

Profesionales apasionados con su trabajo: Tomando en cuenta que la pastelería no es solo un acto de elaborar diferentes tipos de postres, si no de poner pasión y entrega al presentar un producto al mercado. Además, ofreciendo una atención al cliente de primera y personalizada puesto que se atenderá los gustos, preferencias y necesidades del cliente.

2.1.3. Actividad

Mundo Pastelero es un establecimiento de servicio que se enfoca en la rama de la pastelería al estilo gourmet, ofreciendo sus productos principales que son los postres de sal y de dulce que serán acompañados de un menú variado de bebidas entre ellas infusiones, batidos y jugos naturales.

2.3. Tamaño de la empresa

Mundo Pastelero es una microempresa que contará con 3 áreas básicas: área ejecutiva, área de producción y almacenamiento y área de servicio.

La empresa contará con:

- Gerente chef.
- Ayudante de pastelería.
- Recepcionista / cajero/a.
- Vendedor/a /Servicio al cliente.

2.4. Necesidades que satisfacer

Gráfico 1. Pirámide de Maslow



Fuente: (Gonzalez, 2018) https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Piramide-de-las-Necesidades-del-ser-humano-Fuente-Abraham-Maslow-1954_fig4_342154055.

2.4.1. Necesidad Fisiológica

Al ser una microempresa de alimentos y bebidas, cumple con la necesidad fisiológica de alimentación de los clientes.

2.4.2. Necesidad de Seguridad

Seguridad física: Se garantizará la seguridad del trabajador y el cliente, puesto que se contará con todas las medidas de seguridad como cámaras de vigilancia y servicio de guardianía. Para el personal de producción se brindará una capacitación sobre el uso y manejo adecuado de las máquinas industriales.

Seguridad de empleo: Todo el personal contará con los beneficios que ampara la ley, respetando sus derechos y ofreciendo estabilidad y permanencia laboral.

Seguridad de recursos: Se otorgará un sueldo acorde al mercado según el puesto y sus funciones que desempeñan. Se dispondrá de todos los recursos materiales para la elaboración de los productos.

Seguridad de salud: Se aplicará las buenas prácticas de manufactura (BPM) con el fin de garantizar la seguridad alimentaria del cliente. Esto consiste en aplicar un estricto control de calidad desde la adquisición de la materia prima hasta la entrega del producto final al cliente. Además, se dispondrá de elementos de desinfección como alcohol, gel antibacterial, toma de temperatura para todo el personal y los clientes al momento de ingresar al establecimiento.

2.4.3. Necesidad Social – Afiliación

Cliente interno: Mundo Pastelero brindará un buen ambiente laboral a sus trabajadores, se hará participe a cada uno de ellos dentro de la toma de decisiones, así como se valorará las habilidades y cualidades de cada uno por igual. Además, se ofrecerá charlas motivacionales de la importancia de cada uno de ellos tanto en el ámbito laboral y familiar.

Cliente externo: Mundo Pastelero siempre trabajará en mantener una relación de confianza con los clientes y proveedores a través de una comunicación clara y precisa, para evitar equivocaciones o malos entendidos entre las partes. Adicional se brindará una capacitación de servicio al cliente para que todo el personal logre coordinar y ofrecer un servicio de calidad.

2.4.4. Necesidad de Reconocimiento

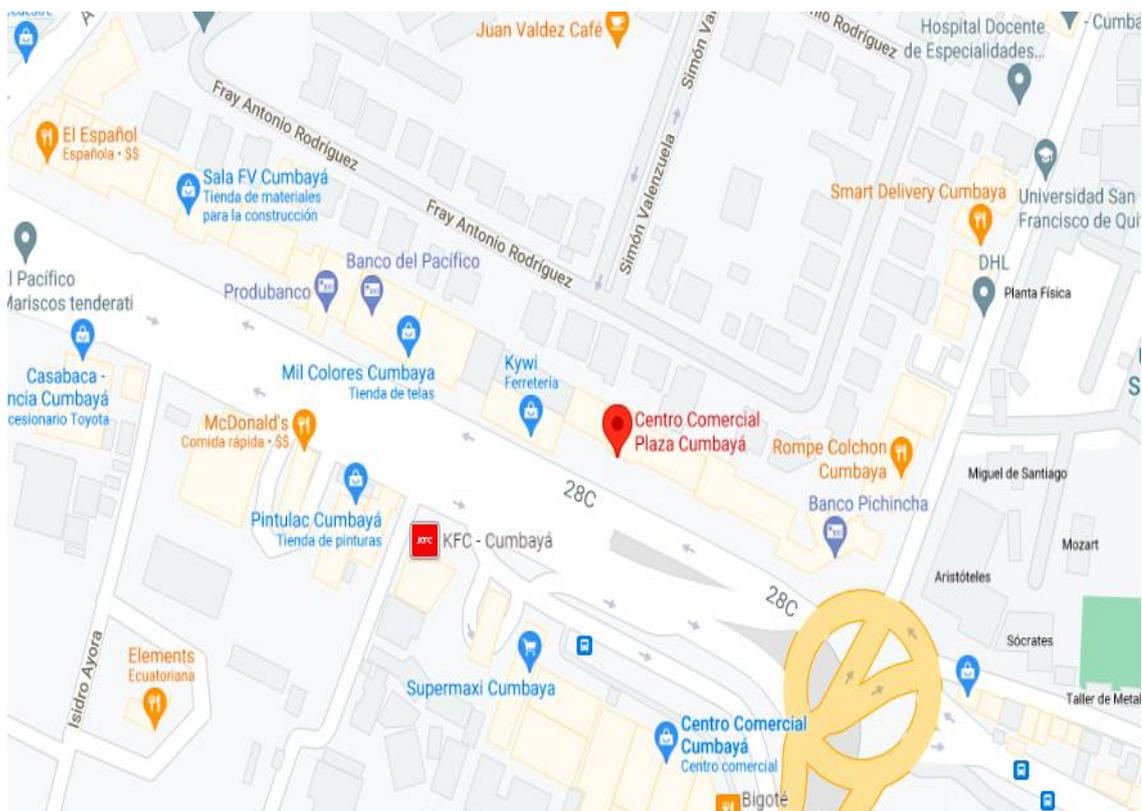
A través de la innovación de la fusión de sabores, colores y texturas se crearán nuevos productos al estilo gourmet y de primera calidad, apoyada de una infraestructura y diseño interior que contará con una temática, además de precios accesibles se buscará el posicionamiento y el éxito de la marca en el mercado.

2.4.5. Necesidades de Autorrealización

Mundo Pastelero llegará a ser una microempresa reconocida por el compromiso laboral y social hacia sus trabajadores mediante el fortalecimiento continuo de los conocimientos, buenas relaciones interpersonales y la excelencia del servicio al cliente cumpliendo con la demanda y necesidad del cliente.

2.5. Localización de la Microempresa

Gráfico 2. Ubicación de la empresa



(GoogleMap, 2021)Ubicación. Recuperado de

[https://www.google.com/maps/place/Centro+Comercial+Plaza+Cumbay%C3%A1/@-](https://www.google.com/maps/place/Centro+Comercial+Plaza+Cumbay%C3%A1/@-0.1971607)
0.1971607.

2.6. Filosofía empresarial.

2.6.1. Misión

Ofrecer postres de sal y de dulce al estilo gourmet, revalorizando a la pastelería dentro de las actividades sociales, mediante productos nuevos y de primera calidad a través de la aplicación de procesos de innovación continuos y un estricto control de seguridad alimentaria, cumpliendo y excediendo las expectativas y necesidades de los clientes.

2.6.2. Visión

Para el año 2023 ser una de las mejores pastelerías al estilo gourmet reconocida por la calidad, originalidad de los productos y servicios dentro de la ciudad de Quito, brindando productos exclusivos de la casa y posicionando a la marca “Mundo Pastelero” entre las mejores; logrando construir una franquicia a nivel nacional, satisfaciendo las necesidades de los comensales y comprometidos con el bienestar y seguridad alimentaria.

2.6.3. Objetivos

Objetivo General

Innovar continuamente para la creación de nuevos productos de la rama de la pastelería al estilo gourmet mediante la investigación de las últimas tendencias.

Objetivos Específicos

- Elaborar postres de sal y de dulce mediante la fusión de ingrediente para crear nuevos sabores, texturas y colores.
- Ofrecer al cliente un menú variado de postres y bebidas a precios accesibles.
- Capacitar continuamente al personal en el tema de servicio al cliente y seguridad alimentaria.

2.6.4. Meta

Tener una pastelería con una temática en colores vintage, crear una experiencia diferente y única para el cliente; que satisfaga la necesidad alimentaria del mismo, que genere la utilidad deseada y los ingresos que puedan cubrir todos los gastos de personal, mantenimiento del establecimiento y otras necesidades de la microempresa.

2.6.5. Estrategias

- Investigar las últimas tendencias, recetas de otros continentes y de las diferentes culturas.
- Investigar los gustos y preferencias de los clientes potenciales que visitan el local semanalmente.
- Contar con una infraestructura llamativa y acogedora para todo público en especial a los niños/as y jóvenes.
- Se hará uso del marketing digital, para dar a conocer los productos, precios y promociones.
- Promoción por apertura 2x1 en compras de postres de especialidad de la casa. (4 días).
- Promoción por cumpleaños, presentando la cédula de identidad, se le entregará un postre personal gratis de su preferencia, válido para una persona y el mismo día de su cumpleaños.
- Contar con dos pantallas gigantes para que puedan disfrutar de los campeonatos televisivos, además de contar con reproducción musical que haga amena la estadía de la compra o el consumo del cliente.
- Dar bocaditos para degustación de los nuevos productos elaborados.

2.6.6. Políticas

Los trabajadores

- Todo el personal deberá cumplir con todas las normas de bioseguridad para poder ingresar al establecimiento.
- La hora de entrada al establecimiento será a las 9:00 am en punto.
- Cuidar de su aseo y presentación personal.
- El personal de producción que no utilice gorras y mascarilla para realizar la elaboración de los productos tendrán multa.
- El personal de servicio al cliente que no utilice gorra, mascarilla y visor para la atención al cliente tendrá multa.
- Los empleados deberán portar de una manera impecable su uniforme y credencial ya que si no hace el uso del mismo tendrá una sanción económica.
- Los lugares de trabajo de cada empleado deberán mantenerse limpios antes, durante y después de haberlos utilizado.

- Todo empleado que llegue atrasado será descontado de su sueldo el tiempo transcurrido y se lo detallará en su rol de pagos.
- Las órdenes tomadas deberán ser entregadas en un máximo de 5 minutos.
- Cumplir con las tareas asignadas por el jefe superior.
- No podrán beber o fumar cualquier tipo de sustancias estupefacientes dentro de la microempresa.
- No podrán llegar al trabajo bajo efectos etílicos o de sustancias estupefacientes.
- La política de la empresa tiene como fin satisfacer las necesidades de los clientes; comercializando deliciosos postres de sal y dulce, garantizando el mejoramiento permanente y una buena relación con los comensales.

La empresa

- Debe velar por el bienestar tanto físico, mental y emocional de cada uno de sus trabajadores dentro de las instalaciones.
- Debe cumplir con las obligaciones laborales, jurídicas, sociales, ambientales y económicas con los empleados, proveedores, medio ambiente y el Estado.
- Es responsable de capacitar continuamente al personal en temas de bioseguridad y atención al cliente.
- Precautelar la salud de los clientes con un alto estándar de calidad de los productos elaborados.
- Mantener la higiene y la seguridad alimentaria dentro del establecimiento.

2.6.7. FODA

Fortalezas

- Menú diversificado con altos estándares de calidad.
- Producto innovador al estilo gourmet.
- Recurso humano capacitado, responsable y comprometido con sus labores.
- Infraestructura con temática llamativa.
- Promociones.
- Degustaciones de los nuevos productos creados.
- Contar con las maquinarias industriales de último modelo que facilite el trabajo del personal.

Oportunidades

- Ubicación estratégica.
- Lugar con fácil afluencia.
- Poca competencia en cuanto a establecimiento de pastelería al estilo gourmet.
- Proveedores aledaños que proveen de materia prima en el menor tiempo.
- Target de clase media y alta.

Debilidades

- Espacio físico reducido para el área de producción.
- Capital limitado para iniciar el negocio.
- No establecer un sistema ordenado para la atención al cliente.

Amenazas

- Competencia indirecta con alta presencia en el mercado.
- Emergencia sanitaria que atraviesa el mundo.
- Alza de precios de cierta materia prima, maquinaria.

2.7. Desarrollo Organizacional

2.7.1. Tipo de Estructura

Diferenciación

En Mundo Pastelero la comunicación será de tipo vertical, va desde el alto mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se realizará para facilitar la organización, ejecución, control y supervisión de procesos, con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente.

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

- Nivel Gerencial.
- Nivel Operativo.

Nivel Gerencial.

- Chef propietario.

Nivel Operativo.

- Ayudante de Pastelería.
- Recepcionista / cajero/a.
- Vendedor/a / Servicio al Cliente.

2.7.2. Formalización

La creación de la microempresa será legalmente constituida y cumplirá con todos los requisitos para su funcionamiento. Se regirá por manuales de procedimientos, políticas, normas, leyes y estrategias basadas en la esencia de su misión, para su presencia dentro del mercado, cumpliendo con sus obligaciones tributarias, laborales y cotizaciones a la Seguridad Social.

2.7.3. Centralización – Desconcentración - Descentralización

La autoridad se centraliza en el Chef propietario puesto que será quien tome las decisiones para prever el bienestar de la microempresa, además de optimizar el sistema de trabajo de la organización mediante el uso de los recursos de manera eficaz y eficiente.

La desconcentración se dará en el momento en que se delegue funciones a partir del nivel gerencial, permitiendo su participación en la toma de decisiones con el fin de beneficiar a la empresa en el aspecto de mejorar el servicio para nuestros clientes y el reconocimiento de la empresa.

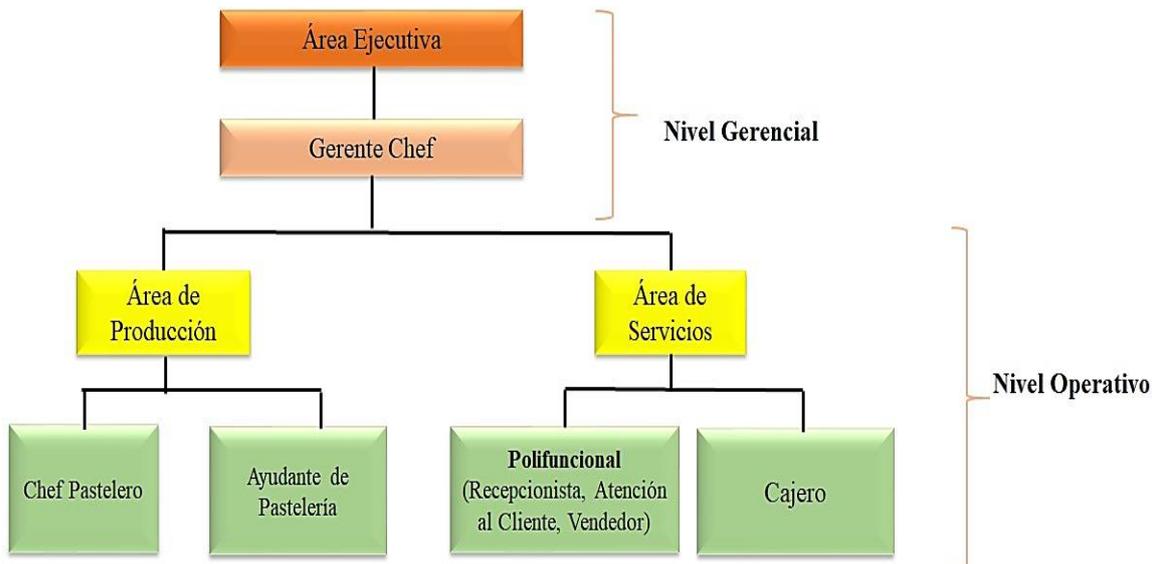
La descentralización se dará en el momento de formar las franquicias pues se traspasará derechos desde la microempresa central hacia el resto de negocios.

2.7.4. Integración

La integración organizacional se basará en un sistema de gestión que permita el control de entrada y salida de los insumos y materia prima mediante los kárdex de todas las áreas, de igual forma deberá existir un sistema ordenado para los procesos de compra, producción y venta final de los productos elaborados. Además, se deberá llevar a cabo un registro de actividades en la cual participen todo el personal de manera equitativa en todas las funciones.

2.8. Organigrama empresarial

Gráfico 3. Organigrama de la empresa



2.9. Funciones del Personal

Tabla 1. Tabla de funciones del personal

1. PUESTO DE GERENTE CHEF	
Empresa	Mundo Pastelero
Unidad Administrativa	Área Ejecutiva
Denominación	Gerente Chef
Remuneración	\$600,00
Misión del Puesto	<ul style="list-style-type: none"> -Supervisar las funciones delegadas a los empleados. -Tomar decisiones y solucionar los problemas que se puedan suscitar dentro de las diferentes áreas -Atender las peticiones de cada uno de los trabajadores y clientes -Encargado de contratar el personal idóneo y su posterior capacitación para el buen desempeño de sus funciones.

	<ul style="list-style-type: none"> -Dirigir y coordinar todas las áreas del establecimiento. -Elaborar el menú y velar porque los alimentos ofrecidos cumplan con los estándares de calidad establecidos. -Compra de materia prima. -Analiza y costea las recetas con el fin de asignar los precios en el menú. - Desarrolla una red comercial de proveedores. -Elabora estrategias para generar alianzas con otras cadenas donde pueda comercializar el producto.
Rol del puesto	Desempeña el proceso administrativo: planifica, organiza, dirige y controla.

Formación y Méritos a considerar

Instrucción	Tecnólogo en Gastronomía o Superior
Formal	Hablar fluidamente el idioma inglés (preferencia)
Experiencia	3 años mínimo en el cargo de Gerente Chef
Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> -Técnica de Repostería creativa y de vanguardia. -Procesamiento de alimento y protocolo de servicio. -Administración de empresas A&B. -Conocimiento y dominio de la pastelería y repostería. -Dominio de procesos contables y manejo de kárdex.
Competencias del puesto	<ul style="list-style-type: none"> -Puntualidad -Responsabilidad -Respeto -Análisis de problemas -Análisis numérico -Atención al cliente -Creatividad -Comunicación -Delegación -Liderazgo -Tolerancia al estrés -Iniciativa -Integridad -Toma de decisiones -Planificación y Organización -Trabajo en equipo -Sensibilidad interpersonal -Tenacidad.

2. Puesto Chef Pastelero	
Empresa	Mundo Pastelero
Unidad Administrativa	Área Producción
Denominación	Gerente Chef
Remuneración	\$600,00
Misión del Puesto	<ul style="list-style-type: none"> -Supervisar las funciones delegadas al ayudante de pastelería. -Solucionar los problemas que se puedan suscitar dentro de las diferentes áreas producción. -Llevar un inventario de los productos faltantes. -Dirigir y coordinar los procesos de producción. -Elaborar el menú y velar porque los alimentos ofrecidos. cumplan con los estándares de calidad establecidos. -Garantizar la higiene y el orden en el proceso de elaboración del producto. -Capacitar al ayudante de pastelería para que cumpla con las normas y procedimientos adecuados de preparación de las recetas.
Rol del puesto	Se encarga de elaborar, preparar, decorar y presentar los postres de sal y de dulce.

Formación y Méritos a considerar

Instrucción	Tecnólogo en Gastronomía o Superior
Formal	Hablar fluidamente el idioma inglés (preferencia).
Experiencia	2 años mínimo en el área de pastelería
Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> -Técnicas de bombones y temperaturas del chocolate -Técnica de manejo del aerógrafo -Técnica de vanguardia e innovación -Procesamiento de alimento y protocolo de servicio -Conocimiento y dominio de la pastelería y repostería -Dominio de procesos contables y manejo de kárdex.

Competencias del puesto	<ul style="list-style-type: none"> -Puntualidad -Responsabilidad -Respeto -Innovador -Hábil con buen gusto -Higiénico -Apasionado -Análisis de problemas -Creatividad -Comunicación -Delegación -Liderazgo -Tolerancia al estrés -Iniciativa -Integridad -Organización -Trabajo en equipo -Sensibilidad interpersonal -Tenacidad.
--------------------------------	--

3. Puesto Ayudante de Pastelería	
Empresa	Mundo Pastelero
Unidad Administrativa	Área de Producción
Denominación	Ayudante de Pastelería
Remuneración	\$400,00
Misión del Puesto	<ul style="list-style-type: none"> -Dar apoyo en la elaboración de los productos. -Mantener el área de producción y los instrumentos limpios y sanitizados. -Aplica las técnicas básicas de manipulación de alimentos en crudo. -Almacenar los productos en los recipientes y equipos asignados y a temperaturas adecuadas. -Realiza las técnicas de dosificación, amasado, refinado, batido, emulsionado, laminado, montado, hojaldrado y otras que fueren necesarias.

	-Colaborar en el control de la calidad que debe llevar los productos.
Rol del puesto	Dar soporte al Chef Pastelero en todos los procesos de elaboración de los postres, preparando con anticipación los ingredientes a usar en las medidas que se le indique.

Formación y Méritos a considerar

Instrucción	Tecnólogo en Gastronomía.
Formal	Hablar el idioma de inglés (suficiencia).
Experiencia	1 año mínimo en el cargo de Ayudante de Pastelería y Repostería.
Capacitación	-Técnicas de repostería -Elaboración de postres y pastelería -Elaboración de masas madre, simple, quebradas, fermentadas y hojaldre.
Competencias del puesto	-Puntualidad -Responsabilidad -Respeto -Innovador -Organizado -Saber escuchar indicaciones -Creatividad -Comunicación -Trabajo bajo presión -Iniciativa -Trabajo en equipo -Sensibilidad interpersonal -Tenacidad.

4. Puesto Polifuncional

Empresa	Mundo Pastelero
Unidad Administrativa	Área Servicios
Denominación	Polifuncional (Recepcionista, Atención al cliente y Vendedor).
Remuneración	\$400,00.
Misión del Puesto	-Recibir al cliente dando la bienvenida.

	<ul style="list-style-type: none"> -Ofrecer la carta del menú que se brinda en el establecimiento. -Brinda información sobre los productos mostrados en la vitrina. -Atiende y sirve a los comensales. -Brinda información acerca de las promociones y ofertas disponibles del producto. -Realizar las degustaciones del producto. -Resolver dudas sobre el servicio.
Rol del puesto	Ofrecer un servicio personalizado y de calidad que garantice la satisfacción del cliente.

Formación y Méritos a considerar

Instrucción	Tecnólogo-Licenciatura en Gastronomía.
Formal	Hablar fluidamente el idioma inglés (preferencia).
Experiencia	1 años mínimo en el área de ventas y atención al cliente.
Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> -Técnicas de ventas -Atención al cliente -Pastelería.
Competencias del puesto	<ul style="list-style-type: none"> -Inteligencia emocional -Empatía -Puntualidad -Responsabilidad -Respeto -Honestidad -Habilidad negociadora -Organizado -Disciplinado -Confianza -Actitud positiva -Carismático -Amabilidad -Análisis de problemas -Análisis numérico -Atención al cliente -Facilidad de comunicación y don de gente -Tolerancia al estrés -Integridad -Trabajo en equipo -Sensibilidad interpersonal -Tenacidad.

5. Puesto de Cajera	
Empresa	Mundo Pastelero
Unidad Administrativa	Área de Servicios
Denominación	Cajera
Remuneración	\$400,00.
Misión del Puesto	<ul style="list-style-type: none"> -Maneja la caja registradora desde el inicio hasta el final de la jornada realizando recuentos del dinero. -Genera facturas de venta. -Ordena los productos adquiridos por el cliente para posteriormente despacharlos. -Prepara el menú para los comensales. -Repone mostradores y coloca precios en los productos. -Informa a los clientes de la cantidad que deben pagar con la finalidad de procesar la transacción. -Realizar las funciones de cobro y cuadre de caja. -Gestionar el control de pedidos y stocks. -Elaborar el inventario de los productos disponibles y controlar las existencias.
Rol del puesto	Gestionar las transacciones de compra y emisión de factura.

Formación y Méritos a considerar

Instrucción Formal	Licenciatura en Contabilidad.
	Hablar fluidamente el idioma inglés (preferencia)
Experiencia	1 años mínimo en el cargo de Cajera
Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> -Contabilidad -Manejo Kárdex -Atención al Cliente -Cajera Comercial
Competencias del puesto	<ul style="list-style-type: none"> -Honradez -Puntualidad -Responsabilidad -Respeto

	<ul style="list-style-type: none">-Análisis numérico-Habilidades matemáticas y de cálculo-Atención al cliente-Facilidad de comunicación y don de gente-Delegación-Tolerancia al estrés-Liderazgo-Iniciativa-Integridad-Toma de decisiones-Planificación y Organización-Trabajo en equipo-Sensibilidad interpersonal-Tenacidad.
--	---

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Posicionar la marca Mundo Pastelero en la mente del consumidor, que al momento de nombrar la palabra gourmet seamos la primera opción que venga a sus mentes en cuanto a postres, logrando la fidelización del cliente, esto se logrará mediante el marketing digital, como principal fuente de difusión de publicidad de los productos y bebidas que son de calidad y de primera, servicio, el buen trato, ambiente y seguridad con la que cuenta Mundo Pastelero con el fin de atraer a más clientes. Con todo lo antes mencionado se logrará la publicidad conocida como de boca en boca, en la que los mismos clientes serán quienes se encarguen de recomendar nuestro producto y el servicio, con demás personas.

3.2 Investigación de mercado

Mundo Pastelero consideró la investigación aplicada, documental, de campo y de laboratorio para recabar información de manera eficiente para poder tomar mejores decisiones y lograr el objetivo que es satisfacer la necesidad del cliente. En primera instancia se realizó la investigación de pastelería al estilo gourmet y la importancia dentro del mundo gastronómico y para el desarrollo cultural de las personas. Por tal razón se llevó a cabo una investigación documental en fuentes primarias y secundarias, logrando recolectar información sobre técnicas de preparación, combinación de texturas, sabores y sobre todo el estilo gourmet en la pastelería.

Luego se realizó un estudio de campo en referencia a la pastelería en postres de sal y dulce dentro del sector, así como el estilo del producto en cuanto a presentación, calidad, precios y servicios. Finalmente se realizó la investigación de laboratorio en donde se desarrolló la parte experimental es decir donde se puso en práctica técnicas de fusión de sabores, colores, aromas, texturas y la presentación final que tendrán los postres al público.

3.2.1. Modalidad.

La recolección de datos se realizó mediante encuestas, es un instrumento que nos permite reunir datos que permitan detectar la opinión pública sobre implementar un establecimiento de pastelería al estilo gourmet. Se realizó de forma presencial en horas de la tarde, en el Centro Comercial “Paseo San Francisco”, en donde se encuestó a 140 personas de forma aleatoria que asistieron a la plaza y esta encuesta constó de 10 preguntas cerradas.

3.3 Plan de Muestreo

En este trabajo existe un universo definido, ya que se realizó con todas las normas de bioseguridad puesto que actualmente seguimos en pandemia por el (COVID 19), por lo tanto, se tomó como sujetos de estudio a personas de distintas edades, las cuales asisten en el transcurso del día al Centro Comercial “Paseo San Francisco” en el sector de Cumbayá.

Se toma en cuenta solo a este target puesto a que este emprendimiento va dirigido a las personas de clase media, media-alta y alta, a pesar de que nuestros postres tendrán precios accesibles para todo público que visita estos lugares a diario para recreación, ocio y placer entre amigos y familiares. Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 30% (0.3)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.3)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{31463 * (1,98)^2 * 0,3 * 0,3}{0,05^2 * (31463 - 1) + (1,98)^2 * 0,3 * 0,3}$$

$$n = \frac{11100}{79,000744}$$

$$n \approx 140$$

FÓRMULA DE LA MUESTRA CON POBLACIÓN FINITA							
	n =	$\frac{Z^2 * P * Q * N}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$					
POBLACIÓN	N =	31463					
	n =	3,92	0,3	0,3	31463		
		0,0025	31462	3,84		0,3	0,3
	n =	11100					
		78,655 + 0,3457					
	n =	11100					
		79,000744					
MUESTRA REAL	n =	140,51	PERSONAS PARA ENCUESTAR				

Tigsi,E . (2021). *Cuadro de la Fórmula de la Muestra, Población finita*. Quito.

3.4 Análisis de las encuestas

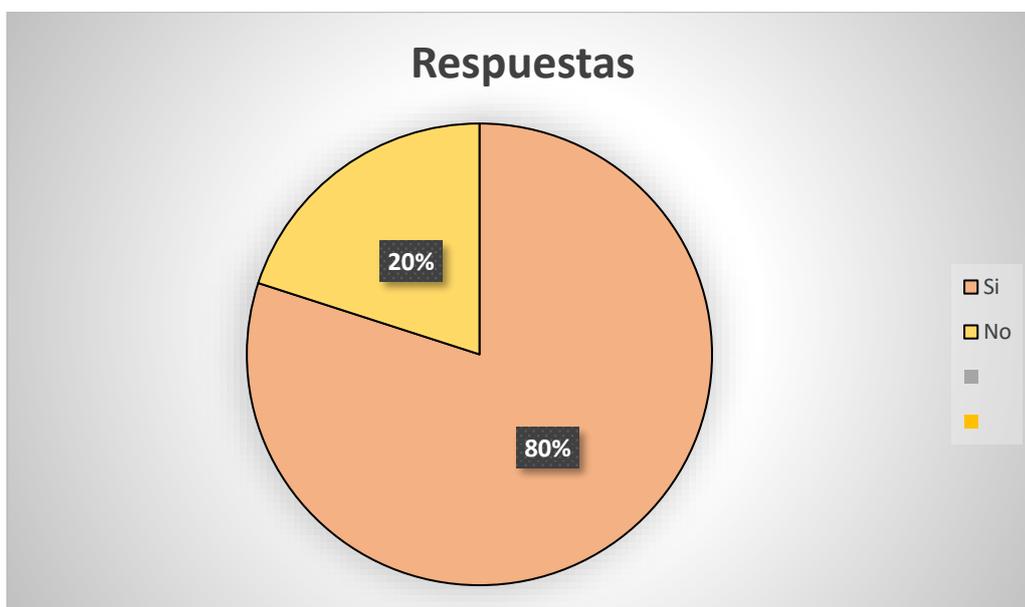
Pregunta 1.

Tabla 2. Tabulación 1

¿Consumes usted algún tipo de postres?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	112	80
No	28	20
TOTAL	140	100%

Tigsi, E. (2021). ¿Consumes usted algún tipo de postre?. Quito.

Gráfico 4 Pregunta 1, gráfico circular.



Tigsi, E. (2021). Pregunta 1, gráfico circular. Quito.

Análisis: De los 140 encuestados el 20% manifestó no consumir algún tipo de postre mientras que el 80% de encuestados manifestaron consumir algún tipo de postre, lo que favorece a la creación de Mundo Pastelero, ya que siendo una pastelería donde ofrece postres, se tendrá una gran cantidad de consumidores.

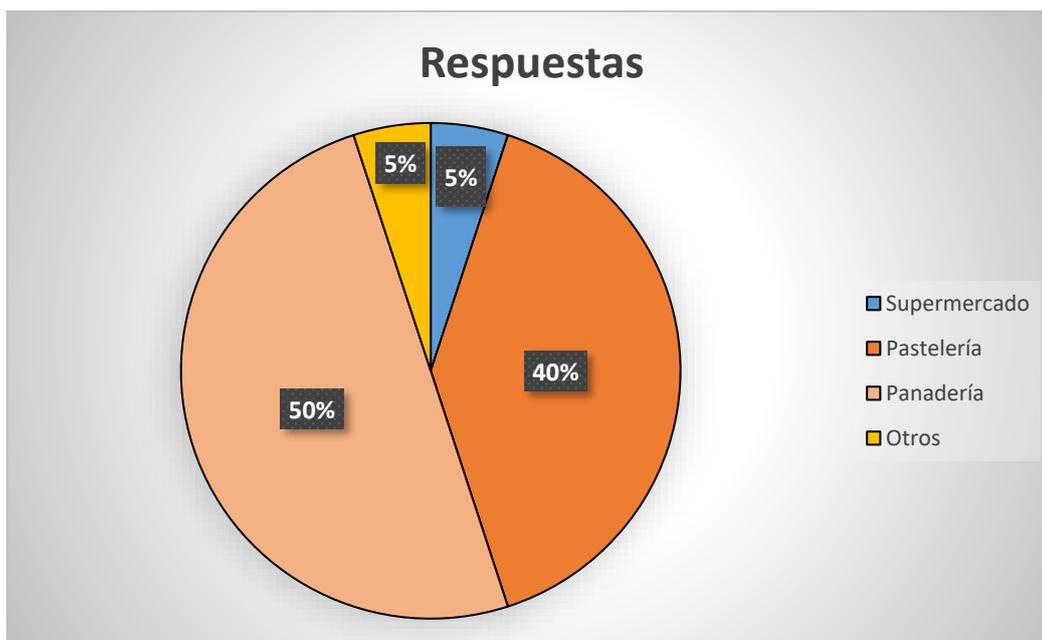
Pregunta 2.

Tabla 3. Tabulación 2

¿Dónde suele comprar los postres?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Supermercado	7	5
Pastelería	56	40
Panadería	70	50
Otros	7	5
TOTAL	140	100%

Tigsi, E. (2021). ¿Dónde suele comprar los postres?. Quito.

Gráfico 5 Pregunta 2, gráfico circular.



Tigsi, E. (2021). Pregunta 2, gráfico circular. Quito.

Análisis: De los 140 encuestados manifestaron comprar postres; en Supermercados un 5%, en otro tipo de establecimiento un 5%, en una Pastelería un 40% mientras que un 50% manifestó comprar en una Panadería, por lo que estos dos últimos porcentajes nos favorece para seguir con la idea de implementar una pastelería que ofrezca una gran variedad de postres.

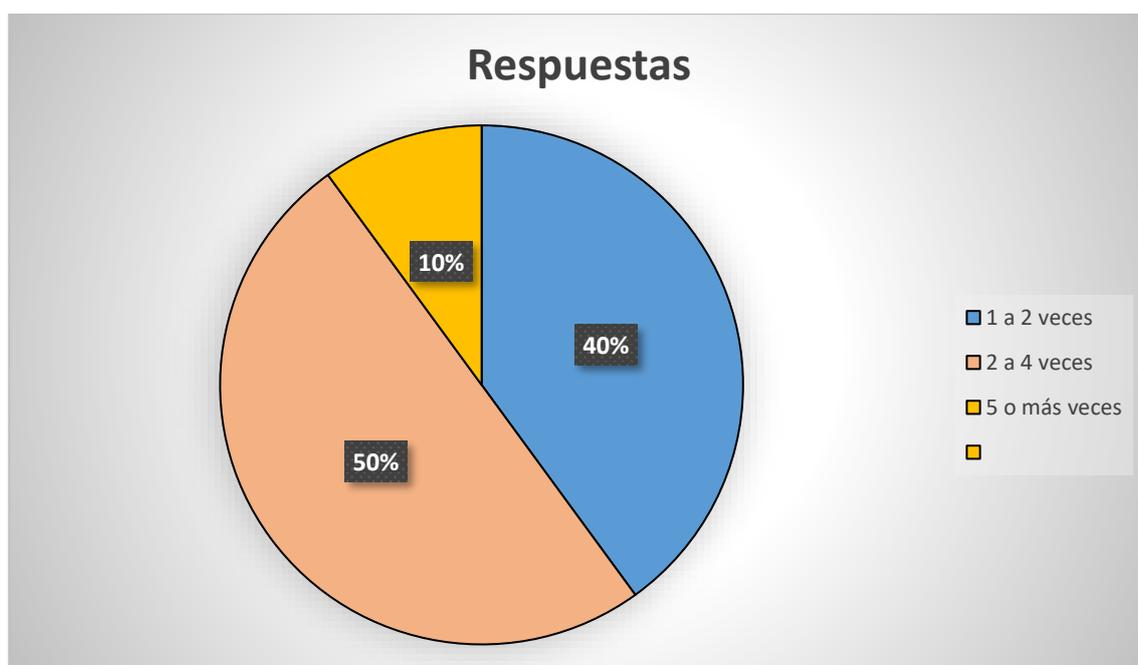
Pregunta 3.

Tabla 4. Tabulación 3

¿Con qué frecuencia consume usted postres?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
1 - 2 veces por semana	56	40
2 - 4 veces por semana	70	50
5 o más veces a la semana	14	10
TOTAL	140	100%

Tigsi, E. (2021). *¿ Con qué frecuencia consume usted postres?* . Quito.

Gráfico 6 Pregunta 3, gráfico circular.



Tigsi, E. (2021). *Pregunta 3, gráfico circular*. Quito.

Análisis: De los 140 encuestados manifestaron consumir postres con una frecuencia de 1 a 2 dos veces por semana un 40%, de 2 – 4 veces por semana un 50% mientras que de 5 o más veces a la semana un 10%. Las personas que manifestaron comer postres de 2 a 4 veces por semana nos ayudan a saber con qué afluencia visitarán el establecimiento, así como el volumen de producción que debemos elaborar.

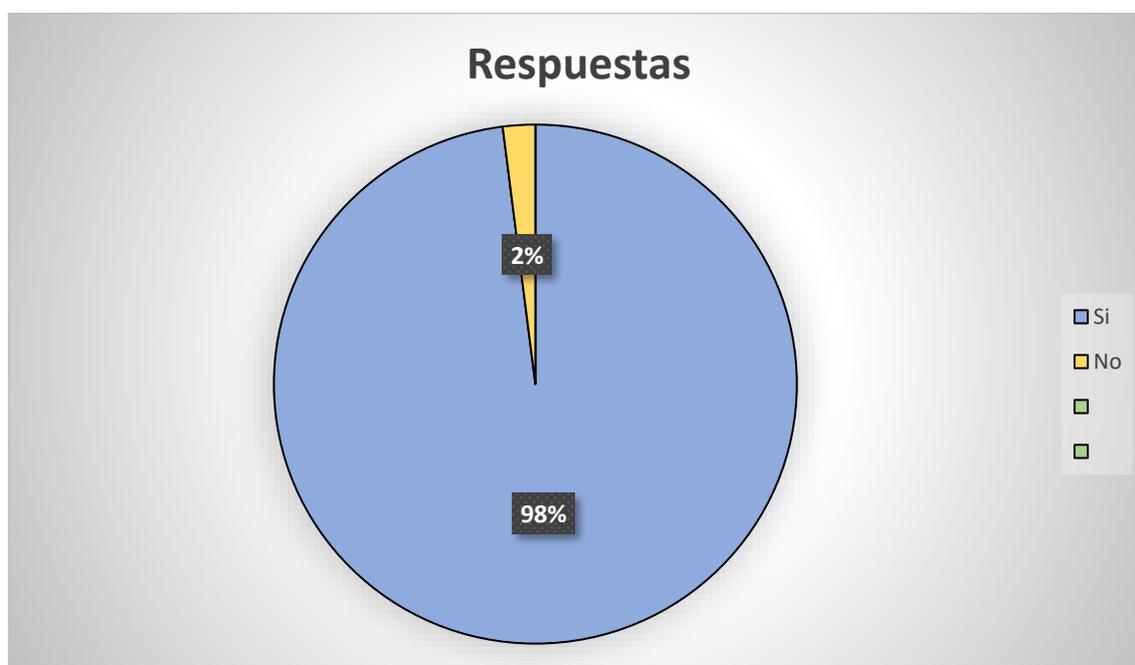
Pregunta 4.

Tabla 5. Tabulación 4

¿Consumiría usted postres dulces y de sal al estilo gourmet, elaborados con frutas autóctonas del Ecuador?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	138	98
No	2	2
TOTAL	140	100%

Tigsi, E. (2021). *¿ Consumiría usted postres dulces y de sal al estilo gourmet, elaborados con frutas autóctonas del Ecuador?.* Quito.

Gráfico 7 Pregunta 4, gráfico circular.



Tigsi, E. (2021). *Pregunta 4, gráfico circular.* Quito.

Análisis: De los 140 encuestados un 2% respondió no estar interesado en consumir postres de dulce y de sal al estilo gourmet, mientras que un 98% manifestó estar interesado, por lo tanto, hay un apoyo y aceptabilidad de gran importancia hacia la microempresa, puesto que es el principal objetivo del establecimiento, brindar postres al estilo gourmet tanto de sal y de dulce, con la utilización de frutas autóctonas del Ecuador apoyando al desarrollo local del sector.

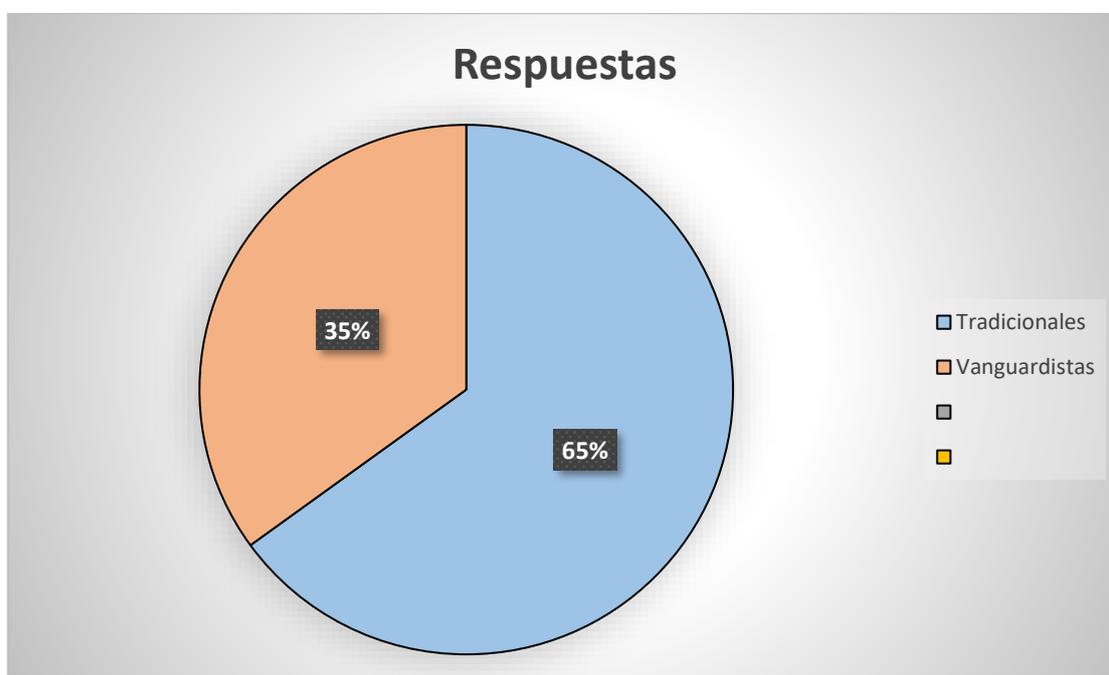
Pregunta 5.

Tabla 6. Tabulación 5

¿Qué tipos de postres prefiere usted?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Tradicionales	91	65
Vanguardistas	49	35
TOTAL	140	100%

Tigsi, E. (2021). *¿Qué tipo de postres prefiere usted?*. Quito.

Gráfico 8 Pregunta 5, gráfico circular.



Tigsi, E. (2021). *Pregunta 5, gráfico circular*. Quito.

Análisis: De los 140 encuestados el 35% de las personas respondió que prefiere consumir postres vanguardistas, mientras que el 65% de las personas prefieren postres tradicionales, lo que se da a entender es que las personas aún prefieren seguir probando lo tradicional, que no está mal, sin embargo, esta situación se tomará como una oportunidad para brindar una nueva experiencia, que cause curiosidad en el cliente y de alguna forma convencerlo para que los pruebe.

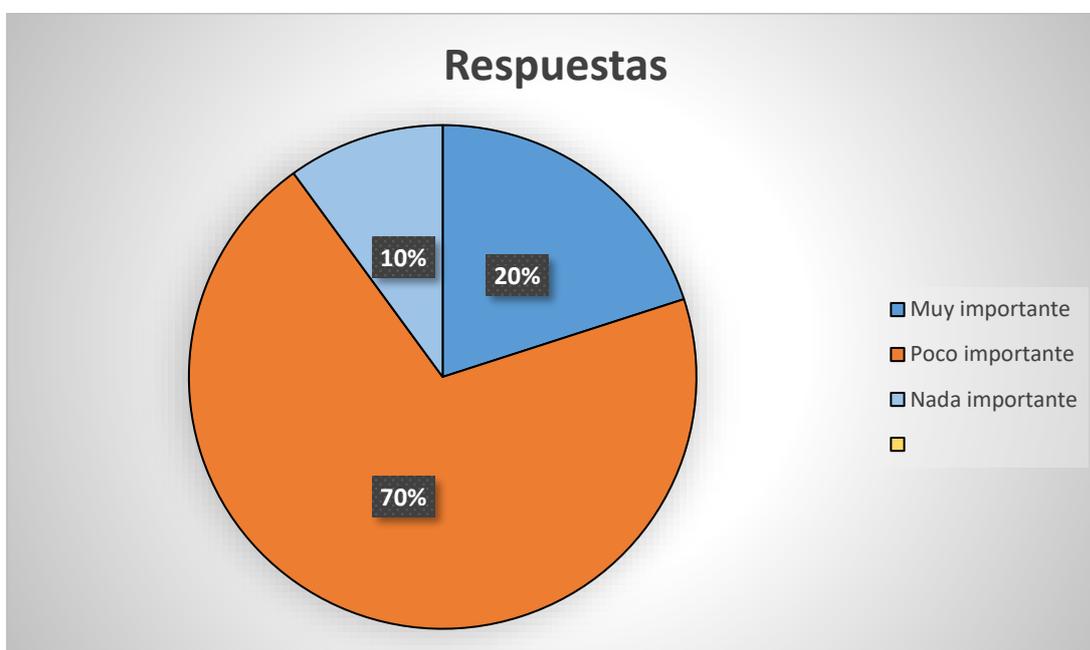
Pregunta 6.

Tabla 7. Tabulación 6

Al momento de la compra ¿Qué tan importante considera usted el precio de un postre?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Muy importante	28	20
Poco importante	98	70
Nada importante	14	10
TOTAL	140	100%

Tigsi, E. (2021). *Al momento de la compra ¿Qué tan importante considera usted el precio de un postre?.* Quito.

Gráfico 9 Pregunta 6, gráfico circular.



Tigsi, E. (2021). *Pregunta 6, gráfico circular.* Quito.

Análisis: De los 140 encuestados un 20% respondió que el precio era muy importante al momento de la compra, un 70% consideró que el precio es poco importante al momento de la compra y el 10% manifestó que no era nada importante. Por lo tanto, entendemos que los precios que fijemos para nuestros productos tendrán una gran aceptabilidad por parte de los clientes.

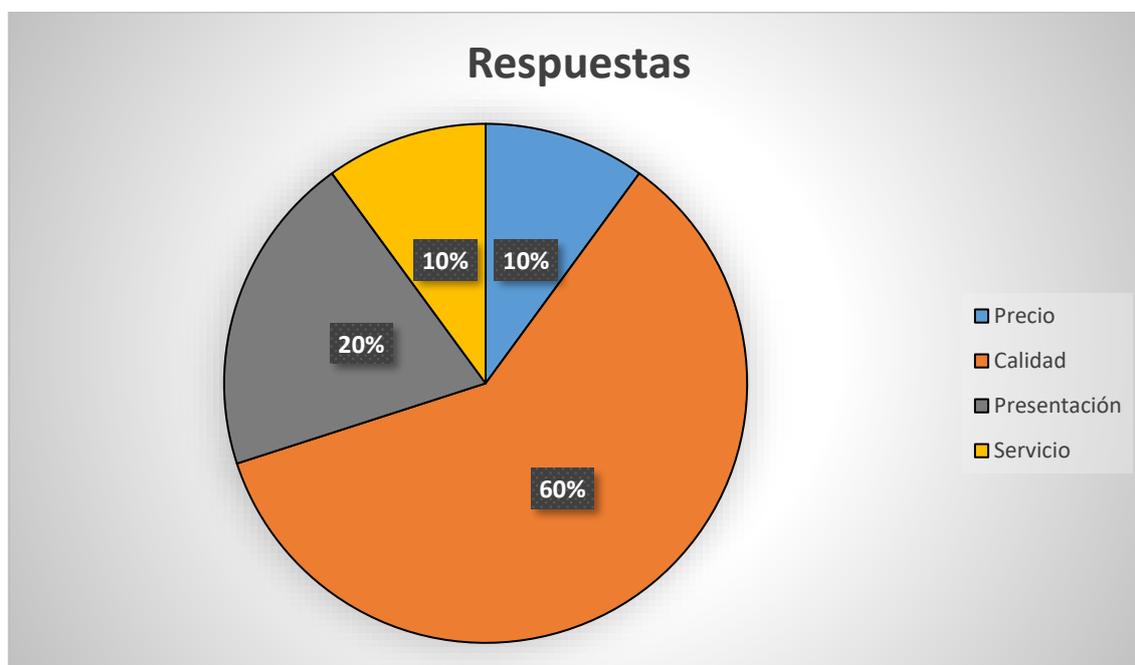
Pregunta 7.

Tabla 8. Tabulación 7

¿En qué se fija usted a la hora de comprar un postre?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Precio	14	10
Calidad	84	60
Presentación	28	20
Servicio	14	10
TOTAL	140	100%

Tigsi, E. (2021). *¿En qué se fija usted a la hora de comprar un postre?.* Quito.

Gráfico 10 Pregunta 7, gráfico circular.



Tigsi, E. (2021). *Pregunta 7, gráfico circular.* Quito.

Análisis: De los 140 encuestados un 10% se fija en el precio a la hora de comprar, un 60% se fija en la calidad del producto, un 20% se fija en la presentación, mientras que un 10% se fija en el servicio, entonces entendemos que la calidad es la prioridad del consumidor, por lo que Mundo Pastelero brindará producto de primera calidad satisfaciendo las necesidades y exigencias de los clientes.

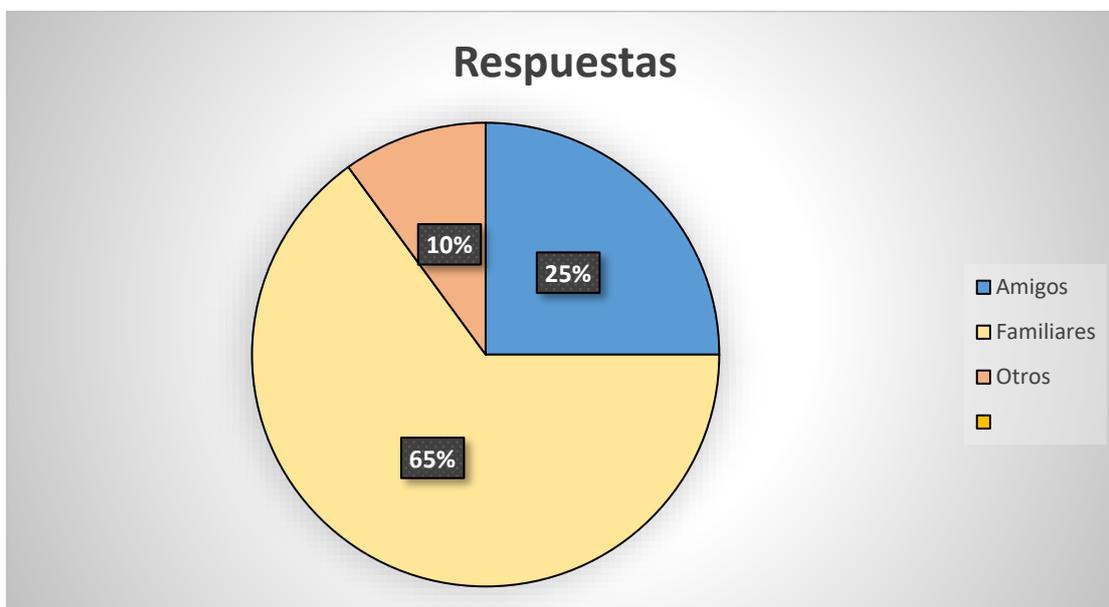
Pregunta 8.

Tabla 9. Tabulación 8

¿Con quién o quiénes acostumbra asistir a una pastelería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Amigos	35	25
Familiares	91	65
Otros	14	10
TOTAL	140	100%

Tigsi, E (2021). ¿ Con quién o quiénes acostumbra asistir a una pastelería?. Quito.

Gráfico 11 Pregunta 8, gráfico circular.



Tigsi, E. (2021). Pregunta 8, gráfico circular. Quito.

Análisis: De los 140 encuestados, el 25% manifestaron que acostumbra asistir a una pastelería con sus amigos, con familiares un 65%, y otro de tipo de relación personal un 10%. Por lo tanto, este dato nos sirve para saber la capacidad de aforo con el que debe contar el establecimiento para recibir a los clientes.

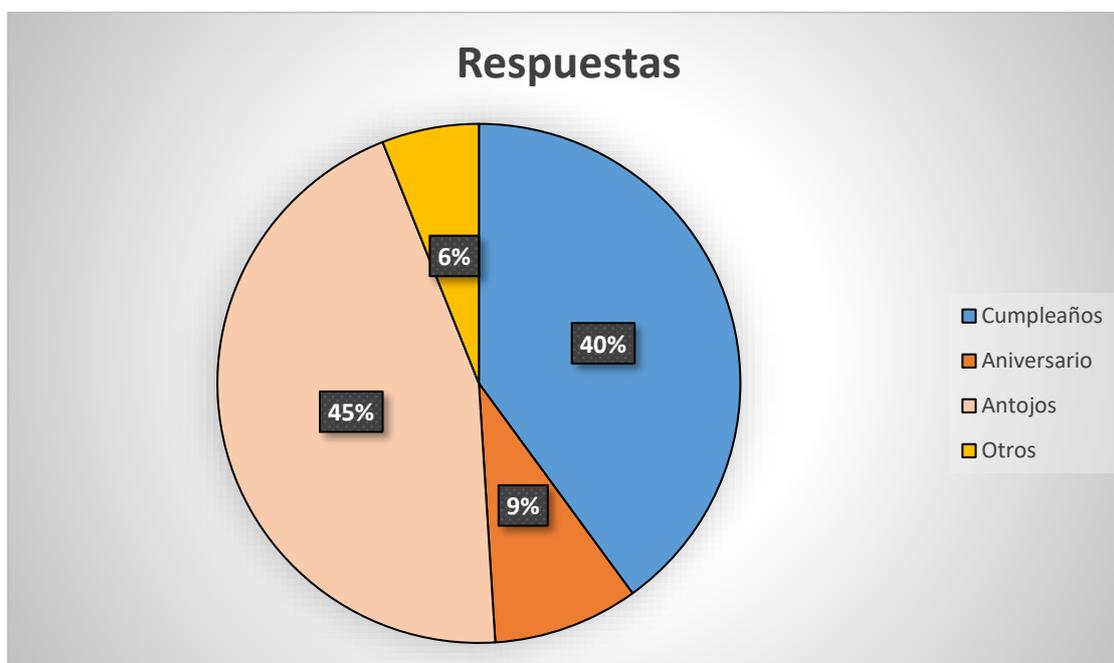
Pregunta 9.

Tabla 10. Tabulación 9

Tigsi, E. (2021). *¿ Para qué ocasión usted compra postres?* . Quito.

¿Para qué ocasión usted compra postres?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Cumpleaños	56	40
Aniversario	13	9
Antojos	63	45
Otros	8	6
TOTAL	140	100%

Gráfico 12 Pregunta 9, gráfico circular.



Tigsi, E. (2021). *Pregunta 9, gráfico circular*. Quito.

Análisis: De los 140 encuestados el 40% de las personas compran postres para eventos de cumpleaños, el 9% de las personas compran para festejar aniversarios, un 45% para satisfacer antojos, mientras que el 6% compra para otro tipo de ocasión, con esto podemos determinar qué tipo de postres se deberá ofrecer en mayor cantidad en el establecimiento.

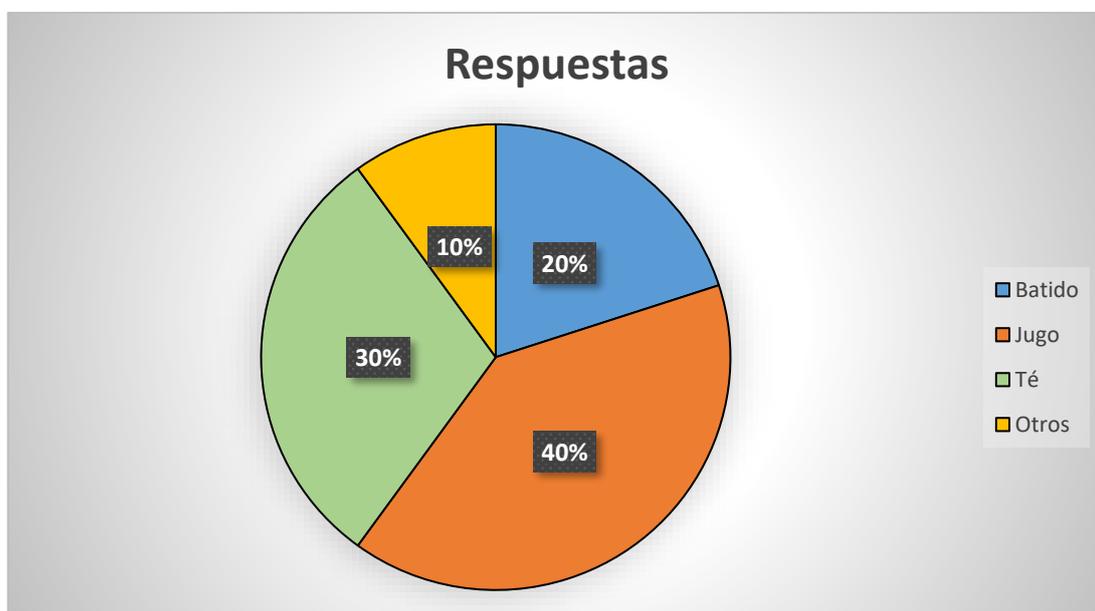
Pregunta 10.

Tabla 11. Tabulación 10.

¿Con qué bebida le gusta acompañar el consumo de un postre?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Batidos	28	20
Jugos	56	40
Té	42	30
Otros	14	10
TOTAL	140	100%

Tabla 15. Tigsi, E. (2021). ¿Con qué bebida le gusta acompañar el consumo de un postre?. Quito.

Gráfico 13 Pregunta 10, gráfico circular.



Tigsi, E. (2021). Pregunta 10, gráfico circular. Quito.

Análisis: De los 140 encuestados un 20% suele acompañar los postres con batidos, un 40% con jugos, un 30% con té, mientras que un 10% le gusta acompañar con otro tipo de bebida. Por lo tanto, Mundo Pastelero tendrá más demanda de preparación de jugos y té para el acompañamiento de los postres.

3.4.1. Análisis General.

Según el resultado obtenido a través de la encuesta realizada a personas que visitaron el Centro Comercial “Paseo San Francisco”, se llegó a la conclusión que Mundo Pastelero tendrán una buena acogida por las personas residentes del sector de Cumbayá, puesto que hay un gran porcentaje de aceptabilidad, porque la mayoría de personas consumen postres ya sea que compren en pastelería, panadería o algún otro canal de venta, además manifestaron el agrado de estar abiertos a la idea de probar un postre al estilo gourmet, elaborados con frutas autóctonas del Ecuador. También determinamos que la mayoría de personas siempre van acompañados a comprar algún tipo de postre con familiares y amigos, por lo que entendemos que a la semana se recibirá a muchos clientes que así mismo demandarán al producto por su calidad más no por el precio y en su mayoría comprarán postres por antojo y para la celebración de cumpleaños. En cuanto a bebidas las personas prefieren acompañar con té y jugos naturales, pues sabemos que no contiene mucho azúcar por lo que dará un maridaje equilibrado.

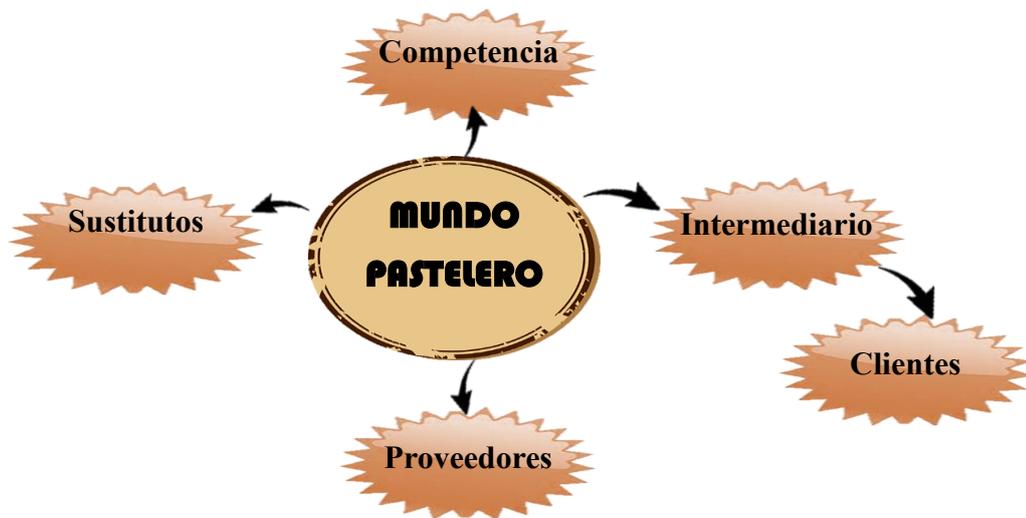
Se puede observar que las personas encuestadas todavía siguen prefiriendo postres tradicionales antes que los vanguardistas, sin embargo, sabemos que las personas están dispuestas a probar algo nuevos en: sabores, colores, texturas, aromas, y brindar nuevas experiencias, por lo tanto, es una exigencia para el establecimiento de ofrecer productos novedosos que capten la atención del cliente y cree la necesidad de probarlos. Todo esto ofrecerá Mundo Pastelero acompañado de un excelente servicio, rapidez en el mismo y calidad de los productos de A&B, por ello el servicio que ofrecerá el establecimiento, será muy importante para cumplir las necesidades y exigencias de nuestros clientes y exceder en su satisfacción.

3.5 Entorno empresarial

3.5.1 Microentorno.

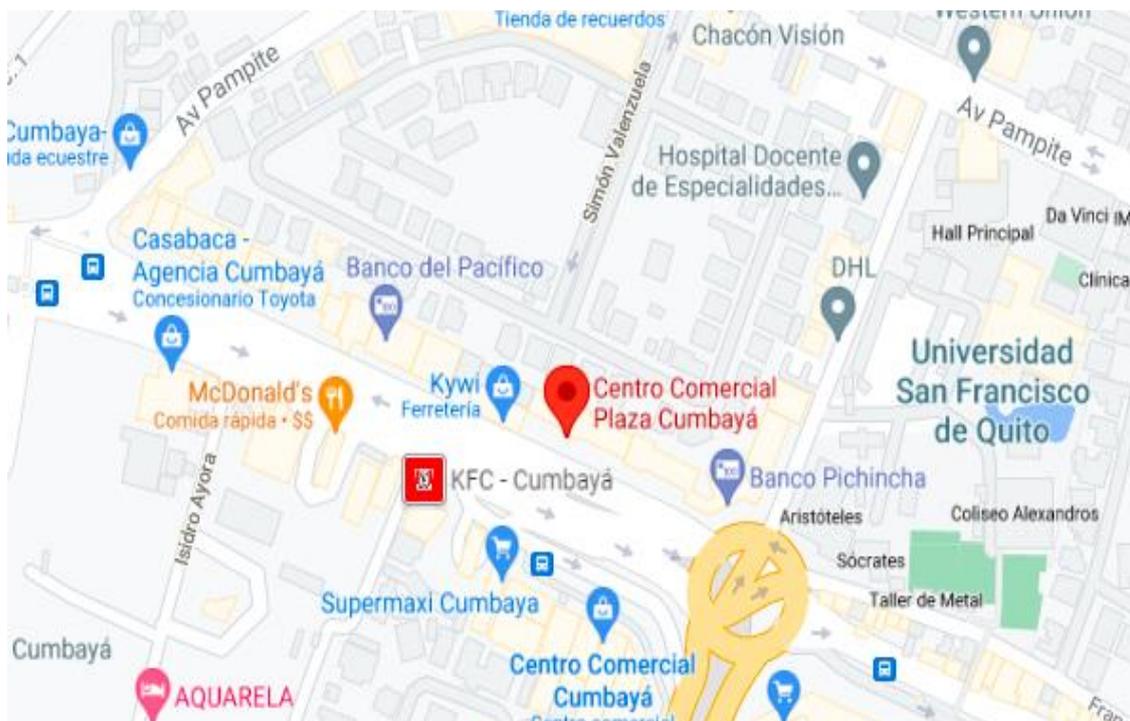
Mundo Pastelero considera su microentorno a todo aquello que le rodea puesto que tiene acción directa dentro las operaciones diarias que realiza el establecimiento, así como en los resultados y de las cuales tiene el control total.

Gráfico 14. Esquema microentorno Mundo Pastelero.



Tigsi, E. (2021). *Esquema microentorno Mundo Pastelero*. Quito.

Gráfico 15. Ubicación.



(GoogleMap, 2021) Ubicación. Recuperado de

<https://www.google.com/maps/place/Centro+Comercial+Plaza+Cumbay%C3%A1/@-0.1971607>.

- **Competencia directa.**

Luego de realizar una observación directa en el sector donde funcionará Mundo Pastelero, se encontró un establecimiento como competencia directa. Para evaluar la competencia directa, se tomó en cuenta los siguientes parámetros: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que se ofrecían.

En la Avenida Pampite y Francisco de Orellana en el sector de Cumbayá existe un local de Panadería y Pastelería llamado “Baguette” en el cual se pudo observar que venden una gran variedad de alimentos y bebidas.

- **Competencia indirecta.**

Existen un establecimiento dentro del sector que se consideran como competencia indirecta, dentro del sector donde funcionará Mundo Pastelero.

En la Avenida Oswaldo Guayasamín dentro del centro comercial “Paseo San Francisco” se encuentra un establecimiento que puede ser considerado como competencia indirecta llamado:

NATURÍSSIMO un establecimiento en el cuál se pudo observar que venden yogurt y pan de yuca.

- **Sustitutos.**

Después de recorrer el sector se encontró un solo sustituto, es el local “Maíz y Yuca” ubicado en la Avenida Oswaldo Guayasamín. Este establecimiento hace las veces de sustituto al vender alimentos y postres preparados a base del maíz y la yuca, sin embargo, no se considera competencia al no ser un establecimiento de pastelería.

- **Proveedores.**

Mundo Pastelero tomará en cuenta los siguientes aspectos para seleccionar a los proveedores: la calidad como factor principal, cumplimiento y costos, puesto que son una pieza clave para el funcionamiento del establecimiento.

Tabla 12. Proveedores.

Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Guadaproducts	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad • Varios años de experiencia en el mercado • Facilidades de pago (crédito) • Entregas al establecimiento. • Precios mayoristas. 	Frutas
Levapan	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad • Varios años de experiencia • Variedad de productos • Facilidades de pago (crédito) • Entregas al establecimiento • Precios mayoristas. 	Harinas Grasas vegetales Esencias Chocolate
Vita Leche	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad • Varios años de experiencia • Facilidades de pago (crédito) • Entregas al establecimiento • Precios mayoristas. 	Lácteos

Dioselina	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad • Varios años de experiencia • Facilidad de pago (crédito) • Entregas al establecimiento. 	Huevos
Supermercado Santa María	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Productos de calidad. • Precios mayoristas • Establecimientos extensos. 	Bebidas
Mercado Santa Clara	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de Productos • Productos de calidad • Precios Bajos. 	Botánicos
López Tapia Rubén Polivio	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos • Varios años de experiencia • Precios mayoristas • Entregas al establecimiento. 	Pasas Ciruelas Nueces Pistachos Canela Clavo de Dulce, entre otros.
Mas Cartón	<ul style="list-style-type: none"> • Suministros personalizados • Varios años de experiencia • Precios mayoristas • Entregas al establecimiento. 	Cartón, Plásticos

- **Intermediarios.**

Mundo Pastelero comercializará sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

- **Clientes.**

Mundo Pastelero es una microempresa que va dirigido para el público en general sin distinción de edad y género, con el fin de deleitarse con algún postre nuevo en el mercado, mientras comparten momentos amenos y de satisfacción con los suyos.

3.5.2. Macroentorno

Son aquellos factores sobre los que Mundo Pastelero no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Gráfico 16. Esquema macroentorno Mundo Pastelero



Tigsi, E. (20201). *Esquema macroentorno Mundo Pastelero*. Quito.

- **Factor Político.**

Los establecimientos de alimentos y bebidas que funcionan dentro del Ecuador se rigen por el Reglamento Turístico de Alimento y Bebidas emitido por el Ministerio de Turismo que “regula, clasifica, categoriza, controla y establece los requisitos para el ejercicio de la actividad turística de alimentos y bebidas a nivel nacional.” (Ministerio de Turismo, 2018). De igual forma también están sujetos a control por las leyes emitidas por el Ministerio de Salud Pública y el ARCSA que son los siguientes: Reglamento de Registro y Control

Sanitario de Alimentos, Normativa Técnica Sanitaria Sobre Prácticas Correctivas de Higiene con el fin de proteger la salud de los consumidores garantizando la higiene y seguridad de los alimentos. Debido a la situación de salubridad que atraviesa el mundo por el Covid-19 todos los establecimientos de alimentos y bebidas están bajo un control estricto de vigilancia sanitaria para precautelar la salud de la población, por lo tanto, el MINTUR, ARCSA y el MSP han emitido un manual de contingencia sanitaria que deben ser puestos en práctica de manera obligatoria por restaurantes y cafeterías hasta nuevo aviso. Mundo Pastelero iniciará sus actividades tomando en cuenta los límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, respetando las disposiciones determinadas para los negocios que aportan en la reactivación económica del país.

- **Factor Económico.**

La situación actual de emergencia sanitaria a la que se ha enfrentado el mundo entero ha provocado estragos en la economía sin excepción alguna, puesto que por un determinado tiempo todo el mundo entró en cuarenta por lo que se paralizó todo tipo de actividad afectando a la economía a gran escala. En Ecuador se entró en cuarenta por un lapso de 3 meses, situación que azotó fuertemente en el ámbito laboral y económico de la población, puesto que se despidió a centenares de personas porque las empresas quebraron, en este caso el más afectado fue el sector del turismo por lo que se cerraron hoteles y negocios de alimentos y bebidas que hasta el día de hoy no se ha logrado reactivarse totalmente, ya que el aforo permitido es un 50% dentro de estos negocios por lo que sus ingresos son menores.

Por esta razón Mundo Pastelero dependerá del desarrollo económico del país por lo que la fijación de sus precios en los productos y servicios dependerá de factores como la variación en los precios y la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador.

- **Factor Sociocultural.**

Mundo Pastelero elaborará sus productos con la mayoría de ingredientes nacionales, aportando en el desarrollo social y demostrando la calidad y gran variedad de materia prima (frutas) que se cultiva en Ecuador al momento de preparar y presentar el producto final. La tradición que tienen las familia y amigos de reunirse para festejar una fecha especial con postres novedosos ha influido en la creación de una pastelería que combina los sabores tradicionales y el estilo gourmet.

- **Factor Tecnológico.**

La tecnología ha llegado a facilitar los procesos de producción optimizando recursos económicos, materiales, humanos y en el factor tiempo. A medida que pasa el tiempo la tecnología sigue evolucionando por lo que las empresas siempre están tratando de utilizar maquinaria que le permita producir de manera eficiente, ofreciendo un mejor servicio, y esta realidad no es lejana a nuestro entorno siendo un país tercermundista puesto que los establecimientos han implementado la tecnología para el desarrollo de sus negocios como son: maquinaria moderna, aplicaciones móviles que permita darse a conocer, publicitar sus servicios, dirigirse con facilidad al establecimiento, encontrar el menú, reservar, entregar a domicilio y pagar por el bien o servicio.

Mundo Pastelero hará uso de la tecnología, aprovechando todo el potencial que le permita para agilizar los procesos de producción de alimentos y bebidas. Contará con un aplicativo el cual podrá acceder mediante un código QR al menú para ordenar sus pedidos, así mismo contará con maquinaria moderna para optimizar la producción de los postres.

- **Factor Medioambiental**

Este factor afecta al proceso de producción cuando escasea cierta materia prima por aspectos climáticos, puesto que si hay sequías o abundancia de lluvia afecta a los cultivos de mala manera y por ende se ve afectado el proceso de elaboración de los postres ya que para ello se utiliza frutas y harinas. Esta situación afecta a los precios de las materias primas por lo que no se puede ofrecer cantidad ni calidad necesaria para un uso industrial. Por lo tanto, se debe contribuir al desarrollo sostenible de estos productos evitando desperdicio o mal uso de estos insumos.

3.6. Producto y servicio

Mundo Pastelero es una pastelería dedicada a la elaboración de postres de dulce y de sal con valor gastronómico elevado, es decir, agregando un toque gourmet tanto en la preparación como en la presentación del producto final. La elaboración se basa en altos controles de calidad e higiene garantizando la seguridad alimentaria del consumidor, utilizando maquinaria moderna, así como técnicas de cocina vanguardistas que permita la transformación de texturas y formas de los ingredientes, la fusión de nuevos sabores, creando finalmente postres originales y únicos del establecimiento, además cuenta con un menú variado de bebidas para acompañar los postres. En el tema de servicio, la pastelería realiza

las siguientes actividades: takeaway (servicio para llevar), servicio a la mesa y servicio de delivery (entrega a domicilio).

3.6.1. Producto Esencial.

En la actualidad los clientes no buscan solamente satisfacer la necesidad fisiológica de alimentarse, sino que buscan un servicio combinado de calidad, precio y la experiencia de probar nuevos productos, acompañados de una infraestructura con alguna temática en especial, sin dejar pasar por alto los detalles como es el diseño del mobiliario, vajillas, música e iluminación, esto con el fin de sentir nuevas experiencias al momento de servirse un postre, es decir, buscan un ambiente acogedor, agradable y sobre todo llamativo, en donde puedan sentirse cómodos, relajados y seguros, de tal manera que puedan disfrutar de un momento de entretenimiento y placer entre amigos y familiares. La experiencia que vende Mundo Pastelero de degustar postres se basa en el buen manejo de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y sobre todo en el profesionalismo del personal puesto que son ellos quienes dan la primera y última impresión a los clientes dando una alta reputación al establecimiento.

3.6.2. Producto real.

Mundo Pastelero maneja una gran variedad de postres al estilo gourmet y bebidas naturales y procesadas entre los que se pueden encontrar:

- Postres de dulce: tiramisú, tortas, mousse, pie, galletas, crumbles, chesecake, bombones de chocolate, flan, trufas, gelatinas, mil hojas, eclaiers, churros, entre otros. Son los postres de dulce de la pastelería tradicional que no pueden faltar y que serán elaborados con un valor gastronómico elevado, mostrando la innovación en cada uno de ellos.
- Postres de sal: galletas de mantequilla, deditos de queso, empanadas de jamón, queso y otro tipo de relleno, bombas rellenas, hojaldres de sal, entre otros. Son postres para las personas que no son tan amantes al dulce.
- Bebidas naturales: es una opción saludable que no puede faltar en el menú para acompañar los postres de dulce y de sal según los gustos de cada cliente como son: zumos, jugos, smoothies, batidos e infusiones.

3.6.3. Características.

Para la elaboración de cada uno de los postres y bebidas naturales se utilizará materia prima nacional de primera calidad, con el compromiso, esmero y responsabilidad de los trabajadores de la pastelería para brindar un producto único y especial. Por lo tanto, cada producto será preparado siguiendo los lineamientos de los manuales de BPM, precautelando la bioseguridad e inocuidad del cliente. Además, en el área de servicio los trabajadores brindarán en todo momento un servicio basado en el principio de amabilidad, primacía y recencia, con el fin de satisfacer la necesidad de buen trato del cliente durante su estadía en el establecimiento.

3.6.4. Calidad.

Para la elaboración de los postres se tiene en cuenta los Manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de frío de la materia prima.
- Temperaturas de almacenamiento y preparación de los alimentos.
- Sistema de almacenamiento (FIFO).
- Tiempos de elaboración por producto.
- Aseo personal de los empleados.
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- Limpieza y desinfección de utensilios y máquinas dentro de la pastelería.
- Análisis de puntos críticos de control.
- Puntos críticos de las ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos).
- Tipos y medios de contaminación de alimentos.

3.6.5. Estilo.

Mundo Pastelero maneja un estilo gourmet tanto en la presentación como en la elaboración, utilizando siempre ingredientes, técnicas y recursos sofisticados que permita la transformación de texturas, fusión de ingredientes y sabores, combinando lo tradicional con lo vanguardista, para crear postres únicos y diferentes. El establecimiento tendrá una

temática con colores vintage en colores pasteles, poniendo en práctica estrategias de diferenciación que nos ayudará a distinguir y sobresalir del resto, llamando la atención del cliente en todo momento. El tipo de servicio con el que se manejará es conocido como “americano” o “emplatado” puesto que los postres ya vienen individualmente sobre el plato desde el área de producción para ser servidos directamente en la mesa.

3.6.6. Marca.

Mundo Pastelero es un nombre que hace referencia a la grandeza, la variedad, lo extraordinario y la exclusividad de sus postres, puesto que desde que ingresa al establecimiento, el cliente se transportará a los años 50 y 80 por la temática vintage en colores pasteles que la infraestructura ofrece y así mismo, por el diseño del mobiliario y las vajillas. La razón principal de esta microempresa es que el cliente perciba el negocio como único, auténtico y diferente del resto, para compartir momentos especiales y amenos con amigos y familiares. Por esta razón Mundo Pastelero es creado y da la bienvenida a todas las personas amantes del dulce que están dispuestos a degustar postres tanto tradicionales como vanguardistas preparados en el establecimiento.

3.6.7. Valor Gastronómico Agregado

Lo que diferencia a Mundo Pastelero de su competencia es el valor gastronómico agregado en la preparación de los postres al estilo gourmet y la temática del establecimiento, en donde los clientes podrán degustar de un postre y a la vez celebrar fechas especiales, disfrutando del lugar puesto que cuenta con espacios para fotografía mientras se sirven sus postres. Mundo Pastelero fijará precios competitivos y asequibles para los clientes, con el propósito de ofrecer productos con un alto grado de calidad y presentación.

3.7. Plan de introducción al mercado

3.7.1. Distintivos y Uniformes

Área de Pastelería.

El chef administrador y el ayudante de pastelería usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- **Chef administrador.**
 - * Chaqueta negra de mangas largas con detalles en color rosa palo y el sello distintivo de la empresa.
 - * Faldón blanco llano.
 - * Pantalón negro de cocina.
 - * Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
 - * Toca de chef.
 - * Pico de loro (opcional).
 - * Medias negras largas.

Gráfico 17. Diseño uniforme chef administrador



Tigsi, E. (2021). Diseño uniforme chef administrador. Quito.

- **Ayudante de Pastelería.**

- * Chaqueta blanca de mangas largas con detalles en color negro y el sello distintivos de la empresa.
- * Faldón color negro llano.
- * Pantalón negro de cocina.
- * Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
- * Champiñón color blanco.
- * Pico de loro (opcional).
- * Medias negras largas.

Gráfico 18. Diseño uniforme ayudante de cocina



Tigsi,E. (2021). Diseño uniforme ayudante de cocina. Quito.

Personal del área de servicio.

Tanto la persona de servicio al cliente como el cajero - recepcionista usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos de la empresa, dichos uniformes constarán de:

- **Vendedor/a y cajera- recepcionista.**
- * Camisa blanca con un chaleco negro con el respectivo sello de la empresa.
- * Delantal de servicio color blanco y llano.
- * Pantalón negro.
- * Zapatos negros limpios.
- * Malla para el cabello.

Gráfico 19. Diseño uniforme personal del área de servicio.



Tigsi, E. (2021). Diseño uniforme, personal del área de servicio. Quito.

3.7.2. Materiales de identificación.

Imagotipo.

Gráfico 20. Imagotipo Mundo Pastelero.



Tigsi, E. (2021). Imagotipo Mundo Pastelero. Quito.

Elementos a destacar:

- Los cupcakes, torta, bombones y especias representando la pastelería gourmet.
- Las flores y los colores representan el estilo “vintage” del establecimiento.
- El logotipo del establecimiento “Mundo Pastelero”.
- El eslogan del restaurante “Llenamos de sabor tu paladar”
- Los colores usados:
 - Colores pasteles de fondo.
 - Color rojo en los postres y las flores, este color aumenta el deseo de comer.
 - Amarillo en los cupcakes, este color transmite felicidad y luminosidad. Capta la atención del cliente.
 - Negro para resaltar las letras.
- El Isotipo es claro en resaltar la relación entre la pastelería gourmet, con estilo y colores vintage, donde se destaca el fondo y los postres.

Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa.

Gráfico 21. Anverso tarjeta de presentación



Tigsi, E. (2021). Anverso tarjeta de presentación. Quito.

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del chef administrador, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Gráfico 22. Reverso tarjeta de presentación



Tigsi, E. (2021). Reverso tarjeta de presentación. Quito.

Hoja membretada.

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Gráfico 23. Hoja membretada



Tigsi, E. (2021). Hoja membretada. Quito.

3.8. Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Mundo Pastelero es su establecimiento ubicado al norte de la ciudad de Quito, en el sector de Cumbayá Av. Oswaldo Guayasamín\ y Francisco de Orellana.

- **Promoción.**

- * El principal canal de promoción serán las redes sociales Instagram y Facebook.
- * Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flayers pegados en establecimientos, centros comerciales, entre otros.
- * Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.

- **Contacto.**

- * Tarjetas de presentación.
- * E-mail.
- * WhatsApp.
- * Facebook.
- * Instagram.

- **Correspondencia.**

- * A través de e-mail corporativo.

- **Negociación**

- * Directa en el establecimiento con cita previa.
- * A través de videoconferencia. (Zoom).
- * Vía telefónica.

- **Financiamiento.**

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$3.33
Publicidad Facebook	3 veces por mes	\$10.00
TOTAL		\$13.33
TOTAL ANUAL		\$159.96

Tabla 13. Financiamiento publicidad.

Tigsi, E. (2021). Financiamiento publicidad. Quito.

3.9. Riesgo y oportunidades del negocio

Actualmente, uno de los riesgos principales que enfrenta los establecimientos de A&B, es por la emergencia sanitaria nacional debido al COVID 19. Por tal motivo para la reactivación de este sector se ha tenido que implementar normas estrictas de bioseguridad, en todos los procesos tanto de producción como de servicio que brinda dentro del establecimiento para la apertura del mismo. Ya que, en todos estos procesos de elaboración de los postres, los trabajadores manipulan directamente cada uno de los productos.

Si bien es cierto que esta situación de la pandemia ha provocado el cierre de los negocios para otros ha sido una oportunidad dentro de este mercado, por lo que Mundo Pastelero tiene una gran oportunidad de mercado gracias a la aceptabilidad de las personas residentes del sector.

La oportunidad más grande que tiene Mundo Pastelero es la de posicionarse en un mercado que debido a la emergencia por el COVID 19 ha ido en caída, ya que a raíz de la emergencia sanitaria los establecimientos de restauración se han visto perjudicados, a tal manera de que muchos de ellos tuvieron que cerrar sus puertas, el día de hoy es todo lo contrario, el país de a poco está tratando de regresar a la normalidad, y con esto los nuevos establecimientos de alimentos y bebidas están surgiendo y creciendo debido a los nuevos sistemas de servicios que se vieron obligados a implementar.

Uno de estos es la tecnología, que ayuda a: tomar ordenes, realizar reservaciones, elegir platos en menús digitales, entregas a domicilio así como para el pago realizar mediante una banca móvil o transferencias bancarias, sin dejar de resaltar la gran ayuda que

brindan las redes sociales para una publicidad digital que puede llegar a centenares de personas, es por eso también que una de las grandes oportunidades que tiene Mundo Pastelero, la de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente.

3.10. Fijación de Precios

3.10.1. Fijación de precios por receta estándar.

Los precios en las recetas presentadas a continuación han sido calculados para un solo PAX (comensal). Se toma en cuenta el costo de los productos usados para preparar el postre, y la referencia es el costo por kilogramo del producto. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos.
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos).
- Gastos administrativos.
- Utilidad.
- IVA.
- Costo de servicio.

En la receta se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del postre.

A continuación, se presentan los costos de 3 recetas:

- Chessecake de Chocolate con un Glaseado espejo de Maracuyá.
- Mousse de Uvilla.
- Zumo de Sandía y Frutilla.

- **Chessecake de Chocolate con Glaseado espejo de Maracuyá**

Tabla 14 Chessecake de Chocolate con Glaseado espejo de Maracuyá, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Chessecake de Chocolate con Glaseado espejo de Maracuyá		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	09/08/2020		Chef: Erika Tigsi	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Galleta óreo	gr	\$0.35	30	\$0.18
Mantequilla sin sal	gr	\$2.48	15	\$0.07
Chocolate Blanco Cobertura	gr	\$3.50	50	\$0.35
Queso crema	gr	\$2.90	100	\$0.29
Azúcar glas	gr	\$1.00	30	\$0.03
Extracto de vainilla	gr	\$0.60	5	\$0.05
Nata para montar	gr	\$1.80	35	\$0.15
Gelatina sin sabor	gr	\$0.60	5	\$0.04
Azúcar	gr	\$0.50	20	\$0.02
Leche condensada	ml	\$1.98	25	\$0.05
Glucosa	ml	\$2.10	40	\$0.08
Chocolate negro 60%	g	\$3.70	40	\$0.15
Pulpa de Maracuyá	ml	\$2.80	35	\$0.10
Agua	ml	\$0.75	25	\$0.04
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$1.60
			10% imprevistos	\$0.16
			Total neto	\$1.76
			Gasto de fab. 15%	\$0.26
			Factor costo 33,33%	\$0.59
			M.O. 45%	\$0.79
			G. Admin. 12%	\$0.21
			45% utilidad	\$0.79
			Subtotal	\$4.40
			12% IVA	\$0.53
			10% servicio	\$0.44
			Total	\$5.37

Tigsi, E. (2021). Chessecake de Chocolate con un Glaseado espejo de Maracuyá, receta estándar de costos. Quito.

- **Chessecake de Chocolate con Glaseado espejo de Maracuyá**

Tabla 15..Receta estándar de producción.

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Chessecake de Chocolate con Glaseado espejo de Maracuyá						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL			PUNTOS DE CONTROL		
30	g	Galletas oreo					Trituradas	
15	g	Mantequilla sin sal	Temperatura ambiente 20 C.					
50	g	Chocolate Blanco cobertura	Temperatura 35 C				Picar-Baño María	
100	g	Queso Crema	Temperatura ambiente 20 C.				Creumar	
30	g	Azúcar Glas					Tamizar	
5	g	Extracto de Vainilla						
35	g	Nata para montar					Creumar	
5	g	Gelatina sin sabor					Hidratar	
20	g	Azúcar						
25	ml	Leche condensada					Creumar	
40	ml	Glucosa						
40	g	Chocolate semiamargo 50%	Temperatura 50 -55C				Baño María	
35	ml	Pulpa de maracuyá	Temperatura 0- 4C					
25	ml	Agua	Purificada					
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Triturar la galleta oreo y agregar la mantequilla sin sal clarificada, agregar de base en el molde hasta compactar. Refrigerar por 30 minutos.						
		2. Llevar a Bano María el chocolate blanco, dejar enfriar. En un bowl batir el queso crema.						
		3. Luego añadir el azúcar glas y el extracto de vainilla, mientras se mezcla incorporar el chocolate, reservar.						
		4. En otro bowl batir la nata hasta obtener picos firmes, luego verter a la mezcla de queso crema e integrar con movimientos envolventes.						
		5. Verter sobre el molde de la galleta y llevar a la nevera hasta el día siguiente.						
		6. Para el glaseado de chocolate, hidratar la gelatina en agua fría y reservar. En un bowl añadir el agua, azúcar, leche condensada, glucosa, pulpa y llevar a ebullición 2 a 3 minutos.						
		7. Fundir el chocolate y agregar a la mezcla. Por último, añadir la gelatina. Mezclar y dejar enfriar a una temperatura 37-38C.						
		8. Por último verter sobre el chessecake y decorar.						
		9. Servir, listo.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
120	470	-	41.55	11.81	76.52	119.1	512	-

- Mousse de Uvilla decorado con Merengue Suizo

Tabla 16. Mousse de Uvilla con Merengue Suizo, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Mousse de Uvilla con Merengue Suizo.	Código: 002		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	10/08/2020	Chef: Erika Tigsi		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Galletas de vainilla	g	\$0.85	40	\$0.19
Mantequilla sin sal	g	\$2.48	50	\$0.25
Pulpa de Uvilla	ml	\$2.80	45	\$0.25
Azúcar	g	\$0.55	70	\$0.08
Yemas de huevo	u	\$0.15	1	\$0.15
Extracto de vainilla	g	\$0.60	5	\$0.05
Queso Crema	g	\$2.60	40	\$0.21
Crema de Leche	ml	\$3.50	50	\$0.18
Gelatina sin sabor	g	\$0.60	4	\$0.03
Agua	ml	\$1.60	15	\$0.02
Claros de huevo	u	\$0.15	20	\$0.15
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$1.56
			10% imprevistos	\$0.16
			Total neto	\$1.71
			Gasto de fab. 15%	\$0.26
			Factor costo 33,33%	\$0.57
			M.O. 45%	\$0.77
			G. Admin. 12%	\$0.21
			45% utilidad	\$0.77
			Subtotal	\$4.29
			12% IVA	\$0.51
			10% servicio	\$0.43
			Total	\$5.23

Tigsi, E. (2021). Mousse de Uvilla con Merengue Suizo, receta estándar de costos. Quito.

- **Mousse de Uvilla**

Tabla 21.. Receta estándar de producción.

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Mousse de Uvilla con Merengue Suizo						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
40	g	Galletas de vainilla			Trituradas			
50	g	Mantequilla sin sal	Temperatura ambiente 20 C.		Clarificada			
45	g	Pulpa de Uvilla			Baño María			
70	g	Azúcar	Blanca					
1	u	Yemas de huevo			Sabayón			
5	g	Extracto de vainilla						
40	g	Queso Crema			Cremar			
50	ml	Crema de Leche	Temperatura		Cremar			
4	g	Gelatina sin sabor			Hidratar			
15	ml	Agua	Purificada		Hidratar			
20	gr	Claras de huevo	Temperatura 50C		Baño María			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Triturar la galleta de vainilla y agregar la mantequilla sin sal clarificada, agregar de base en el molde hasta compactar. Refrigerar por 30 minutos.						
		2. Extraer la pulpa de la uvilla, llevar a Baño María, dejar enfriar. En un bowl agregar las yemas y el azúcar llevar a baño maría y agregar la pulpa de la uvilla y mezclar.						
		3. Dejar que espese y añadir la mantequilla en cubos.						
		4. Hidratar la gelatina sin sabor más el agua y agregar a la mezcla de la pulpa y añadir extracto de vainilla.						
		5. En un bowl batir el queso crema y la crema de leche. Una vez cremado agregar la mezcla de la pulpa e incorporar con movimientos envolventes.						
		6. Colocar la mezcla en el molde y refrigerar.						
		7. Para la cobertura agregar en una olla la pulpa de la uvilla con las pepas más el azúcar, agua y la gelatina sin sabor. Refrigerar.						
		8. Realizar el merengue suizo con la clara más el azúcar y llevar a Baño María a una temperatura de 50C.						
		9. Una vez disuelto el azúcar, batir hasta formar picos firmes.						
		10. Una vez refrigerado el mousse, decorar con el merengue. Listo.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
120	831.22	-	41.31	7.21	117.84	137.13	294.65	-

- **Zumo de Sandía y Frutilla**

Tabla 17. Zumo de Sandía y Frutilla, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Zumo de Sandía y Frutilla.	Código: 003		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	10/08/2020	Chef: Erika Tigsi		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Sandía	g	\$1.20	150	\$0.18
Frutilla	g	\$1.00	80	\$0.18
Naranja	ml	\$0.25	30	\$0.25
Menta	g	\$1.25	5	\$0.18
FOTOGRAFÍA 			Total bruto	\$0.78
			10% imprevistos	\$0.08
			Total neto	\$0.86
			Gasto de fab. 15%	\$0.13
			Factor costo	\$0.29
			33,33%	
			M.O. 45%	\$0.39
			G. Admin. 12%	\$0.10
			45% utilidad	\$0.39
			Subtotal	\$2.16
			12% IVA	\$0.26
10% servicio	\$0.22			
Total	\$2.64			

Tigsi, E. (2021). Zumo de Sandía y Frutilla, receta estándar de costos, Quito.

- **Zumo de Sandía y Frutilla**

Tabla 21..Receta estándar de producción.

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Zumo de Sandía y Frutilla						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL			PUNTOS DE CONTROL		
150	g	Sandía				Lavada y cortada		
80	g	Frutilla				Lavada		
30	ml	Naranja	Zumo			Lavada y extraída el zumo		
5	g	Menta	Hojas			Lavada		
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Lavar y desinfectar las frutas y las hojas de menta.						
		2. Cortar la sandía en cubos, sacar las pepas y extraer el zumo de la naranja.						
		3. Colocar todos los ingredientes en la licuadora, servir y decorar con una sandía.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
250	84.7	-	4.07	1.74	21	0	2.3	-

3.11. Capacidad instalada

3.11.1. Implementación del negocio

- **Arriendo del local.**

Tabla 18. Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$500	\$3000	\$6000

Tigsi, E. (2021). Arriendo del local. Quito.

- **Equipos industriales.**

Tabla 19. Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Batidora Amasadora HKK	1	\$550.00	\$550.00
Horno de Convección UNOX	1	\$700.00	\$700.00
Licadora Industrial	1	\$350.00	\$350.00
Frigorífico Walker	1	\$350.00	\$350.00
Cocina de inducción (Midea)	1	\$200.00	\$200.00
Tanque de gas 30kg	1	\$48.00	\$48.00
Balanza digital	2	\$8.48	\$16.96
TOTAL			\$2214.96

(ver anexos 3- 8)

- **Equipos de computación.**

Tabla 20. Equipos de computación.

Tigsi, E. (2021). Equipos industriales. Quito.

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP Core I5	1	\$500.00	\$500.00
Impresora EPSON Stylus	1	\$35.00	\$35.00
TOTAL			\$535.00

Tigsi, E. (2021). Equipos de computación.

- **Muebles y enseres.**

Tabla 21. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Vitrina expositoras	2	\$120.00	\$240.00
Mostrador	2	\$150.00	\$300.00
Estanterías	2	\$60.00	\$120.00
Mesas de madera	4	\$50.00	\$200.00
Sillas de madera	1	\$20.00	\$200.00
Vasos de vidrio 325ml	20	\$0.90	\$18.00
Tabla de picar grande	3	\$5.00	\$15.00
Set de chuchillos (9 piezas)	2	\$19.99	\$39.98
Bowl acero inoxidable (set 5 piezas)	3	\$25.99	\$77.97
Juego de Moldes de acero inoxidable(18 piezas)	2	\$18.00	\$36.00
Set para Decoración	2	\$12.00	\$24.00
Juego de Vajilla y Cucharas	2	\$20.00	\$40.00
TOTAL			\$1310,95

Tigsi, E. (2021). Muebles y enseres. Quito.

- **Equipos industriales de seguridad**

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$18.00	\$18.00
Bomba de mano desinfectante	2	\$7.00	\$14.00
Detector de gas GLP	1	\$24.64	\$24.64
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2.00	\$10.00
TOTAL			\$66.64

Tabla 22. Equipos industriales de seguridad

Tigsi, E. (2021). Equipos industriales de seguridad. Quito.

- **Suministros de oficina.**

Tabla 23. Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	1	\$3.50	\$3.50
Grapadora	2	\$3.50	\$7.00
Grapas (caja)	1	\$1.15	\$1.15
Caja 3 resaltadores	2	\$1.80	\$3.60
Esferos BIC (rojo, azul, negro y verde)	8	\$0.40	\$3.20
Perforadora	1	\$3.00	\$3.00
Libreta	3	\$1,50	\$4.50
Carpeta de cartón	20	\$0.22	\$4.40
Tijeras	2	\$0.45	\$0.90
TOTAL			\$31.25
TOTAL ANUAL			\$375.00

Tigsi, E. (2021). Suministros de oficina. Quito.

- **Servicios básicos.**

Tabla 24. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$30.00
Luz	\$80.00
Teléfono	\$40.00
Internet	\$30.00
TOTAL	\$180.00
TOTAL ANUAL	\$2160.00

Tigsi, E. (2021). Servicios básicos. Quito.

- **Materiales de limpieza.**

Tabla 25. Materiales de limpieza

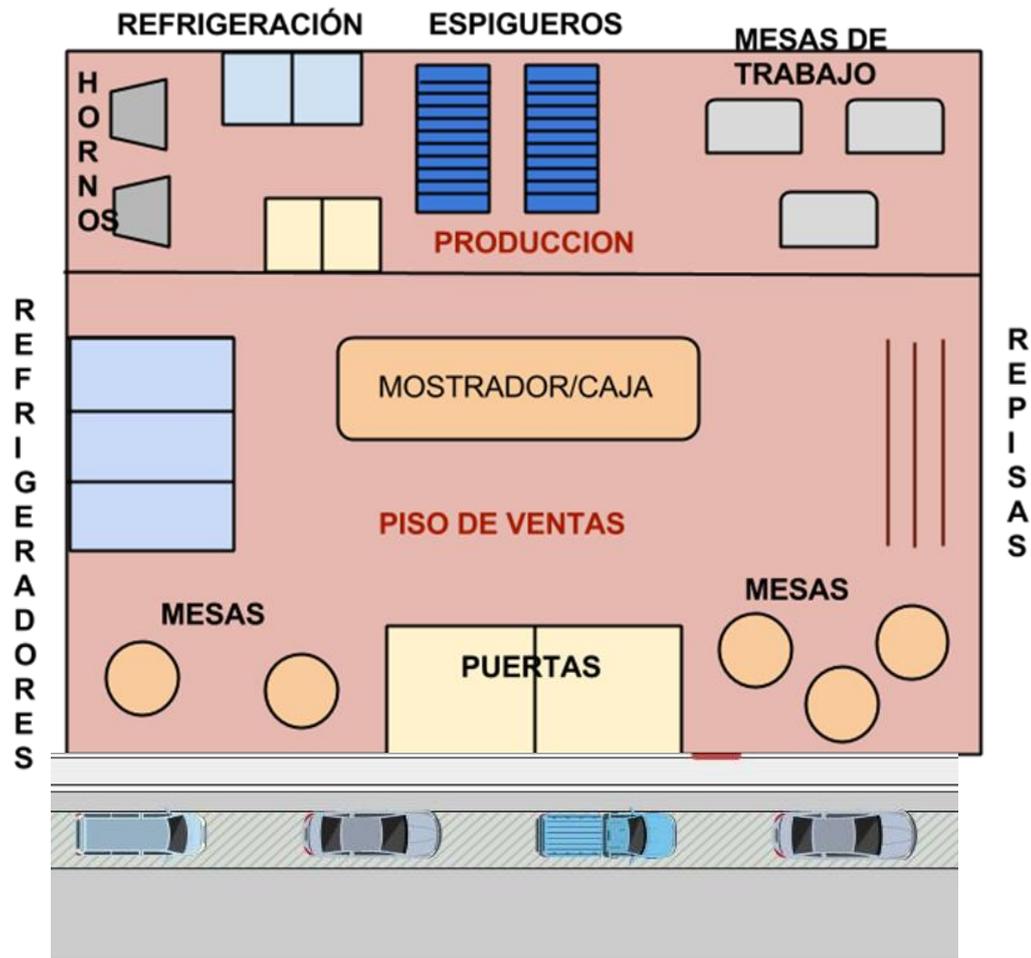
MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de fibra suave	2	\$3.00	\$6.00
Trapeador	2	\$3.00	\$6.00
Cloro 1 Gal	2	\$5.00	\$10.00
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$12.00	\$12.00
Fibra/lustre	3	\$0.90	\$2.70
Esponja lavaplatos	2	\$0,75	\$1.50
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.25	\$1.25
Lavavajillas líquido 500ml	2	\$1.40	\$2.80
Pala	2	\$2.50	\$5.00
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.50	\$5.50
Papel higiénico jumbo 200 metros	4	\$1.00	\$4.00
Toalla de papel	2	\$3.50	\$7.00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9.50	\$9.50
TOTAL			\$73.25
TOTAL ANUAL			\$879.00

3.12. Estudio arquitectónico

Para el diseño de Mundo Pastelero se toma en cuenta la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (20 personas). En el área de producción, se ha considerado el espacio que necesitarán los chefs de pastelería para moverse con tranquilidad en el cumplimiento de cada una de sus actividades. No se han agregado espacios específicos para bodegas ya que el almacenamiento se hará en el área de producción. Como se puede observar, se agregó un garaje para la llegada de los clientes de tal manera que se sientan cómodos y seguros.

Estructura interna del establecimiento.

Gráfico 24. Estructura del establecimiento.



Tigsi, E. (2021). Estructura del establecimiento. Quito.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los trámites y permisos pertinentes.

4.1. Servicio de Rentas Internas / SRI

En esta entidad obtener el RISE (Régimen Impositivo Simplificado) no tiene ningún costo (SRI, 2021).

Para obtener el RISE se necesita:

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado.
- Documento que certifique el lugar donde se realizará la actividad económica, como planilla de agua, luz, teléfono u otros servicios; contrato de arriendo; pago de Impuesto Predial.

4.2. Patente Municipal

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. Los requisitos que se solicitan son (PORTAL DE SERVICIOS MUNICIPALES, 2021).

- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Éste se puede obtener en la página www.quito.gob.ec
- Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.
- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual.

4.3. Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA

Para poder obtener el permiso que emite la entidad ARCSA, se debe cancelar un valor de \$96,00 dólares y los requisitos que solicitan son: (ARCSA, 2021).

- Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.

- Registro Único de Contribuyentes.
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.

4.4. LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ)

Para obtener la LUAE se necesitan los siguientes requisitos y no tienen ningún costo (PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS, 2021).

- Formulario de Solicitud LUAE.
- Copia de RUC.
- Copia de cédula.
- Copia de papeleta de votación vigente.
- Copia del nombramiento del representante legal.

Dentro de este permiso se toman en cuenta algunos factores, como:

- Si el local no es propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo.
- Si es propiedad horizontal: Autorización de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal.
- Si el rótulo es existente: Dimensiones y fotografía de la fachada del local.
- Si es rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.

4.5. IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.

- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

4.6. Ministerio de Turismo

Para obtener la certificación del Ministerio de Turismo se debe realizar los siguientes pasos y además el trámite no tiene ningún costo (MINTUR, 2021).

- Solicitud Registro Turístico General.
- Copia legible y actualizada del Registro Único de Contribuyentes (RUC), con la actividad económica y nombre comercial a registrar.
- Copia legible y actualizada (vigencia 30 días) Certificado de Búsqueda Fonética de no encontrarse registrada el nombre comercial. Dirección Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI): Av. República y Diego de Almagro – Edificio FORUM 1er. Piso. Importante: En caso de personas jurídicas adjuntar lo siguiente a los anteriores requisitos generales.
- Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatuto.
- Copia del nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Ingresar requisitos generales en las ventanillas de Quito Turismo.
- Quito Turismo, realizará la verificación al establecimiento, donde se informará al usuario sobre la actividad turística, tipo y categoría en la que se registra el establecimiento, de acuerdo al Reglamento de Alimentos y bebidas emitido por el Ministerio de Turismo y Reglas Técnicas emitidas por la entidad Municipal.
- El usuario podrá retirar el Registro Turístico en Quito Turismo, 10 días posteriores a la emisión del Informe de Verificación de Conformidad, con la copia de la solicitud de ingreso de documentación. (usuario).
- El valor de la Tasa de Turismo, se emite una vez que el establecimiento cuente con las aprobaciones técnicas de los componentes de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas “LUAE”. (Quito Turismo- Municipio de Quito).
- Verificar el valor de Tasa de Turismo en la plataforma de consulta municipal.

- El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse en el caso del Distrito Metropolitano de Quito, a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico – Quito.

4.7 RAET (Registro de Actividades Económicas para la Gestión Tributaria)

El RAET es el Registro de Actividades Económicas para la Gestión Tributaria, mediante el cual se le asigna un número al contribuyente para su inscripción en el catastro. (RAET, 2021).

- Copia del RUC.
- Copia de Cédula y Papeleta de Votación.
- Formulario de inscripción en el RAET.
- Formulario de Acuerdo para uso de Medios Electrónicos.
- Copia de planilla de Servicios Básicos.

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área

El Sector de Alimentos y Bebidas, tiene un alto impacto con el medio ambiente, ya que, se trabaja con productos orgánicos y químicos donde puede causar algún tipo de daño en los procesos que realiza la microempresa.

Por lo cual Mundo Pastelero tiene como objetivo prevenir y restaurar los daños que se pueda causar al medio ambiente en el proceso de elaboración de postres de dulce y de sal y que el establecimiento pueda ocasionar.

Al momento del consumo en el establecimiento las personas desechan materiales plásticos, cartón, papel, por lo tanto, el establecimiento contará con tachos de basura diferentes por colores y cada uno contará con señaléticas que distingan los diferentes tipos de residuos como orgánicos en el tacho de color verde, papel y cartón tacho de color plomo y los residuos plásticos en el tacho de color azul.

El impacto social se puede visualizar en la comunidad o sector donde está ubicado la pastelería, por lo cual se identificará cosas positivas y negativas cuando Mundo Pastelero esté brindando su servicio.

5.2 Impacto ambiental

Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar la pastelería.

- **Contaminación que ocasiona la basura:** los residuos que los clientes generan al momento del consumo dentro y fuera del establecimiento, tales como: fundas, servilletas, botellas, papel, vidrio, cartón entre otros.
- **Contaminación al momento de limpiar la pastelería:** cuando se realiza la limpieza de pisos, área de producción, utensilios de pastelería y demás se lo realiza con productos químicos que al mezclarse con agua se convierten en aguas residuales y si no se evacúan por tuberías con el tiempo provocará contaminación ambiental.

- **Consumo de electricidad:** los frigoríficos donde se almacenará los ingredientes para la producción de los postres y para el almacenamiento de los mismos consumen alto consumo de energía.
- **Consumo de agua:** al momento de realizar la producción, la limpieza del establecimiento y los utensilios que se usan en la pastelería se debe realizar un estricto control del agua ya que, sin el manejo adecuado, se generará un desperdicio del líquido vital de manera irresponsable.

Medidas para contrarrestar los impactos generados por la pastelería.

- Para los desechos generados en el establecimiento se colocarán tachos de basura en sitios estratégicos que estén visibles para los clientes.
- Comprobar que la tubería que desemboca en el alcantarillado este en buen estado.
- Utilizar productos amigables para el medio ambiente.
- Mantener las refrigeradoras y congeladoras conectadas a un adaptador de consumo de energía.

5.3 Impacto social

Igualdad de género

Mundo Pastelero desarrollará una política de igualdad de género que evite la discriminación profesional en salarios, trato a sus trabajadores y los implementos necesarios para la producción. También se aceptarán colaboradores de ambos sexos que acepten las políticas internas de la empresa.

Generar empleo

Mundo Pastelero generará empleos a personas del sector, ya sean productores que proveen de ingredientes necesarios para la elaboración de cada uno de los postres y personas naturales que aporten con el crecimiento de la empresa, de tal manera que se generará fuentes de empleo y apoyo al factor económico del sector.

Atracción de empleados

Implementar una política que incluya una gestión empresarial que sea sostenible y sobre todo responsable, se crea una aceptación por parte de los trabajadores de la empresa, para que ellos se sientan en confianza y seguros del lugar de trabajo de tal manera que rindan al máximo en su desempeño laboral.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

En el consecutivo capítulo se detalla el análisis financiero del proyecto MUNDO PASTELERO, donde se indica la perspectiva del punto de vista económico y en dónde se estudia cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para lograr posesionar a la pastelería dentro del mercado gastronómico del Sector.

6.2. Inversiones

Una inversión determina recursos con el objetivo de obtener un beneficio de compra o creación de activos o de capital, es decir el acto de no consumir esos recursos ahora para satisfacer necesidades en el presente, sino de destinarlos a satisfacer necesidades en el futuro.

6.3. Activos Fijos

Abarca equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles–enseres, sumando como total de activos fijos \$4127,55

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0
Vehículo	0
Equipos Ind.	2281,60
Equipos de Computación	535
Muebles / Enseres	1310,95
TOTAL ACTIVOS FIJOS	4127,55

Tabla 26 Activos Fijos. (2021). Elaborado por Erika Tigi.

6.4. Activos diferidos

Concierne en todos los gastos o inversión para la creación de la empresa.

Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$400 en lo que determina pagar la obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	400
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	400

Tabla 27 Activos diferidos (2021). Elaborado por Erika Tigi.

6.5. Capital de trabajo

Son todos los recursos a utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, etc.

En lo que concierne al establecimiento, en el periodo de un año se dispone a pagar un total en sueldos con veinte y cinco mil quinientos ochenta y tres dólares con veinte centavos, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de dos mil ciento sesenta dólares, material de oficina (papelería, lápiz, etc) con trecientos setenta y cinco dólares, material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc) ochocientos setenta y nueve dólares, el alquiler de local por seis mil dólares, publicidad con ciento cincuenta y nueve con noventa y seis centavos, costo de materia prima de tres mil dólares, gastos financieros tres mil doscientos once dólares con veinte y ocho centavos, dándonos un total de cuarenta y cinco mil ochocientos noventa y cinco dólares con noventa y nueve centavos.

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	25583,2
Servicios Básicos	2160,0
Material oficina	375,0
Material limpieza	879,0
Servicio auto	0
Alquiler local	6000
Publicidad	159,96
Adquisición de materia prima	3000

Gastos financieros	3.212,83
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	41369,99

Tabla 28 Capital de trabajo (2021). Elaborado por Erika Tigsí.

TOTAL DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	4127,55
Total Activos Diferidos	400
Total Capital de Trabajo	41369,99
TOTAL INVERSION	45897,54

Tabla 29 Detalles de inversión (2021). Elaborado por Erika Tigsí.

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de 45897,54.

6.6. Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales.

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente Chef	600	7200	680,4	874,8	7394,4
Ayudante de Pastelería	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Recepcionista/Cajero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Vendedor	400	4800	453,6	583,2	4929,6
TOTAL	1800	21600	2041,2	2624,4	22183,2

Tabla 26. Sueldos. (2021). Elaborado por Erika Tigsí.

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4º	DECIMO 3º	TOTAL DECIMOS
Gerente Chef	600	400	600	1000
Ayudante de Pastelería	400	400	400	800
Recepcionista/ Cajero	400	400	400	800
Vendedor	400	400	400	800
TOTAL	1800	1600	1800	3400

Tabla 27. Décimos (2021). Elaborado por Erika Tigsi.

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
22183,2	3400	25583,2

Tabla 30 Sueldos totales (2021). Elaborado por Erika Tigsi.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$25.583,2 anual.

6.7. Depreciación activos fijos.

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$537,57.

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind. + Maquinaria Ind.	2281,60	10%	228,16
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos de Computación	535,0	33,33%	178,31
Muebles y Enseres	1310,95	10%	131,10
TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			537,57

Tabla 31. Depreciación de activos fijos (2021). Elaborado por Erika Tigsi.

6.8. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a ciento veinte dólares, ya que el monto por constitución equivale a seiscientos dólares.

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución	400	20%	80

Tabla 30. Amortizaciones (2021). Elaborado por Erika Tigsi.

6.9. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$16677,83 que equivale a una estructura del 36%; costo 12% con una tasa de descuento de 4,4 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$29219,55 con una estructura del 64% , el costo es del 14 % que otorga el 8,9% de tasa de descuento; con un Total Inversión de \$45897,54 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,3% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	22948,77	50%	12%	6,0%	
Capital Financiero	22948,77	50%	14%	7,0%	
TOTAL INVERSIÓN	45897,54	100%		13,0%	TMAR

Tabla 32. Capital (2021). Elaborado por Erika Tigsi.

6.10. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	22948,77			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	22948,77
1	6684,60	3.212,83	3.471,77	19.477,00
2	6684,60	2.726,78	3.957,82	15.519,18
3	6684,60	2.172,69	4.511,91	11.007,27
4	6684,60	1.541,02	5.143,58	5.863,68
5	6684,60	820,92	5.863,68	0,00

Tabla 33. Amortización (2021). Elaborado por Erika Tigsi.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 22948,77, con una tasa del 14 % en un plazo de cinco con años; lo que con lleva al pago de interés de 820,92 y a su vez el pago capital de 5.863,68, de que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

6.11. Punto de equilibrio

COSTOS FIJOS	
Arriendo	500
Sueldos	2131,93
Materia Prima	250,0
Ser. Básicos	180,0
T. COSTOS FIJOS	3061,93

Tabla 34. Datos punto de equilibrio (2021). Elaborado por Erika Tigsí.

Precio menú	6,56	
Costo menú	2,38	
Ganancia	4,18	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Tabla 35. Margen de contribución (2021). Elaborado por Erika Tigsí.

VENTA	733	6,56	4805,3
COSTO	733	2,38	1743,4
GASTO			3061,93
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Tabla 36. Punto de equilibrio(2021). Elaborado por Erika Tigsí.

VENTAS PROYECTADAS			
1400	9184	110208	ventas
1400	3332	39984	costo

Tabla 37. Ventas costos (2021). Elaborado por Erika Tigsí.

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de menús a vender para poder tener una rentabilidad.

6.12. Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto de primer año.

COSTO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		110208,00	113525,26	116942,37	120462,34	124088,25
COSTO DE VENTAS		39984,00	41187,52	42427,26	43704,32	45019,82
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		70224,00	72337,74	74515,11	76758,01	79068,43
GASTOS ADMINISTRATIVOS		25583,20	26353,25	27146,49	27963,60	28805,30
SERVICIOS BASICOS		2160,00	2225,02	2291,99	2360,98	2432,04
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		1254,00	1291,75	1330,63	1370,68	1411,94
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		6000,00	6180,60	6366,64	6558,27	6755,68
PUBLICIDAD		159,96	164,77	169,73	174,84	180,11
DEPRECIACIONES		537,57	537,57	537,57	537,57	537,57
AMORTIZACIONES		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
UTILIDAD OPERATIVA		34449,27	35504,78	36592,06	37712,07	38865,80
GASTOS FINANCIEROS		3212,83	2726,78	2172,69	1541,02	820,92
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		31236,44	32778,00	34419,38	36171,06	38044,88
BASE IMPOSITIVA		11323,21	11882,03	12477,02	13112,01	13791,27
UTILIDAD NETA		19913,23	20895,98	21942,35	23059,05	24253,61

Tabla 38. *Costo de ventas. (2021). Elaborado por Erika Tigi.*

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$19913,23 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$24253,61.

6.13. Flujo de caja

El flujo de caja corresponde en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado, accediendo llevar el control de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de fluidez que posee la empresa.

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		34449,27	35504,78	36592,06	37712,07	38865,80
DEPRECIACION		537,57	537,57	537,57	537,57	537,57
AMORTIZACION		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
- BASE IMPOSITIVA		11323,21	11882,03	12477,02	13112,01	13791,27
- GASTOS FINANCIEROS		3212,83	2726,78	2172,69	1541,02	820,92
- PAGO CAPITAL		3.471,77	3.957,82	4.511,91	5.143,58	5.863,68
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	45897,54	17.059,03	17.555,73	18.048,01	18.533,04	19.007,50

Tabla 39 .Flujo de caja (2021). Elaborado por Erika Tigsi.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$17.059,03, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$19.007,50.

6.14. Cálculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.14.1. VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones

obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el VAN es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$17.296,10.

6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 27,12 % que en resumen brinda gran **utilidad y** rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,00% con el TMAR.

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	17.296,10
TIR	27,12%
TMAR	13,00%

Tabla 40 .VAN/ TIR (2021). Elaborado por Erika Tigli.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- Mundo Pastelero nace de la inspiración y la creatividad ya que reúne el conocimiento y la experiencia para elaborar y comercializar productos y servicio de calidad dentro del sector de Cumbayá al norte de la ciudad de Quito, presentando productos de la mejor calidad con estilo gourmet y preparados con ingredientes autóctonos del Ecuador.
- Mundo Pastelero considera la investigación aplicada documental de campo y de laboratorio para recabar información de manera eficiente en cuanto a la toma de decisiones, logrando con el objetivo de satisfacer las necesidades de los comensales.
- Para la apertura de la microempresa “Mundo Pastelero” se toma en cuenta el proceso de derecho empresarial tales como servicios de rentas internas, patente municipal, agencia de regulación control y vigilancia sanitaria, certificación del Ministerio de Turismo, entre otras con la finalidad de realizar todos los trámites y permisos pertinentes sin ningún tipo de inconveniente.
- El establecimiento “Mundo Pastelero” tiene como objetivo prevenir y restaurar los daños que se pueda causar al medio ambiente en el proceso de elaboración de postres de dulce y de sal ya que el sector de Alimentos y Bebidas tiene un alto impacto con el medio ambiente por el motivo de elaboración con productos orgánicos y químicos.
- Se va llevar a cabo la realización detallada sobre el análisis financiero del proyecto, donde se indica la perspectiva del punto de vista económico y en donde se estudia cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para lograr posesionar la pastelería dentro del mercado gastronómico del sector.

7.2. Recomendaciones

- Para la creación y el plan de negocio se debe tener un amplio conocimiento en la parte financiera, estudio de mercadeo para tener a futuro un excelente plan de ventas.
- Conocer todo lo que engloba a la base legal antes de la realización de un plan de negocio.
- Realizar un análisis FODA, conocer el sector donde está programado para la factibilidad y reaperura de la microempresa.

7.3. Bibliografía

- González, D. (2018). *Pirámide de las Necesidades del ser Humano*. Obtenido de https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Piramide-de-las-Necesidades-del-ser-humano-Fuente-Abraham-Maslow-1954_fig4_342154055.
- Ministerio de Turismo. (2018). Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. Acuerdo Ministerial 53. Registro Oficial Edición Especial 575 de 05-oct.-2018. *Lexis*, 3-17.
- MINTUR. (2021). Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/emision-registro-turistico-actividad-economica-alimentos-bebidas-cafeterias-restaurantes-discootecas-bares-distrito-metropolitano-quito>.
- PORTAL DE SERVICIOS MUNICIPALES. (14 de 08 de 2021). *PORTAL DE SERVICIOS MUNICIPALES*. Obtenido de <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Servicios.aspx>.
- PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS. (14 de 08 de 2021). *PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>.
- SRI. (2021). <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>.
- RAET. (2021). *Registro de Actividades Económicas Tributarias*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/inscripcion-registro-actividades-economicas-tributarias-raet-distrito-metropolitano-quito>.

7.4 Anexos





