



GASTRONOMÍA

**Tesis previa a la obtención del título de Licenciado en
Gastronomía.**

AUTOR: Andrea Sofia Ludeña Calderón

TUTOR: Mg. Pablo David Analuisa Pichucho

Plan de negocio para la creación de una pastelería con enfoque clásico como base de emprendimiento gastronómico para los millenials en la ciudad de Quito.

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

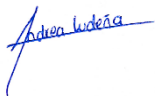
Yo, Andrea Sofía Ludeña Calderón..., declaro ser autor del Trabajo de Investigación con el nombre “Plan de negocio para la creación de una pastelería con enfoque clásico como base de emprendimiento gastronómico para los millenials en la ciudad de Quito”, como requisito para optar al grado de: Licenciado de Gastronomía y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Internacional del Ecuador, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UIDE). Los usuarios del RDI-UIDE podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Internacional del Ecuador no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los ...09. días del mes de ...Marzo.... de 2023, firmo conforme:

Autor: Andrea Sofía Ludeña Calderón

Firma:



Número de Cédula: 1727061739

Dirección: Pichincha, Quito, Chaupicruz, San Carlos.

Correo Electrónico: andreal-1996@hotmail.com

Teléfono: 0987819164

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA PASTELERÍA CON ENFOQUE CLÁSICO COMO BASE DE EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO PARA LOS MILLENIALS EN LA CIUDAD DE QUITO” presentado por Andrea Sofia Ludeña Calderón, para optar por el Título Licenciado de Gastronomía.

CERTIFICO

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

Ciudad de Quito, 09 de marzo del 2022

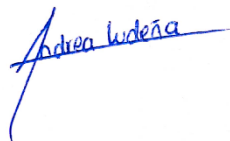
A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Pablo David Analuisa Pichucho', written in a cursive style.

Mg. Pablo David Analuisa Pichucho.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

Ciudad de Quito, 09. de...marzo...2023

A handwritten signature in blue ink that reads "Andrea Ludeña". The signature is written in a cursive style with a long horizontal stroke at the end.

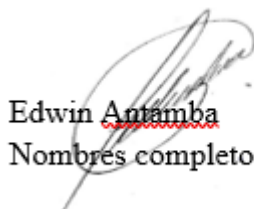
Andrea Sofia Ludeña Calderón
1727061739

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA PASTELERÍA CON ENFOQUE CLÁSICO COMO BASE DE EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO PARA LOS MILLENIALS EN LA CIUDAD DE QUITO, previo a la obtención del Título de LICENCIADA DEN GASTRONOMÍA, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación. Ciudad, Quito de 09 de Marzo del 2023...



Andrés Granja Londoño
Nombres completos PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Edwin Antamba
Nombres completos VOCAL



David Guambi
Nombres completos VOCAL

DEDICATORIA

Dedico esta tesis principalmente a Dios por bendecirme y permitirme llegar a este momento de mi carrera.

A mis padres por guiarme en este camino y brindarme su apoyo incondicional, mis logros son gracias a ellos, son mi motivación y mi motor de arranque para cumplir mis objetivos.

Gracias padres los amo.

Andrea Ludeña

AGRADECIMIENTO

Mi más profundo agradecimiento a todos los docentes que conforman la facultad de gastronomía de la Universidad Internacional del Ecuador que compartieron sus experiencias y conocimientos, que me inspiraron a seguir adelante con mis proyectos y metas a lo largo de la carrera.

A mi familia por su apoyo, amor y sacrificio que me han brindado para continuar hasta el final de este camino.

A mi tutor por la paciencia y enseñanza para seguir adelante con esta tesis.

Gracias.

Tabla de contenido

Tesis previa a la obtención del título de Licenciado en Gastronomía.....	1
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN TRIBUNAL	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1
Importancia y actualidad	1
Emprendimientos de los millenials en el Ecuador	1
JUSTIFICACIÓN	3
Contextualización macro.....	6
Contextualización meso	7
Contextualización micro	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
CAPITULO I.....	10
PLAN ESTRATEGICO	10
Objetivos.....	10
General	10
Específicos	10
Definición del Concepto	11

Imagen y posicionamiento de la empresa	12
ANÁLISIS FODA	15
Análisis de Competencia.....	16
Fuerza principal de impulsión.....	17
Forma jurídica y nombre de la empresa.....	18
Ubicación	18
Modelo de encuesta.....	22
Equipos	26
Muebles y enseres	28
Organigrama de la empresa.....	29
Perfiles de puestos.....	30
Descripción de puestos	31
Objetivo de Recursos Humanos.....	32
Motivación, capacitación	33
Proceso de contratación	33
Tipos de contrato.....	34
CAPITULO II	35
PLAN DE MARKETING	35
Público objetivo	35
Diferenciación.....	35
Objetivos y estrategias de marketing	35
Objetivos y estrategias de Ventas	35
Comunicación en medios Digitales.....	36
Política de Precio	36
Formas de pago	36
Políticas de promoción.....	36
Publicidad	37
Merchandising.....	37

CAPITULO III.....	38
PLAN FINANCIERO	38
Presupuesto de Inversión	38
Presupuesto de Financiación.....	41
Flujo de caja.....	42
Calculo estimativo de nómina salarial	43
Presupuesto del estado de Pérdidas y Ganancias	45
CAPITULO IV.....	50
PLAN OPERACIONES.....	50
Infraestructura y Diseño.....	50
Definición del circuito operativo o Ciclo de Servicio.....	52
Definición de recetas estándar	52
Definición del tipo de servicio y descripción.....	55
Proveedores.....	56
Flujograma de recepción y control de mercadería	57
La carta	58
Productos Extras	59
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	60
CONCLUSIONES	60
RECOMENDACIONES.....	61
BIBLIOGRAFÍA	62
Bibliografía	62
ANEXOS	65
Patente.....	65
Permisos de funcionamiento en Estudio Legal	67
SRI.....	76
Patente Municipal	76

Requisitos.....	76
Permiso de funcionamiento para establecimientos destinados a la elaboración de productos de panadería y pastelería para las organizaciones del sistema de economía popular y solidaria.....	77
Permiso del cuerpo de bomberos	78
TABULACIÓN DE ENCUESTAS	78
Packaging.....	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de problemas.....	10
Figura Nro.2 Foda	15
Figura 3. Microentorno	17
Figura Nro.4 Organigrama	29
Figura Nro.5 Ciclo de servicio	52
Figura Nro. 6 Flujograma de recepción y control de mercadería	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nro.1 Análisis de competencia	16
Elaborado por Autor.....	16
Tabla Nro. 2 Localización.....	19
Tabla Nro.3 Macro Localización	19
Tabla Nro.4 Demografía sector Ponceano	20
Tabla Nro.5 Plan de muestreo	21
Tabla Nro.6 Equipos de cocina	26
Tabla Nro.7 Utensilios de cocina	27

Tabla Nro.8 Vajilla.....	28
Tabla Nro.9 Muebles y Enseres	28
Tabla Nro.10 Equipos de oficina	28
Tabla Nro.11 Equipos de computación	29
Tabla Nro.12 Menaje de servicio	29
Tabla Nro.13 Inversión en activos fijos	38
Tabla Nro.14 Inversión activos intangibles	39
Tabla Nro.15 Uniformes	39
Tabla Nro.16 Servicios Básicos	39
Tabla Nro.17 Publicidad	40
Tabla Nro.18 Inversión de capital de trabajo	40
Tabla No.19 Financiamiento	41
Tabla Nro.20 Activos	41
Tabla Nro.21 Pasivos	41
Tabla Nro.22 Flujo de caja.....	42
Tabla Nro.23 Sueldos.....	43
Tabla Nro.24 sueldo de 2 meses	44
Tabla Nro.25 Presupuesto de gastos	45
Tabla Nro.26 Costo de producción	46
Tabla Nro.27 Presupuesto de ingresos	47
Tabla Nro.28 Tir.....	48
Tabla Nro.29 VAN.....	49
Tabla Nro.30 ROI.....	49
Tabla Nro.31 Balance de pérdidas y ganancias	50
Tabla Nro.32 Lista de mercado	56
Tabla Nro.33 SRI	76

Tabla Nro.34 Género.....	78
Tabla Nro.35 Edad	79
Tabla Nro.36 Compra de productos dulces.....	79
Tabla Nro.37 Productos más comprados	80
Tabla Nro.38 Tipo de postre	81
Tabla Nro.39 Decoración	82
Tabla Nro.40 Productos Artesanales.....	83
Tabla Nro.41 Menú Digitalizados.....	84
Tabla Nro.42 Publicidad	85
Tabla Nro.43 Productos tendencias.....	86
Tabla Nro.44 Ferias Artesanales	87
Tabla Nro.45 Degustación	88
Tabla Nro.46 Postres Especializados	89
Tabla Nro.47 Precios.....	90
Tabla Nro.48 Caja para porción individual de torta.....	91
Tabla Nro.49 Cajas para tortas.....	91
Tabla Nro.50 Cajas para torta cuadrado.....	92
Tabla Nro.51 Caja para Cupcake individual cuadrado	92
Tabla Nro.52 Caja para 6 cupcakes.....	93
Tabla Nro.53 Base redondas para tortas	93
Tabla Nro.54 Moldes de aluminio para tortas.....	94
Tabla Nro.55 Bandeja cuadrada para tartaleta	94
Tabla Nro.56 Vasos bebida caliente.....	95

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen Nro.1 Micro Localización	20
Imagen 2. Estandarización de recetas	53
Imagen 3. Receta estándar de costos.....	54
Imagen 4. Menú	59
Imagen 5. Requisitos de permiso de funcionamiento	77

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género.....	78
Gráfico 2. Edad	79
Gráfico 3. Compra de productos dulces.....	80
Gráfico 4. Productos más comprados	81
Gráfico 5. Tipo de postre	81
Gráfico 6. Decoración	82
Gráfico 7. Productos Artesanales.....	83
Gráfico 8. Menú Digitalizado	84
Gráfico 9. Publicidad	85
Gráfico 10. Productos tendencias.....	86
Gráfico 11. Ferias Artesanales	87
Gráfico 12. Degustación.....	88
Gráfico 13. Postres especializados.....	89
Gráfico 14. Precios.....	90

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR ESCUELA DE
GASTRONOMÍA**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
PASTELERÍA CON ENFOQUE CLÁSICO COMO BASE DE
EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO PARA LOS MILLENIALS EN
LA CIUDAD DE QUITO**

AUTOR: Andrea Sofia Ludeña Calderón

TUTOR: MSc. Pablo Analuisa Pichucho

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto incluye la planeación estratégica y operativa para la pastelería Pie & Tas, el presente trabajo también abarcará un estudio de mercado, cuyo análisis ayudará a la evaluación frente a la competencia previamente establecida, dentro del rango que corresponde a la ubicación elegida, esto permitirá observar la viabilidad de este plan de negocios.

Es importante tomar en cuenta que para este estudio se deben analizar factores culturales, sociales y económicos, que nos ayudarán a establecer qué tipo de experiencia diferenciada podemos brindar en el sector elegido, de esta manera, se garantizara productos de alta calidad, sabor, presentación y precio.

El objetivo general de la presente investigación es instituir la creación y apertura de una pastelería con enfoque clásico, que se refiere a su historia de origen y evolución, como base de emprendimiento gastronómico para los millenials en la ciudad de Quito.

Conforme a lo expresado por (CEEAP, 2018), la pastelería clásica se define en el mundo de la gastronomía como un arte, sus orígenes vienen desde la antigüedad (período neolítico), en el que los primeros alimentos dulces fueron elaborados con miel y caña de azúcar, su expansión en Grecia, Roma, India, Egipto y Europa,

aumento la producción y creación de postres, pasteles y dulces, los cuales quedarían plasmados en libros, considerándose las bases para la pastelería moderna.

Se ha elegido este segmento de mercado porque se pretende mantener viva las técnicas, métodos y preparaciones de la pastelería clásica, ya que se considera que ha destacado como símbolo de evolución en la gastronomía.

Los métodos que se utilizarán para este proyecto serán el método deductivo, en el cual se necesitarán conocimientos generales, como la elaboración de recetas en el área de pastelería clásica, marketing gastronómico, costos, entre otros.

El método descriptivo que abarcará el análisis de la población objetiva a la que se quiere llegar.

Para la técnica de investigación se utilizará como herramienta una encuesta, con la que se recopilará datos y podremos saber qué tipos de productos es del agrado del público al que queremos vender y los precios que están dispuestos a pagar.

Palabras claves: plan de negocio, pastelería, planeación estratégica, viabilidad.

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR LICENCIATURA
EN GASTRONOMIA**

**THEME: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A PASTRY STORE
WITH A CLASSIC APPROACH AS A BASIS OF GASTRONOMIC
ENTREPRENEURSHIP FOR THE MILLENNIALS IN THE CITY OF
QUITO.**

AUTHOR: Andrea Sofia Ludeña Calderón

TUTOR: MSC. Pablo Analuisa Pichucho

ABSTRACT

The project includes the strategic and operational planning for the Pie & Tas pastry shop. This work will also involve a market study, whose analysis will help assess the previous market competition and the range that corresponds to the chosen location. It will allow us to look at the viability of the business plan.

It is important to consider that cultural, social, and economic factors need to be analyzed in this study, which will help us determine what kind of differentiated experience we can provide in the chosen sector. Therefore, ensure high quality products, taste, presentation, and price.

The overall purpose of this research is to establish the creation and opening of a traditional pastry shop, that refers to its history of origin and evolution, as the foundation of culinary entrepreneurship for Millennials in the city of Quito.

As expressed by (CEEAP, 2018), classical pastry is defined in the world of gastronomy as an art. Its origins come from ancient times (Neolithic period); when the first sugary foods were produced with honey and sugar cane. The expansion into Greece, Rome, India, Egypt, and Europe increased the production and creation of desserts, cakes, and sweets, which would be incorporated into the books considered the basis of modern pastry.

This market segment was chosen because it was designed to maintain the techniques, methods, and preparations of the classic pastry as it is considered a symbol of the evolution of gastronomy.

The methods that will be used in this project will be the deductible method that will require general knowledge, such as the development of recipes in the field of classical pastry, gastronomic marketing, and costs, among other things.

The descriptive method will be used to analyze the target population to be reached.

In the research technique, a survey will be used as a tool, with which information, we will be able to find out what types of products people liked and the prices they are willing to pay.

Keywords: business plan, bakery, strategic planning, feasibility.

INTRODUCCIÓN

Importancia y actualidad

En nuestro país, el emprendimiento es considerado un factor importante como fuente de trabajo y desarrollo económico, siendo uno de los estados en el que se crean emprendimientos por necesidad y oportunidad.

Es fundamental recalcar, que Ecuador conforme a investigaciones realizadas por el GEM (Global Entrepreneurship Monitor), está posicionado en segundo lugar con más emprendedores en medio de 60 países a nivel mundial, lo que refleja la constancia y entrega de los ciudadanos en la ejecución de sus negocios elegidos. (Borja, 2017, pág. 231)

Conforme al GEM, la cifra de TEA (Actividad Emprendedora Temprana) en Ecuador es del 36.2% (Lasio, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020) , pero 8 de cada 10 emprendimientos fallan en el lapso de 3 años, por falta de inversión, capacitación, inexperiencia al comenzar un negocio, etc. (UNIVERSO, 2020)

Emprendimientos de los millenials en el Ecuador

La compañía Herbalife Nutrition realizó una encuesta a millenials, en la que el 26% de ecuatorianos desea incursionar en emprendimientos de tecnología, mientras que el 23% tiene inclinación por empezar en negocios de alimentos y bebidas. (Herbalife, 2021)

Las personas atraídas en emprender, expresaron que su incentivo es el de ser su propio jefe, perseguir su pasión y tener versatilidad en sus horarios de trabajo.

La mayoría opto por este camino para completar su entrada económica, a raíz de los desempleos que existieron por el covid-19.

Por otra parte, los principales problemas que afrontan los emprendedores son: obtener una ganancia que recompense gastos de manutención, acoplarse a las nuevas normativas por la pandemia y tener ventas de productos. (Herbalife, 2021)

La presente tesis tendrá como línea de investigación: Emprendimientos gastronómicos, sub línea: Creación de una pastelería como plan de negocio, es decir, se analizarán las claves que se necesitan para ofrecer un negocio gastronómico, el cual se pueda establecer en el mercado por medio de operaciones financieras y estrategias corporativas.

Un emprendedor es un individuo que se transforma en autor de una idea para sacar y vender un producto determinado y esto convertirlo a un nivel industrial. (Galan, 2015)

Con respecto a la definición de emprendedor, se comprende que es una persona que reconoce una oportunidad de negocio. A partir de esto asume la responsabilidad de dirigir y desarrollar el plan empresarial.

En el año 2019, la creación de emprendimientos en Ecuador, incremento un 10.8% a raíz de la pandemia, los emprendedores que formaron parte de esta cifra, eran menores de 35 años y un tercio poseía de 25 a 34 años, lo que representa a la generación de los millennials. (Lasio, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020)

Debido a los efectos del covid-19 en el Ecuador, el 80% de proyectos gastronómicos surgen del emprendimiento, los cuales sirvieron como una nueva fuente de ingresos económicos para las personas que perdieron su trabajo.

Un ejemplo de lo mencionado anteriormente es Pumpkin, un emprendimiento de pastelería dirigido por madre e hijas, que surgió en cuarentena por su pasión a la repostería y la necesidad de tener un ingreso económico. (Boada, 2020)

JUSTIFICACIÓN

Los millennials o también llamados generación Y, son personas nacidos entre 1983 y 1999, actualmente se encuentran en el campo laboral del siglo 21, son una generación digital, hiperconectada y con altos valores sociales y éticos. Todo esto y más les hace diferentes a generaciones pasadas (Silvestre y Cruz, 2016).

Hoy en día, son una parte importante de la sociedad en el mercado laboral y gracias a la tecnología y la globalización, se viven épocas con muchos cambios; por lo que esta posteridad tiene como característica su fácil adaptación a estos. Al tener una estrecha relación con lo tecnológico facilita a las empresas a comunicarse y adquirir conocimientos cada vez más fácil (Saccone, Fernández, y Mennucci, 2016 pág. 9).

Según Acosta (2020) esta población, ha sido estudiada mediante una encuesta de evaluación de competencias en varios países, pues son el porcentaje de población más grande; como referencia en los Estados Unidos la mayoría se encuentra entre los 23 años con 4.7 millones del total habitantes.

De tal forma, se demostró que los millennials no quieren trabajar en una empresa ya establecida; ellos quieren emprender una, lo cual puede ser preocupante para las empresas, pero también una oportunidad de mayor competencia y empleo (Acosta,2020 pág. 18).

En definitiva, se caracterizan por no temer al fracaso, acoplarse a nuevas tendencias globales, son innovadores y creativos a la hora de plasmar una idea, al igual que tienen una alta capacidad de liderazgo y responsabilidad.

Los millennials tienen características muy diferenciadoras a la hora de alimentarse, pues debido a la avalancha de información a la que tienen acceso, conocen perfectamente la crisis de obesidad que está siendo una preocupación de salud en muchos países de la región, es por eso aprecian mucho los alimentos orgánicos que, siendo nutritivos, también son naturales (Mercados y Tendencias; 2021 par 2).

Aquí se puede nombrar los productos elaborados que contienen ingredientes tales como semillas de Quinoa, Chía, Amapola y otros.

Respecto a las tiendas físicas, las pastelerías / panaderías deberán centrarse en los hábitos de consumo de alimentos en el futuro, siendo los bocadillos dulces y/o salados en pequeñas porciones, una de las opciones para este segmento de consumidores, debido a que requieren comer algo bueno y en pequeñas porciones (Mercados y Tendencias; 2021 par 4).

Por tal motivo, la creación del negocio se adapta al mercado del milenio, es esencial que la presentación de los productos sea lo más atractiva posible, ya que se ofertarán en la pastelería con un enfoque clásico.

Para Soler (2018), cuando se trata de rastrear a los jóvenes de la generación del milenio, muchos parecen dispuestos a hacer un movimiento en el corto plazo. De hecho, solo el 25% de los encuestados de millennials en una encuesta de la consultora Nielsen durante el año 2017, expresaron que planean desarrollar sus vidas en la misma área en la que viven actualmente durante los próximos cinco años.

Por consiguiente, es oportuno el lugar donde estará ubicada la pastelería por la variedad de clientes que se encuentran consumiendo allí todos los días.

De acuerdo al estudio de mercadeo se ubicaría en el sector de la Real Audiencia, parroquia Ponceano, provincia de Pichincha perteneciente a la ciudad de Quito, ya que es uno de los sectores más concurridos y comerciales del norte de la ciudad; lo que brinda una mayor posibilidad de clientes y de ventas, sus beneficiarios serán los clientes internos y externos, lo que brindara mayor acogida de consumidores.

Enfocándonos exclusivamente en nuestra empresa, observamos que la propuesta gastronómica en este proyecto tiene altas oportunidades de tener éxito, puesto que el lugar donde estaremos ubicados existe alrededor de 10 a 15 panaderías-pastelerías de barrio, las cuales no tienen el concepto que se presenta en este negocio, lo que implica que nuestros productos son diferentes y únicos a lo que los clientes están acostumbrados a consumir.

La diferencia que se tiene es la calidad de materia prima y los procedimientos operativos que se aplicaran en cada elaboración de los productos ofertados al mercado, considerando el movimiento que se tenga en el sector, se determinará el posicionamiento obtenido en los clientes, así como su confianza y lealtad, esto nos ayudara a tener beneficios al momento de competir con otros negocios.

Además, este Plan de Negocios podrá servir como guía a quienes deseen tanto realizar un Plan aplicado al mismo rubro, a otro rubro, así como para posibles emprendedores de otras áreas u localidades.

Contextualización macro

En contexto al plan de negocio propuesto en la presente investigación, como ejemplo de contextualización macro se escogió a Valrhona Collection, una marca francesa chocolatera que nació en el año de 1922, la cual fue iniciador en el mundo de chocolatería fina.

Ofrece ingredientes y productos de alta calidad a la venta para negocios de pastelería, como la famosa vara de vainilla o como ellos la llaman “Norohy”, cuenta también con “Sosa Ingredients”, la cual está dirigida a chefs y personas que están incursionando en la repostería, todo esto con el fin de brindar cuatro aspectos importantes para tener un postre inigualable: sabor, textura, disminución de grasa y azúcar. (Valrhona Collection, s.f.)

La mayor fortaleza que tienen como empresa, es el lazo que establecieron dueños, trabajadores, fabricantes y compradores, el cual demuestra que trabajan como una familia. (VALRHONA & Alzial, Informe de desarrollo sostenible 2018, 2018, pág. 6) .

Se la conoce también por ser una marca comprometida con el medio ambiente, tanto en el uso de sus maquinarias, desechos y empaques, puesto que opera con la eco-concepción, que se refiere a tener una idea ecológica que tiene como prioridad, bajar el efecto dañino al medio ambiente. (VALRHONA, Informe de Desarrollo Sostenible , 2018, págs. 26,27)

Esta información nos ayuda a que las líneas de productos de pastelería y negocios en Ecuador, tomen como ejemplo este tipo de marcas de reconocimiento mundial, para tener un mejor desarrollo, crecimiento y capacitación en productos.

Contextualización meso

En la contextualización meso, se tomó como ejemplo a 2 marcas de productos de pastelería, que han tenido un impacto en el área de repostería en Ecuador.

La primera marca escogida es Línea maestro Fabril, en la que, según investigaciones de la cámara de comercio de Quito, ha tomado la iniciativa de promover mediante sus medios de comunicación digitales, la compra de pasteles y postres, con la única misión de homenajear a la madre y de esta manera brindar el apoyo a los negocios locales que tienen ciertas dificultades en su progreso dentro de nuestro país.

Existen más de 9000 panaderías ubicadas en parroquias de todo el país, las mismas que sirven como una fuente económica para sus familias, es por este motivo que el sector panadero y pastelero busca la manera de ayudar a fomentar su crecimiento y a su vez su desarrollo.

Como se sabe este sector se encuentra siempre en cambios debido a las nuevas propuestas que obligan a una innovación de sus productos, para mantener la calidad y la competencia.

Una de las nuevas formas de fomentar el crecimiento de los negocios, en el área de panadería y pastelería, es buscar la manera de bajar el costo de los insumos para que su producción sea mayor al igual que sus ventas.

Se estima que en el mes de mayo se ingresa alrededor del 8% de ingresos en este sector, pero por efectos de la pandemia en el año 2020, las ventas cayeron más de un 10 y 12%, pero se espera que para este año se logre una subida en ganancias y ventas con la preparación de nuevos productos y ofertas que atraigan a los clientes

a comprar más, teniendo en cuenta las fechas de navidad y año nuevo en donde se espera recuperar todo el terreno perdido. (Llerena, 2021)

La segunda marca escogida para la presente investigación es Cyril, de origen francés, que se posiciono en Quito por tener un enfoque innovador, moderno y ostentoso.

Destaca por sus productos de alta calidad, ya que algunas de sus elaboraciones cuentan con materia prima importada, lo que hace que su composición exceda a los estándares preestablecidos para un postre en la cultura popular quiteña. (Republica del cacao, s.f.)

Esta es una de las principales características por las que Cyril Boutique desde su apertura a la capital ecuatoriana en 2011, ha tenido una enorme acogida por la ciudadanía quiteña, es por esta razón que esta marca es reconocida como pionera en la fusión de sus sabores dentro de la pastelería, chocolatería, galletería, bombonería, etc., en la ciudad de Quito. (Republica del Cacao, 2020)

Contextualización micro

Para la contextualización micro se tomó como ejemplo la Panificadora Ambato, específicamente porque está ubicada en el sector que se escogió para el presente negocio, siendo así una de las principales competencias para Pie & Tas.

Panificadora Ambato tiene su origen en octubre de 1978, fundado por Eduardo Cobo y Rosario Manzano, su primer establecimiento lo abrieron en Quito en la av. América y Las Casas, actualmente cuentan con 30 locales en la capital y 6 en la ciudad de Ambato.

Con el paso de los años comenzaron a tener fama por el producto de alta calidad que ofrecen en postres, panes, galletas y tortas.

Así como la Panificadora Ambato, existen 2 negocios referentes a la pastelería que tienen una trayectoria dentro del mercado ecuatoriano en el sector de la Real audiencia, las cuales son Mundipan y la Heladería Los Alpes.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad el sector de la Real Audiencia en la parroquia Ponceano de la provincia de Pichincha, existen más pastelerías-panaderías de barrio dedicadas a la venta de panes, pasteles y dulces comunes, esto demuestra que no ofrecen una variedad de productos y decoraciones presentados de una forma moderna.

El desinterés de los dueños de los distintos negocios en este sector, ha provocado que no se encuentre una pastelería que ofrezca postres con nuevas técnicas y presentaciones que atraigan al consumidor, lo que conlleva a ofrecer elaboraciones de igual sabor y decoración.

En definitiva, se requiere comerciar postres nuevos, que no se hallen en los negocios del sector, así se diseñara una pastelería que tenga maquinaria e ingredientes adecuados para ofrecer una buena calidad de productos que satisfaga las necesidades del cliente.

Debido a lo anteriormente mencionado se ha planteado la siguiente pregunta:

- ¿De qué manera favorecerá la creación de una pastelería con enfoque clásico como emprendimiento gastronómico para los millenials en la ciudad de Quito?

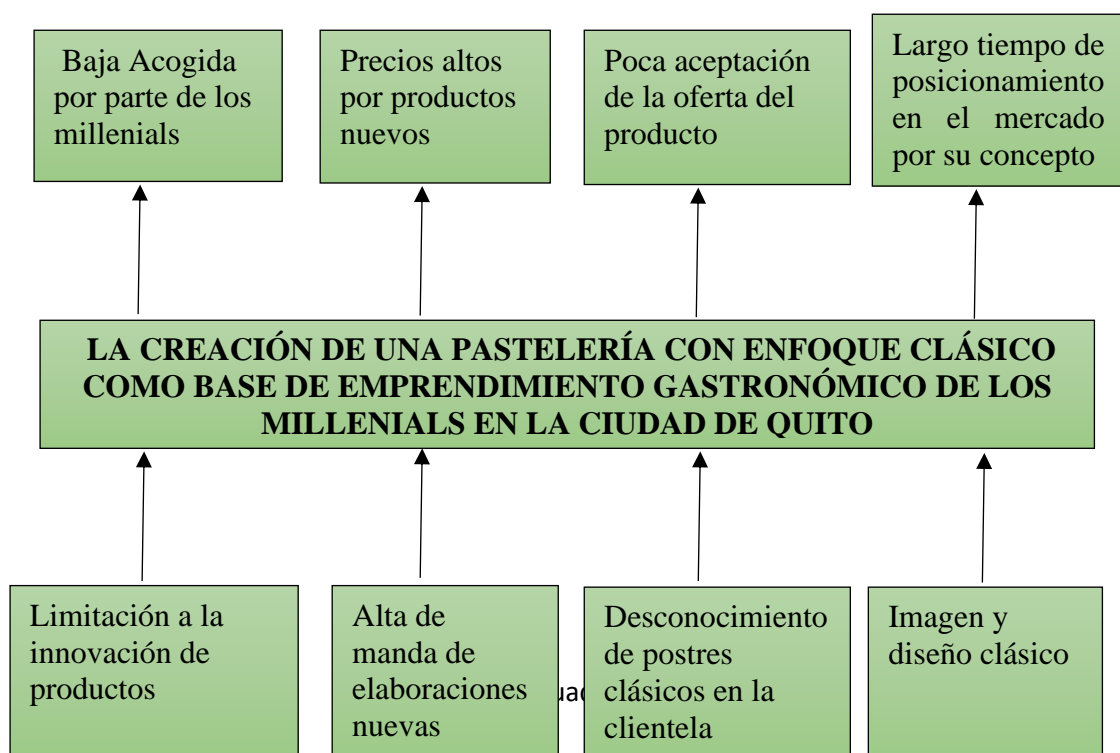


Figura 1 Árbol de problemas
Elaborado por Autor
Fuente: Personal

CAPITULO I

PLAN ESTRATEGICO

Es un instrumento laboral que toda organización lleva a cabo para definir los objetivos, metas y propósitos que se desea obtener en la empresa en un tiempo establecido, tiene como propósito ayudar a que la empresa se acople a los distintos ambientes profesionales, así como permitir la transformación y progreso en los temas actuales como la tecnología, competencia con otras compañías, nuevas exigencias del consumidor, recursos económicos, normas, leyes, etc. (Burbano-Pérez, 2017, págs. 20,21,22)

La visión estratégica de la empresa es tener un reconocimiento y acogida en el mercado en un lapso de 3 años, distinguiéndose por la excelencia de productos y atención al cliente.

Objetivos

General

Determinar la viabilidad de la creación de la pastelería clásica Pie & Tas en el sector de la Real Audiencia en la ciudad de Quito, el cual permitirá un mejor posicionamiento de los productos y servicios de la empresa.

Específicos

- Desarrollar un estudio el cual nos permita diagnosticar el ambiente externo e interno de la pastelería Pie & Tas.

- Diseñar un plan de acción el cual nos permita identificar los gustos y preferencias de nuestros consumidores, con el fin de poder incrementar nuevos productos.
- Realizar un plan de negocio el cual nos pueda garantizar la expansión de la pastelería.

Definición del Concepto

Pie & Tas Pastry es una pastelería clásica creada para suplir una necesidad en el sector de la Real Audiencia que no existe, se pretende ofrecer productos nuevos e innovadores con decoraciones modernas, así mismo, este proyecto resalta por brindar el servicio de cake design, el cual no se encuentra en las competencias indirectas como son panaderías – pastelerías de barrio.

Definición del producto

Pastelería

Son todas las elaboraciones que son dulces y saldas, la pastelería tiene un vínculo muy estrecho con la heladería, confitería y la chocolatería, ya que estos también necesitan del recurso de las cremas y salsas dulces. (LAROUSSECOCINA, s.f.)

Pastelería Tradicional

La pastelería tradicional como su nombre lo dice, se basa en mantener las recetas originales a pesar del paso de los años, es decir, mantener la tradición en las elaboraciones de los productos, a esto se suma también que se considera como pastelería tradicional aquellas preparaciones típicas de fechas importantes que existe en cada país del mundo de forma artesanal. (Hernán & Sastre Méndez, 2014)

Pastelería Industrial

A diferencia de la pastelería tradicional, este tipo de pastelería se la conoce por realizar producciones masivas de dulce, al igual que no sigue ni mantiene la receta original de los postres y utilizan maquinaria pesada que facilita la elaboración de los productos, a su vez el costo de venta no es alto porque el tiempo de

procesamiento de los productos es mucho menor que al de la pastelería tradicional. (Hernán & Sastre Méndez, 2014)

Cake design

Son pasteles que tienen un enfoque más exclusivo ya sea en su preparación como en su diseño, una de las principales características de estos pasteles es que su elaboración requiere de mucho tiempo, pueden ser días para completar su elaboración de acuerdo a cada uno de los deseos del cliente, la característica principal es que todos los elementos del pastel deben ser comestibles y deben ser hechos con la materia prima de la mejor calidad.

En Europa y Estados Unidos estos pasteles son una tendencia mientras que en Latinoamérica aún está en proceso de adaptación ya que este tipo de pasteles es para cualquier ocasión o evento, teniendo en cuenta su difícil elaboración estos pasteles, deben ser realizados en una pastelería en el cual tengan las herramientas adecuadas y necesarias para que cada detalle resalte, pero a su vez forme un conjunto uniforme con su estructura en diseño y color. (INFOBAE, 2014)

Imagen y posicionamiento de la empresa



Para la creación del nombre Pie & Tas nos enfocamos en los productos que se va a ofrecer, como son pies, tortas, tartaletas, pasteles y postres personalizados.

Colores del logo

Verde: está relacionado mucho en el ámbito gastronómico por el significado que tiene, puesto que representa frescura, creatividad, armonía y equilibrio lo que representa muy bien a la empresa.

En tonos como la verde lima se lo emplea también para atraer a clientes en la parte digital

Rosado: representa sinceridad, femenino y romántico, generalmente se lo asocia con dulce motivo por el cual se escogió este color para el logo por la venta de productos únicamente de repostería, también representa marcas femeninas y nuestra empresa tiene netamente personal femenino.

Misión

Nuestra misión es brindar y dar a conocer productos de pastelería clásica con altos estándares de calidad en ingredientes, garantizados en sabor, presentación y precios accesibles, adicional, ofrecer al cliente una experiencia sensorial y visual única en cada bocado de degustación.

Visión

Consolidarnos en el mercado como una empresa prominente en variedades de postres que deleiten los paladares más exigentes, siendo reconocidos a nivel nacional por nuestros servicios al consumidor.

Principios y Valores

Empatía

Siempre buscaremos ponernos en los zapatos de nuestros clientes para lograr entenderlos y así mejorar nuestro servicio.

Honestidad

Entregar los productos tal y como se los oferta en el mercado, de esta manera daremos expectativas altas al cliente sobre el negocio.

Puntualidad

Cumplir con los horarios de entregas de los pedidos al cliente, pues esto es una pieza fundamental en la empresa.

Seguridad alimentaria

Dar a conocer a los clientes todas las normativas de salubridad que fueron aprobadas en el negocio, de esta manera se generara la confianza para el consumo de los productos ofertados.

Calidad

Garantizar el uso de las mejores marcas que se emplean en cada preparación del producto ofertado.

Responsabilidad

Satisfacer los requerimientos del cliente, respetando el tiempo que se ofrezca dar algún producto y a la vez cumplir con un excelente servicio hacia el mismo.

Trabajo en equipo

Mantener un ambiente laboral sano, respetuoso, tolerante, paciente y amable en el personal, para que de esta manera se sientan a gusto y desempeñen de una mejor manera todas sus responsabilidades en el trabajo.

ANÁLISIS FODA

Es un instrumento esencial al momento de ejecutar planes estratégicos en un negocio o empresa, su fin es reconocer las mejores opciones al momento de tomar resoluciones que se acoplen al tipo de mercado laboral en el que se encuentra la compañía. El FODA recopila información en el ámbito interno y externo de la empresa las cuales permitirán desarrollar fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la misma. (Kiziryan, 2015)

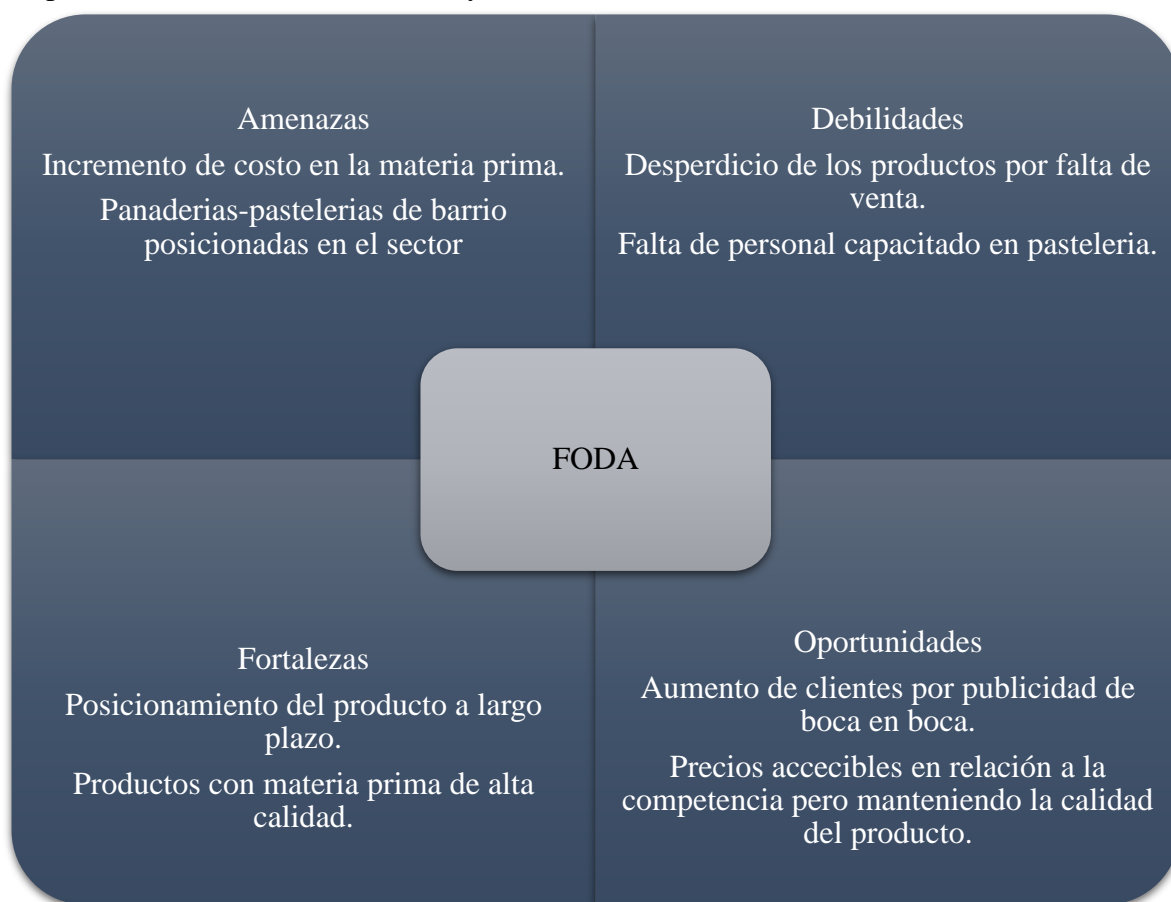


Figura Nro.2 Foda
Elaborado por Autor

CONCLUSIÓN

El análisis FODA permitió identificar que las fortalezas y oportunidades son óptimas y buenas para dar paso al desarrollo de las actividades de la empresa, uno de los puntos a favor es el conocimiento gastronómico en la rama de pastelería y

los distintos postres que se van ofertar no serán iguales a los que diariamente se ven en ese sector.

Se logro determinar que los puntos expuestos en las amenazas y debilidades son dificultades que toda empresa dirigida a la gastronomía atraviesa al comenzar su apertura en el mercado, esto da la motivación para poner un esfuerzo extra en las debilidades y así alcanzar las metas propuestas en el negocio.

Análisis de Competencia

Competencia Directa	Competencia Indirecta
En el sector no existe negocios dedicados a la elaboración y venta de productos clásicos de pastelería.	Panaderia-pasteleria de barrio Cafeterías Tradicionales Panificadora Ambato Heladería Los Alpes Mundipan

Tabla Nro.1 Análisis de competencia
Elaborado por Autor

Pie & Tas Pastry tiene como competencia indirecta a las panaderias-pastelerias de barrio, por lo que el mayor reto al que nos enfrentamos es al de un valor o costo mucho menor al que nosotros ofreceremos nuestros productos.

La competencia más grande que se enfrenta nuestra empresa es la “panificadora Ambato”, ofrece productos de panificación y pastelería, la cual por su trayectoria ha logrado posicionarse en el mercado con franquicias a nivel nacional.

Microentorno

Se lo utiliza como herramienta fundamental para la investigación de factores exteriores y aledaños a la empresa (proveedores, empresas competidoras, publicidad y clientes), determinara el efecto inmediato que tengan al momento de ofertar el producto al consumidor final. (Franquet, 2016)

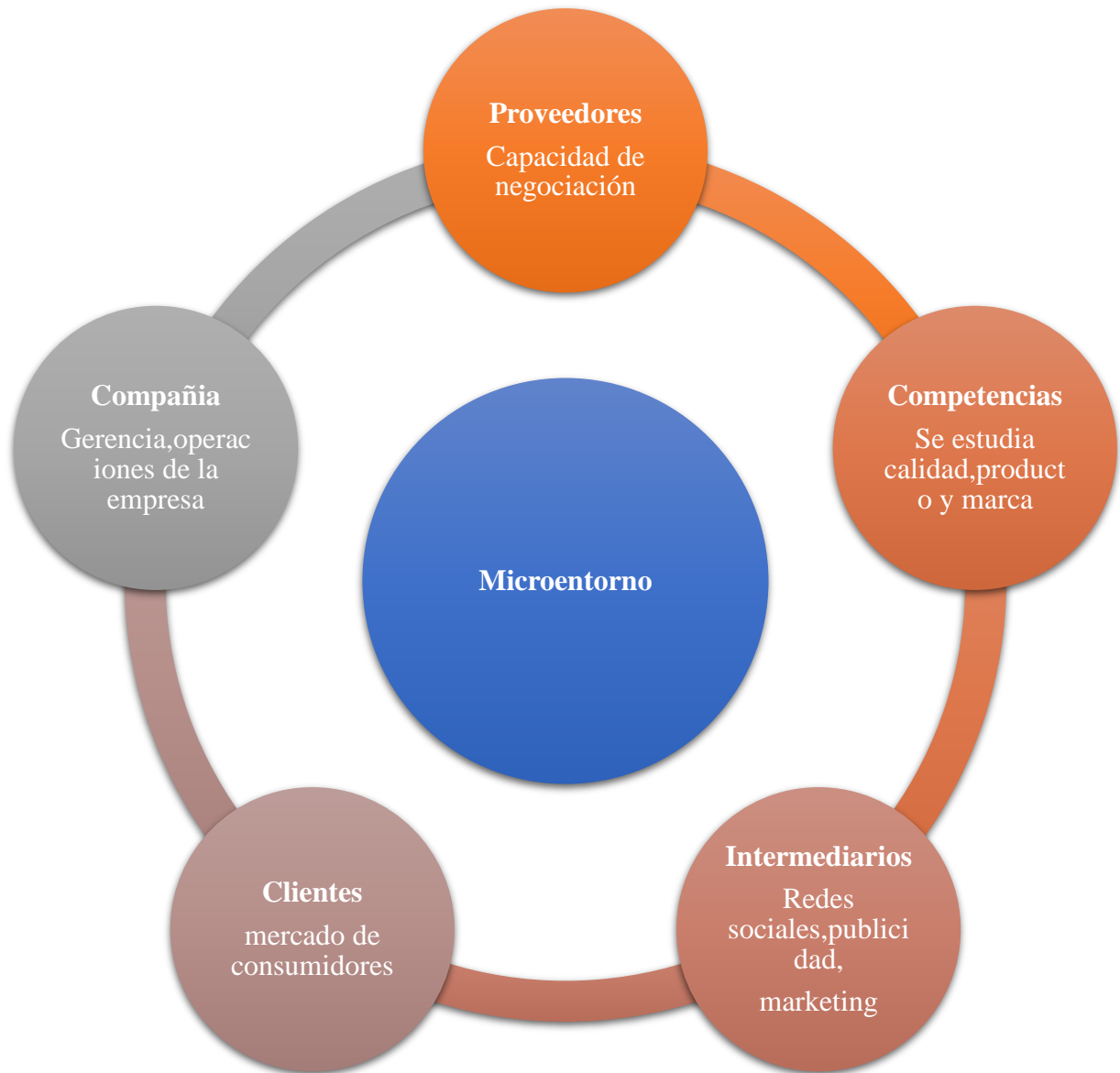


Figura 3. Microentorno
Elaborado por Autor

Fuerza principal de impulsión

La idea de crear una pastelería clásica en el sector de la Real Audiencia, nació con el objetivo de satisfacer las necesidades de las personas que viven en el sector, tomando en cuenta que no hay ningún tipo de negocio que ofrezca productos clásicos, personalizados para ocasiones especiales.

Forma jurídica y nombre de la empresa

Las microempresas se definen como aquellos negocios que tienen una capacidad de producción a menor escala que las pequeñas y medianas empresas, así mismo la micro empresa puede ser manejada por una persona natural y generalmente pertenecen al grupo de organizaciones económicas populares como los emprendimientos. (Flores, 2018)

Según un estudio hecho en el año 2017 por RFD (Red de Instituciones Financieras de Desarrollo), en nuestro país hay 4.2 millones de microempresarios, las estadísticas muestran que el 39% (1.5 millones) de emprendedores representan a la zona rural.

Para el presente proyecto se quiere constituir una micro empresa, la cual está compuesta de 1 a 9 trabajadores y un valor de ingreso bruto anual igual o menor de cien mil (USD 100.000) dólares de los Estados Unidos de América. (Normalización, s.f.)

Los requisitos necesarios para abrir un establecimiento son:

- RUC
- Licencia Única Anual de Funcionamiento
- Patente Municipal
- Permiso de funcionamiento para establecimientos destinados a la elaboración de productos de panadería y pastelería para las organizaciones del sistema de economía popular y solidaria.
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Registro Único de Empresas

Véase en anexos.

Ubicación

La zona que se destinó para realizar este proyecto es en Ecuador:

Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Parroquia	Ponceano
Sector	Real audiencia

Tabla Nro. 2 Localización
Elaborado por Autor

Macro localización

La ciudad de Quito se fundó en el siglo 16 sobre la que se conoce era una ciudad inca antigua, Quito la capital del Ecuador es conocido por tener el centro histórico mejor conservado y de igual manera menos alterado en toda América latina, este hecho tan impresionante se lo toma mucho en cuenta debido al terremoto que sucedió en 1917. (UNESCO, s.f.)

La ciudad de Quito conserva dentro de sus monumentos más importantes los monasterios de San Francisco, Santo Domingo, la Iglesia y el Colegio de la Compañía los cuales son un ejemplo de la escuela barroca con influencias estéticas en sus acabados italianas y españolas. (UNESCO, s.f.)

Ciudad de Quito	
Altitud	2.850 m.s.n.m
Población	2'644.145 habitantes
Ubicación	Provincia de pichincha
Fundación	6 de diciembre de 1534

Tabla Nro.3 Macro Localización
Elaborado por Autor

Micro localización

Este negocio estará ubicado en la ciudad de Quito, parroquia Ponceano y sector real audiencia, calles av. Real audiencia y de los Cedros.



Imagen Nro.1 Micro Localización

Fuente: <https://goo.gl/maps/sMsd8HiXWxWUQZxy9>

Demografía poblacional en la parroquia Ponceano

El total de habitantes de la parroquia Ponceano es 54.052, 25.912, el 48% son hombres y el 52% son mujeres.

Sexo	Número de Habitantes
Masculino	25.912
Femenino	28.140
TOTAL	54.052

Tabla Nro.4 Demografía sector Ponceano

Elaborado por Autor

En toda la calle de la av. Real Audiencia habitan alrededor de 3.801 personas.

Población y muestra

Se puede definir como el conjunto o el total de individuos que presentan cualidades idénticas los cuales son utilizados para un estudio específico, se dividen en dos partes fundamentales que son de tipo finito o infinito. (López, 2019)

Cálculo de muestra

$$n = \frac{N * z^2(pq)}{E^2 (N - 1)z^2(pq)}$$

Población de estudio/muestra de estudio

El rango de edad a la que pertenecen los millennials son entre los 22-40años.

Plan de muestreo

n	tamaño	?
Z	Nivel de confianza 95%	1.96
	es una constante	
P	Probabilidad de ocurrencia 50%	0.50
Q	Probabilidad de NO ocurrencia 50%	0.50
N	Población universal	54.052
e	Error de la muestra 5%	0.05

Tabla Nro.5 Plan de muestreo
Elaborado por Autor

$$n = \frac{N * z^2(pq)}{E^2 (N - 1)z^2(pq)}$$

$$n = \frac{(54.052)1.96^2 * (0.50)(0.50)}{0.05^2 (54.052 - 1)1.96^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{207.64 * 0.25}{0.0025(53.052)3.84(0.25)}$$

$$n = \frac{51.91}{0.316}$$

$n = 164.2$

Modelo de encuesta

La encuesta es un instrumento que por medio de preguntas nos ayuda a definir el tipo de mercado al que nos estamos proyectando, así mismo muestra los posibles clientes a los que podemos llegar con nuestra oferta.

Información de fuentes primarias

En esta sección se ejecutará la encuesta como fuente de información primaria en la población de la Av. Real Audiencia con respecto al sector de Ponceano de la ciudad de Quito, su objetivo será determinar los gustos, conocimientos, preferencias y precios que están dispuestos a pagar los clientes.

Se aplicará un cuestionario para determinar los posibles clientes de acuerdo al siguiente formato:

Encuesta para la creación de una pastelería con enfoque clásico para los millennials; en la ciudad de Quito

Pie&Tas es un emprendimiento de Pastelería con enfoque clásico dirigido a todos los millennials.

Millennials son aquellas personas que nacieron entre los años 1981 y 2000, es la generación más emprendedora caracterizados por su liderazgo innovación y por no temer al fracaso.

Edad

Sexo

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no decirlo

1. ¿Compraría productos de dulce tradicionales?

- Si
- No
- Tal vez

2. ¿Cuáles son los productos que compra regularmente en una pastelería?

- Mousses
- Pasteles
- Pies
- Cheesecakes
- Tartaletas
- Pastas
- Brownies
- Cupcakes

3. Con respecto al tipo de postres, prefiere

- Propuesta diferente y única
- Postres y pasteles clásicos conocidos
- Postres y pasteles clásicos innovadores

4. ¿Le gustaría que la pastelería tenga decoración vintage?

- Sí
- No

5. ¿Preferiría usted que la pastelería ofrezca productos artesanales (mermeladas, confit, chocolates, etc.); promoviendo la economía popular de los pequeños productores del norte de Quito?
- Sí
 - No
 - Tal vez
6. ¿Estaría de acuerdo en que el menú de la Pastelería este digitalizado para su comodidad (Código QR)?
- Sí
 - No
 - Tal vez
7. ¿Preferiría que el método de publicidad del producto ofertado sea por medio de canales online (Facebook, Instagram, WhatsApp, correo electrónico)?
- Sí
 - No
 - Tal vez
8. ¿Estaría de acuerdo asistir al lanzamiento de nuevos productos tendencias en el tema referente a la pastelería?
- Sí
 - No
 - Tal vez
9. ¿Le gustaría participar en ferias artesanales como productor o cliente en donde se promueva la diversificación de los productos de pastelería?
- Sí
 - No
 - Tal vez

10. ¿Estaría dispuesto a degustar los postres de nuestra empresa en su domicilio?

- Sí
- No

11. ¿Consumiría postres y pasteles especializados en régimen para personas diabéticas, celíacas o que realicen dietas?

- Sí
- No

12. ¿Cuál es el monto que invierte cuando vas a una pastelería?

- Menos de \$1.50
- De \$1.50 a \$2.00
- De \$2.00 a \$5.00
- Mas de \$5.00

Para tabulaciones de encuestas véase en anexos.

Equipos

EQUIPOS DE COCINA

Son las herramientas principales utilizadas en el área de producción de la cocina.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V.UNITARIO	TOTAL
1	Pastelera estilo baston en acero #430 brillante pulido de 150 iluminación luz led ruedas con freno, en el área de la madera luz amarilla	\$ 1.580,00	\$ 1.580,00
1	Vertical en acero #430 brillante pulido refrigerante con puertas batientes motor embraco brasileño ruedas con freno, con vidrio a los laterales	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00
2	Mesa en acero mate #304 en 1.2 mm parte superior de 233x113x90x2 pisos en 0.70 mm acero mate #304 patas en tubo redondo de 1 ½ niveladores regulables para piso	\$ 430,00	\$ 860,00
1	Amasadora rápida de 25 libras en harina 50 en masa niveladores de caucho, con taimé	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00
1	Batidora de 20 litros taiwanesa	\$ 1.070,00	\$ 1.070,00
1	Horno giratorio en acero #430 brillante pulido de 10 latas de 65x45, control digital, con 20 latas,coche, gradillero	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00
1	Atrapa grasa estándar para 1 pozo	\$ 180,00	\$ 180,00
1	Mesa refrigerante en acero #430 brillante pulido de 150x65x90 ruedas con freno iluminación 1 motor puertas batientes	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00
1	Cocina en acero #430 brillante pulido de 4 quemadores en aluminio patas en tubo redondo de 1 ½ niveladores regulables	\$ 260,00	\$ 260,00
2	Lavabo en acero #430 brillante pulido de 112x60x90x1 pozo de 50x45x28 patas en tubo redondo de 1 ½ niveladores	\$ 270,00	\$ 540,00
1	Oster Microondas con 6 programas / Temporizador / Reloj / Seguro niños 1.1' / 30L 1000W OGCD1102	\$ 154,99	\$ 154,99
1	BATIDORA 6QT 575 WATTS (KP26) - rojo	\$ 665,28	\$ 665,28
1	BALANZA DIGITAL 6 KG (PPC-300-10)	\$ 296,48	\$ 296,48
	Cuartos fríos mixto (refrigeración y congelación)	\$ 20.026,07	\$20.026,07
1	CAFETERA SEMIAUTOMÁTICA APPIA 2 GRUPOS 110V (APPIA COM SEM 2G 110)	\$ 3.505,33	\$ 3.505,33
1	LICUADORA 60OZ VASO POLICARBONATO - Rojo	\$ 253,98	\$ 253,98
	TOTAL		\$ 37.392,13

Tabla Nro.6 Equipos de cocina
Elaborado por Autor

UTENSILIOS DE COCINA

Son los implementos que se utilizan para la elaboración de la materia prima.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
BATIDOR TIPO PIANO S/S 10 PLG (U-PW-10)	1	\$ 4,19	\$ 4,19
SET DE BOQUILLAS (24PCS) (U-CDTS-24)	1	\$ 21,47	\$ 21,47
ESPÁTULA ALTA TEMPERATURA 10" (U-RSC-10HR)	3	\$ 3,90	\$ 11,70
ESPATULA - 8	2	\$ 4,59	\$ 9,18
BROCHA REPOSTERÍA 1-1/2" CERDAS NYLON (40390)	1	\$ 13,26	\$ 13,26
BANDEJA SERVICIO 45.72 X 35.56 CMS - Rojo	3	\$ 7,75	\$ 23,25
MOLDE CUPCAKES 12 SERVICIOS ANTIADHERENTE (U-MPNS-12)	3	\$ 11,22	\$ 33,66
BROCHA SILI (SKU-ACC023) VARIANTES - Naranja	2	\$ 5,48	\$ 10,96
ESTERILLA ANTIADHERENTE	1	\$ 21,41	\$ 21,41
PEINE DECORADOR TRIANGULAR	1	\$ 1,69	\$ 1,69
CACEROLA ALUMINIO 1.5 QT (U-ASP-1)	3	\$ 12,80	\$ 38,40
CUCHARETA SÓLIDA DE ACERO PARA SERVICIO 27.9 CM (2750)	2	\$ 2,07	\$ 4,14
CUCHARÓN S/S 1 OZ (U-LOP-10)	2	\$ 1,34	\$ 2,68
SARTÉN ALUMINIO MANGO AISLADO 17.8 CM (67907)	3	\$ 22,53	\$ 67,59
COLADOR ACERO MALLA FINA 16 CMS (19096)	3	\$ 5,63	\$ 16,89
CUCHILLO CEBOLLERO PREMIUM - 8plg	2	\$ 7,60	\$ 15,20
PUNTILLA 4 PLG (24470/184)	2	\$ 2,83	\$ 5,66
BOLILLO ALUMINIO 13" (U-RPA-3513)	1	\$ 57,36	\$ 57,36
BOLILLO MADERA 13" (U-RPW-3213)	1	\$ 18,16	\$ 18,16
BOWLS ACERO INOXIDABLE (UPDATE) - 3/4QT	3	\$ 1,47	\$ 4,41
BOWLS ACERO INOXIDABLE (UPDATE) - 3QT	3	\$ 3,17	\$ 9,51
BOWLS ACERO INOXIDABLE (UPDATE) - 4QT	3	\$ 5,02	\$ 15,06
BOWLS ACERO INOXIDABLE (UPDATE) - 5QT	2	\$ 5,16	\$ 10,32
BATIDOR FRANCÉS S/S 10 PLG (U-FW-10)	2	\$ 4,29	\$ 8,58
CREMERA S/S 3 OZ (U-BC-3)	1	\$ 1,83	\$ 1,83
JARRA ACERO INOXIDABLE 1 LITRO (13521)	1	\$ 9,99	\$ 9,99
MOLDE TARTELETA DESMONTABLE CH,0651	12	\$ 1,45	\$ 17,40
MOLDE TARTELETA DESMONTABLE CH,052	12	\$ 1,35	\$ 16,20
MOLDE PARA PIE DESMONTABLE	12	\$ 6,25	\$ 75,00
MANGAS DESECHABLES 40,23 CM	100	\$ 0,18	\$ 17,33
		TOTAL	\$ 562,48

Tabla Nro.7 Utensilios de cocina
Elaborado por Autor

VAJILLA

Son los implementos que se utilizaran para el servicio de los productos a los clientes.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL	VALOR UNITARIO
PLATO POSTRE PORCELANA 16 CM	35	\$ 2,42	\$ 84,70
CUCHARA DE CAFÉ (U-WH-51)	30	\$ 0,31	\$ 9,30
TAZA CAFÉ PORCELANA 200 CC 6-5 OZ	35	\$ 2,53	\$ 88,55
TAZA PORCELANA EXPRESO 80 CC 2-6 OZ	20	\$ 1,62	\$ 32,40
PLATO TAZA PORCELANA 15-5 CM	35	\$ 2,08	\$ 72,80
TENEDOR DE MESA S/S (U-RE-105)	30	\$ 2,53	\$ 75,90
		TOTAL	\$ 363,65

Tabla Nro.8 Vajilla
Elaborado por Autor

Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estación De Trabajo Tipo L Escritorio	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Silla Sillón Oficina Ergonómica Escritorio Ejecutiva Girator	1	\$ 98,00	\$ 98,00
Cajoneras -arturitos-archivadores Metálicos Para Oficina	2	\$ 95,00	\$ 190,00
Silla Grafiti Oficina-mueble De Oficina	3	\$ 35,00	\$ 105,00
		TOTAL	\$ 593,00

Tabla Nro.9 Muebles y Enseres
Elaborado por Autor

EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Calculadora Mx-12b-bx Casio 12 Dígitos	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Teléfono Panasonic Kx-ts500 Redial Ctrl Volumen Casa Oficina	1	\$ 20,00	\$ 20,00
		TOTAL	\$ 28,00

Tabla Nro.10 Equipos de oficina
Elaborado por Autor

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador Cpu Core I5 9na 8gb Ssd 240 Led 19 Nw I3 / I7	1	\$ 580,00	\$ 580,00
Impresora Epson Xp2101 Multifunc Tinta Continua L3210 -I3250	1	\$ 170,00	\$ 170,00
		TOTAL	\$ 750,00

Tabla Nro.11 Equipos de computación
Elaborado por Autor

MENAJE DE SERVICIO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego De Mesa Y Sillas Para Cafeterías Bar Restaurantes	6	\$ 35,00	\$ 210,00
		TOTAL	\$ 210,00

Tabla Nro.12 Menaje de servicio
Elaborado por Autor

Organigrama de la empresa

En el siguiente organigrama se representa la estructura del negocio por rangos:



Figura Nro.4 Organigrama
Elaborado por Autor
Fuente: Personal

La empresa estará conformada por tres departamentos, los cuales llevaran a cabo el correcto funcionamiento de la pastelería, se tendrá una comunicación efectiva para así cumplir los objetivos planteados.

Perfiles de puestos

Después de haber definido los departamentos del negocio, se va establecer la experiencia requerida en cada área.

Cargo: Chef Ejecutivo

Formación: Título superior en Administración de empresas Gastronómica.

Experiencia: 2 años mínimo de experiencia en pastelería.

Conocimientos requeridos:

- Manejo de las áreas de producción.
- Control y dirección.
- Conocimiento en pastelería y repostería.
- Conocimiento en Normas de manipulación y conservación de alimentos “HACCP”, “BPM”.

Competencias:

- Delegación
- Ética profesional.
- Iniciativa.
- Innovación y creatividad.
- Liderazgo.

Cargo: Ayudante Pastelero

Formación: Egresado o cursando estudios en pastelería.

Experiencia: 1 años mínimo de experiencia en pastelería.

Conocimientos requeridos:

- Conocimiento en panadería y pastelería.
- Manejo de maquinaria y equipos del área de producción.
- Normas de manipulación y conservación de alimentos.

Competencias:

- Adaptabilidad.
- Compromiso.
- Ética profesional.
- Energía y resistencia física.
- Puntualidad.

Cargo: Ventas y Atención al Cliente

Formación: Egresado o cursando estudios en Administración de Empresas.

Experiencia: 1 años mínimo de experiencia en manejo de caja y atención al cliente.

Conocimientos requeridos:

- Buena presentación e higiene personal.
- Atención al cliente
- Limpieza y organización del área de servicio.
- Organización en el área de servicio.
- Conocimiento del menú y sus opciones.

Competencias:

- Adaptabilidad.
- Compromiso.
- Ética profesional.
- Energía y resistencia física.
- Perseverancia.
- Puntualidad.

Descripción de puestos**Cargo: Chef pastelero y administrador**

- Planificar, coordinar, controlar y organizar las actividades diarias de la pastelería.
- Realizar inventarios del abastecimiento de productos en la pastelería.
- Elaboración de recetas estándar.
- Coordinar con los proveedores de cada área respectiva.

- Cumplir y hacer cumplir las normas y reglamento de convivencia en todas las áreas.
- Verificar el aseo de todas las áreas de producción.
- Controlar el ingreso y salida del personal.
- Control de caja chica diario
- Interacción con los clientes y solución de problemas.

Ayudante de pastelería

- Producción de recetas estándar.
- Limpieza de cocina.
- Mise en place de materia prima
- Almacenamiento de productos en bodega y cuartos fríos.

Cajero /Mesero

- Dar la bienvenida a los clientes.
- Sugerencia de nuevos productos.
- Toma y entrega de órdenes.
- Limpieza del área del servicio.
- Pulir vajilla, cubertería y cristalería.
- Despedida de clientes.

Community Manager

- Manejo de redes sociales.
- Creación de contenido.
- Conocimiento al público dirigido.

Objetivo de Recursos Humanos

El departamento de recursos humanos se encargará de ejecutar los procesos de selección, capacitación y desarrollo del personal; también se encargará de la evaluación del personal nuevo, llevará un control del pago de sueldos y beneficios de ley con los empleados y entidades de control.

Se registrará la información del personal, proveedores de servicios, evaluaciones de la persona, etc. Con la finalidad de cumplir con los procesos de la organización.

Motivación, capacitación

La principal motivación por la cual se decidió crear este proyecto, fue que al vivir cerca del sector de la Real Audiencia se pudo identificar que no existe ningún negocio dedicado al 100% a la elaboración y venta de productos de pastelería clásica refinada, por lo que se quiere implementar una nueva alternativa para los consumidores.

Junto con el área de recursos humanos y producción se coordinará capacitaciones semestrales en las diferentes áreas, con el fin de transmitir conocimientos y habilidades de nuestros colaboradores.

- Invitación a colegas los cuales nos ayudaran ampliar los conocimientos en técnicas, producción y servicio.
- Convenio con escuelas gastronómicas.
- Charlas de mejoras continuas por parte del chef.
- Realizar convivencias con todo el personal de la empresa.

Se tiene planificado realizar interacciones con todos los miembros de la empresa, como festejos de cumpleaños o fechas importantes para mantener un buen ambiente laboral y se sientan cómodos haciendo su trabajo.

Proceso de contratación

Se informará al candidato elegido la fecha que iniciará sus labores y la documentación que deberá presentar, una vez iniciada sus actividades se procederá con la firma del contrato de trabajo.

Se realizará el proceso de inducción el cual tendrá lugar en las primeras semanas de labores del nuevo personal y dicha capacitación puede ser mediante una reunión, manuales, etc.

Tipos de contrato

El tipo de contrato que se utilizara es indefinido con un período de prueba de 3 meses, en el cual se evaluara los conocimientos y competencias de sus labores, desde el primer día que ingrese el colaborador contara con todos los beneficios de ley.

CAPITULO II
PLAN DE MARKETING
Público objetivo

Los principales consumidores que visitaran la pastelería son los vecinos que viven en la Av. Real Audiencia, entre las calles Los cedros y Nazacota Puento, fomentando un plan de marketing se atraerá a clientes potenciales visitan sector.

Esta direccionado a personas de todas las edades especialmente a los millenials.

Diferenciación

Pie & Tas Pastry elabora productos clásicos a base de materia prima de alta calidad, ofrece variedad de sabores, texturas y modernas presentaciones y brinda servicios personalizados en postres.

Objetivos y estrategias de marketing

El objetivo del plan de marketing es dar a conocer Pie & Tas enfocándonos en la elaboración y presentación de productos de pastelería clásicos, dándonos a conocer como una empresa que innova con tendencias actuales en repostería.

La estrategia que se empleara es promocionar cada producto semanalmente para así dar a conocer nuestra oferta gastronómica.

Objetivos y estrategias de Ventas

Tenemos como objetivo elaborar los mejores productos a precios accesibles manteniendo una buena calidad y presentación de los mismos, lo cual garantizará que los potenciales clientes se sientan atraídos visualmente y consuman todos nuestros productos.

Para esta estrategia utilizaremos el menú como herramienta, ya que así garantiremos que los clientes observen las presentaciones de los postres y al momento de servirles sean iguales al de la foto.

Comunicación en medios Digitales

Se trabajará de la mano con el Community manager para realizar campañas masivas en redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok, etc. Tenemos como política que cada día publicaremos imágenes con la autorización de nuestros clientes consumiendo los productos ofertados, se trabajará de la mano con influencers ya que nuestro mercado esta direccionado a los millennials.

Política de Precio

El precio es primordial al momento de querer ingresar a un mercado ya establecido, para garantizar que el costo de nuestros productos sea competitivo, evaluaremos las posibilidades de pago de nuestros clientes y los precios que tenga la competencia.

Formas de pago

- Pago en efectivo
- Tarjetas de débito y crédito
- Transferencias bancarias
- Pago 30% de abono y el 70% al final (aplicaría en casos de tener productos bajo pedido)

Políticas de promoción

- Un día específico de la semana se dará café gratis por la compra de cualquier postre.

- Se realizará un convenio con la empresa Raisy Up (agencia de publicidad) para ofertar el postre de la semana a los comensales.
- En fechas especiales como día del padre, día de la madre, cumpleaños, navidad, san Valentín, etc., Se armarán cajas sorpresas de los postres de temporada.
- Para la fidelización de nuestros clientes más frecuentes se regalará una torta pequeña personalizada a su gusto.
- Por el día del chef habrá hasta 50% de descuento en todos los productos.

Publicidad

- Contratación de Facebook e instagram para realizar publicidad pagada.
- Entrega de flyers en toda la Av. Real Audiencia
- Se entregará a los clientes una tarjeta de presentación al momento de cancelar su cuenta.
- En pedidos para llevar se colocará un sticker del logotipo de la empresa.
- Contratación de propagandas en aplicaciones móviles de comida como Rappi, Uber Eats, pedidos ya, etc.
- Con la previa autorización de los clientes, se les tomara fotos consumiendo nuestros productos en el local para subir a las redes sociales.

Merchandising

No se realizará ningún plan de merchandising puesto que Pie & Tas es una microempresa en la que no necesitaría este tipo de demandas, normalmente este tipo de plan es utilizado por marcas grandes y ya establecidas en el mercado.

CAPITULO III

PLAN FINANCIERO

El pilar de todo negocio es el análisis financiero ya que nos permite examinar la viabilidad del plan de negocio al que se quiere dar inicio en el mercado, al mismo tiempo que nos mostrara si tendremos la devolución de la inversión inicial que se hizo.

Concepto

Es un aspecto primordial por el que atraviesa una empresa puesto que así se puede determinar la rentabilidad del plan de negocio que se quiere poner en marcha.

Presupuesto de Inversión

Activos fijos Tangibles

Los activos fijos son aquellos que son bienes que no se pueden convertir en efectivo por una empresa y su tiempo de duración es mayor al año. (Arias, Activo Fijo, 2016)

INVERSIÓN INICIAL	
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	VALOR TOTAL
Equipos de Cocina	\$ 37.392,13
Utensilios de Cocina	\$ 562,48
Vajilla	\$ 363,65
Muebles y enseres de oficina	\$ 593,00
Equipos de oficina	\$ 28,00
Equipos de computación	\$ 750,00
Menaje de servicio	\$ 210,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 39.899,26

Tabla Nro.13 Inversión en activos fijos
Elaborado por Autor

Activos fijos Intangibles

Los activos intangibles son aquellos que sirven para dar un crecimiento económico a la empresa ya que estos activos ayudan a que la inversión sea menor y las ganancias aumenten con la marca y el uso del internet (redes sociales). (Arias, Activo intangible, 2015)

ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	VALOR TOTAL
GASTOS PREOPERATIVOS	
Gastos de constitución legal (patentes y permisos)	\$ 224,00
Software (Sistema Administrativo, Contable Y Facturación Aries Plus)	\$ 650,00
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 874,00

Tabla Nro.14 Inversión activos intangibles
Elaborado por Autor

UNIFORMES

Los uniformes serán negros.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.TOTAL
Personal Cocina	2	\$ 54,94	\$ 109,88
Personal Servicio	2	\$ 10,50	\$ 21,00
TOTAL			\$ 130,88

Tabla Nro.15 Uniformes
Elaborado por Autor

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	TARIFA BÁSICA MENSUAL
Agua	30
Luz	40
Internet	45
TOTAL	115

Tabla Nro.16 Servicios Básicos
Elaborado por Autor

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	V.TOTAL
Redes Sociales (Facebook y instagram)	\$170,00
TOTAL	\$170,00

Tabla Nro.17 Publicidad
Elaborado por Autor

Costo total del proyecto

El costo total del proyecto es la suma del total de activos fijos, activos intangibles y de capital de trabajo.

CTP: \$ \$49.651,85

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

DETALLE	TOTAL
Sueldo	\$4.050,00
IESS	\$451,58
Uniformes	\$130,88
Servicios Básicos	\$115,00
Materiales de Oficina	\$50,00
Insumos	\$40,00
Publicidad	\$170,00
Mantenimiento Equipos y Maquinaria	\$200,00
Mantenimiento y Limpieza de Oficina	\$20,00
Inventario materia prima	\$3.651,13
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$8.878,59
ACTIVOS TANGIBLES & INTANGIBLES	\$40.773,26
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$49.651,85

Tabla Nro.18 Inversión de capital de trabajo
Elaborado por Autor

Presupuesto de Financiación

El financiamiento es una parte crucial del negocio, ya que de esta manera se desarrollará cada punto de las inversiones que se manejaran en la empresa.

El 30% de la inversión del negocio se lo financiara por medio de una cooperativa de ahorros y crédito, el 70% restante se lo financiara por medio de un préstamo financiado por mis padres.

Cooperativa de ahorro y crédito 29 de Octubre			
Crédito	\$15.500,00		
Tiempo	5 años		
Pagos mensuales	\$369,00		

Tabla No.19 Financiamiento
Elaborado por Autor

Balance general inicial

ACTIVOS	
Caja y Bancos	\$ 8.878,59
Activos Intangibles	\$ 874,00
Activos fijos	\$39.899,26
TOTAL	\$49.651,85

Tabla Nro.20 Activos
Elaborado por Autor

PASIVOS	
Cuentas por pagar	\$15.500,00
PATRIMONIO	
Capital	\$34.151,85
TOTAL	\$49.651,85

Tabla Nro.21 Pasivos
Elaborado por Autor

Flujo de caja

CONCEPTO	FLUJO DE CAJA												TOTAL
	J	A	S	O	MESES				M	A	M	J	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
SALDO AL INICIO	\$ 8.878,59	\$ 4.727,85	\$ 897,62	\$ 4.181,81	\$ 7.200,53	\$ 17.283,05	\$ 22.168,94	\$ 27.117,86	\$ 29.503,54	\$ 32.531,14	\$ 34.852,00	\$ 44.287,27	\$ 233.630,20
VENTAS	\$ 4.222,85	\$ 4.026,83	\$ 4.645,96	\$ 6.384,87	\$ 6.716,34	\$ 11.003,20	\$ 6.451,30	\$ 8.508,14	\$ 8.052,39	\$ 8.052,39	\$ 9.162,15	\$ 9.748,85	\$ 86.975,27
TOTAL ENTRADAS A CAJA	\$ 13.101,44	\$ 8.754,68	\$ 5.543,58	\$ 10.566,68	\$ 13.916,87	\$ 28.286,25	\$ 28.620,24	\$ 35.626,00	\$ 37.555,93	\$ 40.583,53	\$ 44.014,15	\$ 54.036,12	\$ 320.605,47
SALIDAS DE EFECTIVO													
SUELDOS	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 24.300,00
IESS	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 2.441,88
UNIFORMES	\$ 130,88	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ 130,88
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 1.380,00
MATERIALES OFICINA	\$ 25,00	\$ -	\$ -	\$ 25,00	\$ -	\$ -	\$ 25,00	\$ -	\$ -	\$ 25,00	\$ -	\$ -	\$ 100,00
INSUMOS	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
PUBLICIDAD	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 2.040,00
MANT.EQUIPO Y MAQUINARIA	\$ 100,00	\$ 100,00	0	0	0	\$ 100,00	0	0	0	\$ 100,00	0	0	\$ 400,00
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
COSTO DE VENTAS	\$ 1.223,53	\$ 1.223,53	\$ 1.223,53	\$ 2.447,06	\$ 2.447,06	\$ 3.670,59	\$ 1.223,53	\$ 2.447,06	\$ 1.223,53	\$ 1.223,53	\$ 2.447,06	\$ 2.447,06	\$ 23.247,07
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	\$ 4.022,90	\$ 3.867,02	\$ 3.767,02	\$ 5.015,55	\$ 4.990,55	\$ 6.314,08	\$ 3.792,02	\$ 4.990,55	\$ 3.767,02	\$ 3.892,02	\$ 4.990,55	\$ 4.990,55	\$ 54.399,83
BALANCE	\$ 9.078,54	\$ 4.887,66	\$ 1.776,56	\$ 5.551,13	\$ 8.926,32	\$ 21.972,17	\$ 24.828,22	\$ 30.635,45	\$ 33.788,91	\$ 36.691,51	\$ 39.023,60	\$ 49.045,57	\$ 266.205,64

Tabla Nro.22 Flujo de caja
Elaborado por Autor

Calculo estimativo de nómina salarial

Es una remuneración que se da por un trabajo realizado durante un tiempo determinado, se puede tomar distintas formas de condicionamiento para el salario, pero se debe cumplir unas estipulaciones que son el tiempo, los días y horas. (Ferrari, 2015)

Rol de pagos primer año (1 mes)											
CARGO	# Empleado	Salario	Días	Patronal	individual	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	%CCC	Valor CCC	Total Aporte
Contador (honorarios)	1	\$120,00	4	0	0	0,00	0,00	0,00	1	0	0
Chef Pastelero director	1	\$550,00	30	61,325	51,975	45,83	35,42	22,92	1	5,5	113,3
Ayudante de pasteleria	1	\$425,00	30	47,3875	40,1625	35,42	35,42	17,71	1	4,25	87,55
Cajero	1	\$425,00	30	47,3875	40,1625	35,42	35,42	17,71	1	4,25	87,55
Mesero	1	\$425,00	30	47,3875	40,1625	35,42	35,42	17,71	1	4,25	87,55
Community Manager (redes sociales)	1	\$80,00	30	0	0	0,00	0,00	0,00	1	0	0
TOTAL MES		\$ 2.025,00		203,49	172,46	168,75	35,42	84,38		18,25	375,95

Tabla Nro.23 Sueldos
Elaborado por Autor

Primeros dos meses de sueldo				
	Julio-Agosto			
CARGO	# EMPLEADO	2 MESES	APORTE IESS 11,15%	APORTE IESS 9,45%
Contador (honorarios)	1	\$240,00	\$26,76	\$22,68
Chef Pastelero	1	\$1.100,00	\$122,65	\$103,95
Ayudante de pasteleria	1	\$850,00	\$94,78	\$80,33
Cajero	1	\$850,00	\$94,78	\$80,33
Mesero	1	\$850,00	\$94,78	\$80,33
Community Manager (redes sociales)	1	\$160,00	\$17,84	\$15,12
TOTAL		\$4.050,00	\$451,58	\$382,73

Tabla Nro.24 sueldo de 2 meses
Elaborado por Autor

Presupuesto del estado de Pérdidas y Ganancias

PRESUPUESTO DE GASTOS

DETALLE	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
SUELDOS	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$ 2.025,00	\$24.300,00
IESS	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 203,49	\$ 2.441,88
UNIFORMES	\$ 130,88	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 130,88
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 1.380,00
MATERIALES OFICINA	\$ 25,00			\$ 25,00			\$ 25,00			\$ 25,00			\$ 100,00
INSUMOS	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
PUBLICIDAD	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 2.040,00
MANTENIMIENTO EQUIPOS Y MAQUINARIA	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100,00	\$ -	\$ -	\$ 400,00
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA OFICINA	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
COSTO DE VENTA	\$ 1.223,53	\$ 1.223,53	\$ 1.223,53	\$ 2.447,06	\$ 2.447,06	\$ 3.670,59	\$ 1.223,53	\$ 2.447,06	\$ 1.223,53	\$ 1.223,53	\$ 2.447,06	\$ 2.447,06	\$23.247,07
TOTAL	\$ 4.022,90	\$ 3.867,02	\$ 3.767,02	\$ 5.015,55	\$ 4.990,55	\$ 6.314,08	\$ 3.792,02	\$ 4.990,55	\$ 3.767,02	\$ 3.892,02	\$ 4.990,55	\$ 4.990,55	\$54.399,83

Tabla Nro.25 Presupuesto de gastos
Elaborado por Autor

COSTO DE PRODUCCIÓN


MENÚ PIE&TAS			
			
NOMBRE DEL PRODUCTO	COSTO POTENCIAL 30%	PRECIO TOTAL POR PORCIÓN	PRECIO TOTAL
Cupcake de zanahoria	\$1,35	\$1,51	\$1,51
Cupcake red velvet	\$1,66	\$1,86	\$1,86
Cupcake de vainilla	\$1,37	\$1,53	\$1,53
Mousse de maracuya	\$2,58	\$2,90	\$29,00
Mousse de mora	\$2,78	\$3,11	\$31,15
Caketon	\$1,43	\$1,60	\$16,40
Red velvet	\$3,34	\$3,74	\$37,44
Selva negra	\$2,91	\$3,26	\$32,56
Tres leches	\$1,53	\$1,72	\$20,63
Glaseada de naranja	\$1,50	\$1,68	\$20,11
Glaseada de maracuya	\$0,98	\$1,09	\$13,11
Pie de limón	\$3,72	\$4,17	\$32,84
Tartaleta de frutos rojos	\$3,78	\$4,24	\$4,24
Tartaleta de manzana	\$2,66	\$2,98	\$23,84
Tartaleta de maracuya	\$3,60	\$4,03	\$4,03
Cheesecake de maracuya	\$3,48	\$3,89	\$38,95
Cheesecake oreo	\$3,89	\$4,36	\$43,59
Frutillas con chocolate	\$1,15	\$1,29	\$1,29
Americano	\$0,60	\$2,00	\$2,00
Espresso	\$0,30	\$1,00	\$1,00
Capuccino	\$0,90	\$2,99	\$2,99
Mocaccino	\$1,13	\$3,75	\$3,75
Agua sin gas	\$0,15	\$0,50	\$0,50
Agua con gas	\$0,18	\$0,60	\$0,60
Té negro	\$0,30	\$1,00	\$1,00
Colas	\$0,45	\$1,50	\$1,50

Tabla Nro.26 Costo de producción
Elaborado por Autor

Presupuesto de Ingresos

DETALLE	VENTAS																										TOTAL
	VENTAS JULIO	P.V.P	JULIO	VENTAS AGOSTO	AGOSTO	VENTAS SEPT	SEPTIEMBRE	VENTAS OCT	P.V.P2	OCTUBRE	NOV	NOVIEMBRE	VENTAS DIC	DICIEMBRE	VENTAS ENERO	ENERO	VENTAS FEB	FEBRERO	VENTAS MARZO	MARZO	VENTAS ABRIL	ABRIL	VENTAS MAYO	MAYO	VENTAS JUNIO	JUNIO	
Cupcake de zanahoria	20	\$1,51	\$30,20	20	\$30,20	25	\$37,75	30	\$1,51	\$45,30	40	\$60,40	60	\$90,60	30	\$45,30	40	\$60,40	40	\$60,40	40	\$60,40	50	\$75,50	50	\$75,50	\$671,95
Cupcake Red velvet	20	\$1,86	\$37,20	20	\$37,20	20	\$37,20	30	\$1,86	\$55,80	40	\$74,40	60	\$111,60	30	\$55,80	40	\$74,40	40	\$74,40	40	\$74,40	50	\$93,00	50	\$93,00	\$818,40
Cupcake de vainilla	20	\$1,53	\$30,60	20	\$30,60	25	\$38,25	40	\$1,53	\$61,20	45	\$68,85	60	\$91,80	30	\$45,90	40	\$61,20	40	\$61,20	40	\$61,20	50	\$76,50	50	\$76,50	\$703,80
Mousse de maracuya	10	\$29,00	\$290,00	10	\$290,00	10	\$290,00	15	\$29,00	\$435,00	15	\$435,00	30	\$870,00	15	\$435,00	20	\$580,00	20	\$580,00	20	\$580,00	30	\$870,00	35	\$1.015,00	\$6.670,00
Mousse de mora	10	\$31,15	\$311,50	10	\$311,50	10	\$311,50	20	\$31,15	\$623,00	25	\$778,75	30	\$934,50	20	\$623,00	30	\$934,50	30	\$934,50	30	\$934,50	35	\$1.090,25	35	\$1.090,25	\$8.877,75
Caketon	10	\$16,04	\$160,40	10	\$160,40	10	\$160,40	20	\$16,04	\$320,80	25	\$401,00	30	\$481,20	20	\$320,80	30	\$481,20	30	\$481,20	30	\$481,20	35	\$561,40	35	\$561,40	\$4.571,40
Torta Red Velvet	10	\$37,44	\$374,40	10	\$374,40	12	\$449,28	15	\$37,44	\$561,60	20	\$748,80	30	\$1.123,20	15	\$561,60	20	\$748,80	20	\$748,80	20	\$748,80	20	\$748,80	25	\$936,00	\$8.124,48
Torta Selva Negra	15	\$32,56	\$488,40	10	\$325,60	15	\$488,40	25	\$32,56	\$814,00	25	\$814,00	40	\$1.302,40	20	\$651,20	30	\$976,80	30	\$976,80	30	\$976,80	25	\$814,00	25	\$814,00	\$9.442,40
Torta tres leches	15	\$20,63	\$309,45	15	\$309,45	20	\$412,60	20	\$20,63	\$412,60	20	\$412,60	30	\$618,90	15	\$309,45	20	\$412,60	20	\$412,60	20	\$412,60	20	\$412,60	20	\$412,60	\$4.848,05
Torta Glaseada de naranja	10	\$20,11	\$201,10	9	\$180,99	10	\$201,10	12	\$20,11	\$241,32	10	\$201,10	20	\$402,20	10	\$201,10	12	\$241,32	12	\$241,32	12	\$241,32	15	\$301,65	15	\$301,65	\$2.956,17
Torta glaseada de maracuya	10	\$13,11	\$131,10	9	\$117,99	10	\$131,10	12	\$13,11	\$157,32	10	\$131,10	20	\$262,20	10	\$131,10	12	\$157,32	12	\$157,32	12	\$157,32	15	\$196,65	15	\$196,65	\$1.927,17
Pie de Limón	10	\$32,84	\$328,40	10	\$328,40	10	\$328,40	20	\$32,84	\$656,80	20	\$656,80	25	\$821,00	20	\$656,80	25	\$821,00	25	\$821,00	25	\$821,00	25	\$821,00	30	\$985,20	\$8.045,80
Tartaleta de frutos rojos	15	\$4,24	\$63,60	15	\$63,60	20	\$84,80	20	\$4,24	\$84,80	21	\$89,04	25	\$106,00	20	\$84,80	30	\$127,20	30	\$127,20	30	\$127,20	25	\$106,00	30	\$127,20	\$1.191,44
Tartaleta de maracuya	15	\$4,03	\$60,45	15	\$60,45	20	\$80,60	20	\$4,03	\$80,60	15	\$60,45	20	\$80,60	20	\$80,60	25	\$100,75	20	\$80,60	20	\$80,60	25	\$100,75	25	\$100,75	\$967,20
Tartaleta de manzana	15	\$23,84	\$357,60	15	\$357,60	15	\$357,60	12	\$23,84	\$286,08	10	\$238,40	20	\$476,80	20	\$476,80	20	\$476,80	20	\$476,80	20	\$476,80	25	\$596,00	25	\$596,00	\$5.173,28
Cheesecake de maracuya	10	\$38,95	\$389,50	10	\$389,50	12	\$467,40	15	\$38,95	\$584,25	15	\$584,25	30	\$1.168,50	15	\$584,25	20	\$779,00	15	\$584,25	15	\$584,25	20	\$779,00	20	\$779,00	\$7.673,15
Cheesecake de oreo	10	\$43,59	\$435,90	10	\$435,90	12	\$523,08	15	\$43,59	\$653,85	15	\$653,85	35	\$1.525,65	20	\$871,80	25	\$1.089,75	20	\$871,80	20	\$871,80	25	\$1.089,75	25	\$1.089,75	\$10.112,88
Frutillas con chocolate	30	\$1,29	\$38,70	30	\$38,70	35	\$45,15	50	\$1,29	\$64,50	50	\$64,50	150	\$193,50	60	\$77,40	70	\$90,30	60	\$77,40	60	\$77,40	70	\$90,30	80	\$103,20	\$961,05
Americano	15	\$2,00	\$30,00	15	\$30,00	15	\$30,00	15	\$2,00	\$30,00	15	\$30,00	30	\$60,00	20	\$40,00	25	\$50,00	20	\$40,00	20	\$40,00	25	\$50,00	30	\$60,00	\$490,00
Espresso	10	\$1,00	\$10,00	10	\$10,00	10	\$10,00	10	\$1,00	\$10,00	10	\$10,00	20	\$20,00	10	\$10,00	12	\$12,00	12	\$12,00	12	\$12,00	12	\$12,00	12	\$12,00	\$140,00
Capuccino	15	\$2,99	\$44,85	15	\$44,85	15	\$44,85	20	\$2,99	\$59,80	20	\$59,80	20	\$59,80	15	\$44,85	20	\$59,80	20	\$59,80	20	\$59,80	25	\$74,75	30	\$89,70	\$702,65
Mocaccino	10	\$3,75	\$37,50	10	\$37,50	12	\$45,00	15	\$3,75	\$56,25	15	\$56,25	25	\$93,75	15	\$56,25	20	\$75,00	20	\$75,00	20	\$75,00	25	\$93,75	30	\$112,50	\$813,75
Agua sin gas	20	\$0,50	\$10,00	20	\$10,00	20	\$10,00	30	\$0,50	\$15,00	30	\$15,00	40	\$20,00	25	\$12,50	30	\$15,00	30	\$15,00	30	\$15,00	35	\$17,50	35	\$17,50	\$172,50
Agua con gas	20	\$0,60	\$12,00	20	\$12,00	20	\$12,00	30	\$0,60	\$18,00	25	\$15,00	40	\$24,00	25	\$15,00	30	\$18,00	30	\$18,00	30	\$18,00	35	\$21,00	35	\$21,00	\$204,00
Té negro	10	\$1,00	\$10,00	10	\$10,00	12	\$12,00	12	\$1,00	\$12,00	12	\$12,00	20	\$20,00	15	\$15,00	20	\$20,00	20	\$20,00	20	\$20,00	25	\$25,00	30	\$30,00	\$206,00
Colas	20	\$1,50	\$30,00	20	\$30,00	25	\$37,50	30	\$1,50	\$45,00	30	\$45,00	30	\$45,00	30	\$45,00	30	\$45,00	30	\$45,00	30	\$45,00	30	\$45,00	35	\$52,50	\$510,00
TOTAL	375		\$4.222,85		\$4.026,83		\$4.645,96	553		\$6.384,87		\$6.716,34		\$11.003,20		\$6.451,30		\$8.508,14		\$8.052,39		\$8.052,39		\$9.162,15		\$9.748,85	\$86.975,27

Tabla Nro.27 Presupuesto de ingresos
Elaborado por Autor

TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

El TIR se lo emplea para determinar la viabilidad que tendrá un proyecto en el que se invirtió una suma de dinero inicial, es decir, demostrara si el negocio puesto en marcha es rentable interpretado en porcentaje. (Arias, Tasa interna de retorno (TIR), 2017)

TIR		
-49.651,85		
\$ 9.078,54		
\$ 4.887,66		
\$ 1.776,56		
\$ 5.551,13		
\$ 8.926,32		
\$21.972,17		
\$24.828,22		
\$30.635,45		24%
\$33.788,91		
\$36.691,51		
\$39.023,60		
\$49.045,57		

Tabla Nro.28 Tir
Elaborado por Autor

La tasa interna de retorno del proyecto dio como resultado un 24%, lo cual nos demuestra que es viable teniendo en cuenta el 10% de la tasa de descuento.

VAN (VALOR ACTUAL NETO)

Es un método por el cual se puede observar los pagos y cobros de un proyecto para que de esta manera se verifique si se obtiene ganancias o pérdidas. (Morales, 2017)

VAN		
15%		
-49.651,85		
\$ 9.078,54		
\$ 4.887,66		
\$ 1.776,56		
\$ 5.551,13		\$31.126,42
\$ 8.926,32		
\$ 21.972,17		
\$ 24.828,22		
\$ 30.635,45		
\$ 33.788,91		
\$ 36.691,51		
\$ 39.023,60		
\$ 49.045,57		

Tabla Nro.29 VAN
Elaborado por Autor

RETORNO DE LA INVERSIÓN

ROI también conocido como retorno de la inversión, es un método por el cual se observa si la inversión llega a ser rentable por medio de la medición del capital designado y el beneficio alcanzado. (Westreicher, 2020)

ROI		
UTILIDAD NETA/COSTO DE PROYECTO		\$ 0,53
		53%

Tabla Nro.30 ROI
Elaborado por Autor

BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

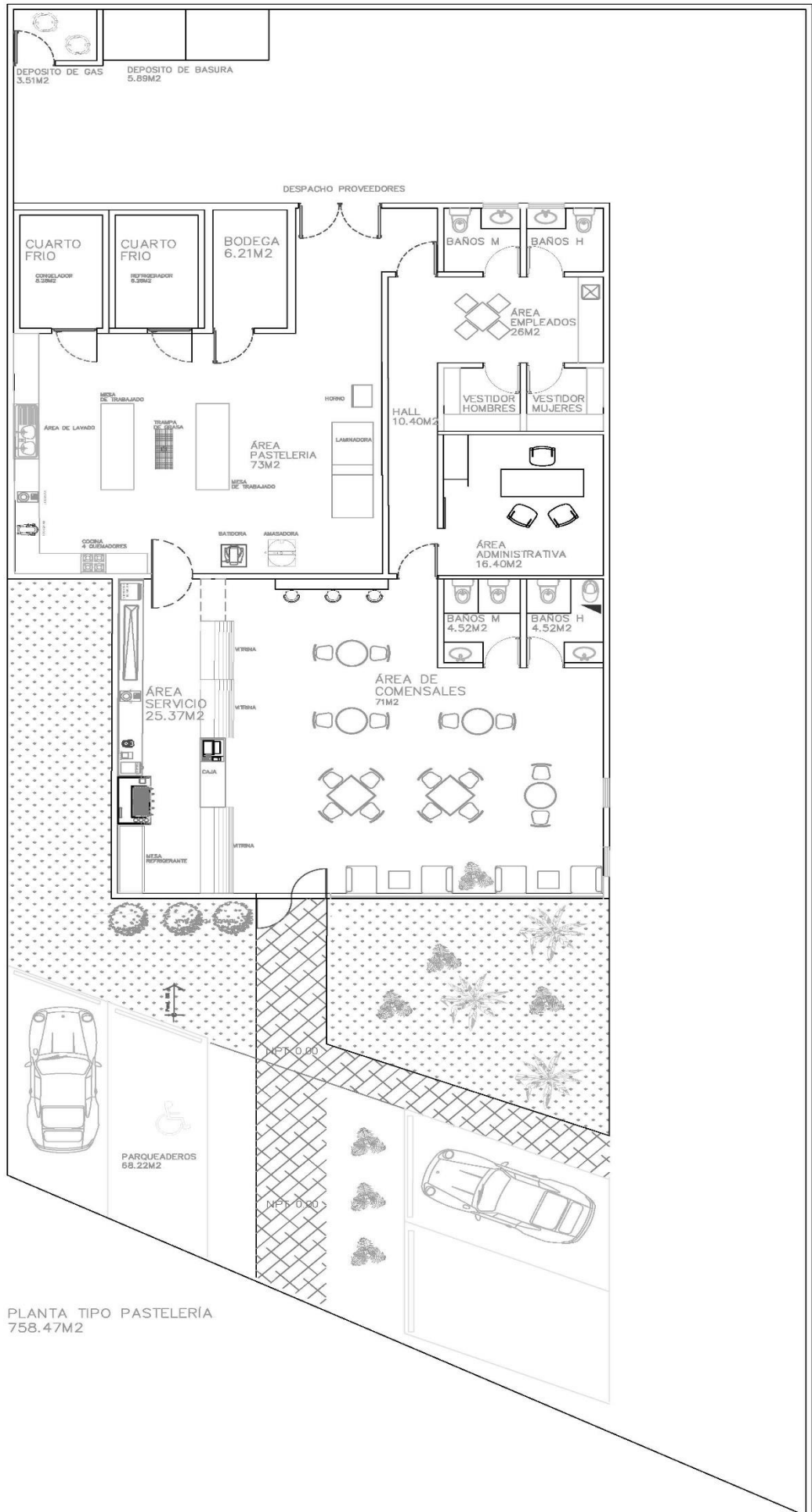
También llamado estado de resultados, es un método que se usa para saber los ingresos y gastos de una empresa o negocio en un tiempo determinado, además de esto se puede conocer con que capacidad se puede devolver la inversión inicial realizada. (Arias, Estado de Resultados, 2015)

PÉRDIDAS Y GANANCIAS			
VENTAS			\$ 86.975,27
(-)COSTO DE VENTAS			\$ 23.247,07
INGRESO BRUTO EN VENTAS			\$ 63.728,20
(-)GASTOS OPERACIONALES			\$ 32.089,36
UTILIDAD OPERACIONAL			\$ 31.638,84
más OTROS INGRESOS			0
menos OTROS GASTOS			0
UTILIDAD DEL EJERCICIO			\$ 31.638,84
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES			\$ 4.745,83
UTILIDAD IMPONIBLE			\$ 26.893,01
(-)2% IMPUESTO A LA RENTA			\$ 537,86
		UTILIDAD NETA	\$ 26.355,15

Tabla Nro.31 Balance de pérdidas y ganancias
Elaborado por Autor

CAPITULO IV

PLAN OPERACIONES Infraestructura y Diseño



PLANTA TIPO PASTELERIA
758.47M²

Definición del circuito operativo o Ciclo de Servicio

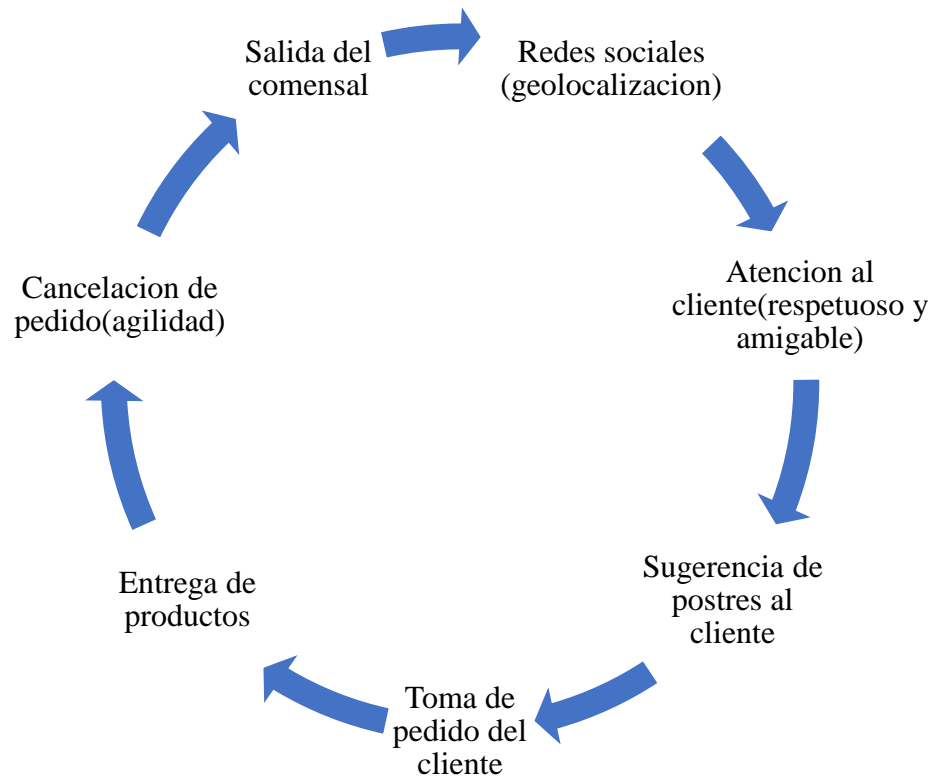


Figura Nro.5 Ciclo de servicio
Elaborado por Autor

Definición de recetas estándar

Se la conoce como una ficha donde se hace un registro de todos los productos necesarios para la elaboración de un plato, adicional se debe mencionar las cantidades, procedimientos, métodos y técnicas que se utilizarán en la receta. (Barros, 2019)

Receta estándar de costos



				
Nombre de la receta:	Caketon		Tipo:	Postre
Fecha:			Pax:	10
Peso:	50 gr		Cod:	6
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Harina	240	gr	\$ 2,29	\$ 0,55
Aceite	160	ml	\$ 6,09	\$ 0,97
Huevos	3	u	\$ 0,12	\$ 0,36
Azúcar morena	120	gr	\$ 1,99	\$ 0,24
Cacao	10	gr	\$ 5,35	\$ 0,11
leche	30	gr	\$ 0,79	\$ 0,02
Café soluble	8	gr	\$ 5,89	\$ 0,29
Polvo de hornear	5	gr	\$ 1,69	\$ 0,07
Esencia de vainilla	c/n			
Decoracion				
Crema de leche	150	gr	\$ 3,19	\$ 0,48
Chantypack	150	gr	\$ 5,40	\$ 0,81
Café	5	gr	\$ 5,89	\$ 0,18
			Precio Receta M.P	4,09
			Varios o Margen de error (5%)	0,20
			Precio Total MP	4,30
			Precio Unitario	0,43
			Costo Potencial	1,43
			12% IVA	0,17
			Precio Total (P.V.P)	1,60

Imagen 3. Receta estándar de costos
Elaborado por Autor
Fuente: Personal

Costo de venta

Se aplicará la siguiente formula:

$$\% = \frac{\text{Costo materia prima}}{\text{Precio de venta}}$$

Los estándares de costo de venta que aplican para los alimentos son de un **30%**

Definición del tipo de servicio y descripción

El tipo de servicio que dará la pastelería, se basará en un estilo personalizado.

Al momento en que un comensal llegue al establecimiento, habrá 2 personas en el mostrador, la persona en caja tomara el pedido y cobrara, mientras que el segundo trabajador estará realizando el mise en place de los productos y bebidas que haya pedido el cliente.

En caso de que el comensal pida para llevar, se pondrán los postres y bebidas en sus respectivos packaging, si opto por servirse en el establecimiento un colaborador servirá su pedido a la mesa.

Procesos

Un proceso productivo es por el cual se hace un análisis para reconocer los bienes y servicios que ofrece una empresa al consumidor, este tiene que pasar por algunas etapas en las cuales intervendrá tecnología para tener un mejor resultado final. (Quiroa, 2019)

Proceso de compra

Este proceso se lo realiza acorde al negocio y se lo ejecutara atraves de una sucesión de pasos los cuales definirán los productos que se van necesitar periódicamente.

Lista de mercado

<i>Aceites y Grasas</i>	Cantidad	Precio Unitario	Monto Total	<i>Frutas</i>	Cantidad	Precio Unitario	Monto Total
Aceite de girasol			\$ -	Mora			\$ -
Mantequilla sin sal			\$ -	Frambuesa			\$ -
Margarina			\$ -	Maracuyá			\$ -
Manteca de cacao			\$ -	Frutilla			\$ -
				Limon			\$ -
				Naranja			\$ -
				Nuez			\$ -
<i>Cereales y sus derivados</i>	Cantidad	Precio Unitario	Monto Total	<i>Productos lacteos y huevos</i>	Cantidad	Precio Unitario	Monto Total
Harina			\$ -	Leche			\$ -
Galleta			\$ -	Huevos			\$ -
Maizena			\$ -	Queso Crema			\$ -
				0 Crema de leche			\$ -
<i>Azúcar, sal, y condimentos</i>	Cantidad	Precio Unitario	Monto Total	<i>Café, té y bebidas</i>	Cantidad	Precio Unitario	Monto Total
Azúcar granulada			\$ -	Minerva			\$ -
Azúcar morena			\$ -	Agua con gas			\$ -
Azucar Impalpable			\$ -	Agua sin gas			\$ -
sal			\$ -	Colas			\$ -
Canela			\$ -	Te helado			\$ -
Esencia de vainilla			\$ -				
<i>Enlatados</i>	Cantidad	Precio Unitario	Monto Total	<i>Otros</i>	Cantidad	Precio Unitario	Monto Total
Leche evaporada			\$ -	Chantipack			\$ -
Leche condensada			\$ -	Chocolate sucedaneo			\$ -
				Chocolate en barra			\$ -
				Fondant			\$ -
				Glucosa			\$ -
				Cacao en polvo			\$ -

Tabla Nro.32 Lista de mercado
Elaborado por Autor

Proveedores

Son elementales al momento de lanzar la marca al público ya que nos brinda los productos que se necesitan a un precio menor, se pueden llegar acuerdos para mejorar los términos de pago y de esta manera se puede lograr un equilibrio en los ingresos y gastos ya que al tener un margen que va de 30 a 60 días el valor del producto ofertado puede ser de mayor calidad para atraer nuevos clientes. (Tomillo, 2016, pág. 9)

Es fundamental tener de dos a 3 proveedores que cumplan con el abastecimiento de productos seleccionados los cuales deben proporcionar calidad, cantidad, precio e inocuidad.

Los proveedores que se necesitarán para la creación de este proyecto serán:

- Supermercados Santa María
- Línea El Maestro
- DelyClar
- Santa Lucia
- Mercado San Roque (frutas)
- Termalimex
- Nueva visión Industrias Metálicas.

Flujograma de recepción y control de mercadería



Figura Nro. 6 Flujograma de recepción y control de mercadería
Elaborado por Autor

La carta



BEBIDAS CALIENTES

AMERICANO / \$2.00

Masa de zanahoria rayada, decorado con frosting de chocolate

ESPRESSO / \$1.00

Masa roja de chocolate decorado con rosetas de frosting de queso

CAPUCCINO / \$2.99

Tradicional masa esponjosa decorado con crema de vainilla

MOCACCINO / \$3.75

Elección de cualquiera de los sabores de la casa

BEBIDAS FRIAS

AGUA SIN GAS / 0.50\$

Base de galletas trituradas con una mezcla de crema batida y pulpa de maracuyá.

AGUA CON GAS / 0.60 \$

Base de galletas trituradas con una mezcla de crema batida y pulpa de mora fresca.

crema batida y pulpa de mora fresca.

ESPECIALIDAD DE LA CASA

CAKETON / \$ 16.04

Cake de café y cacao con un toque de vainilla, decorado con crema de café.

TE NEGRO / \$1.00

Bizcocho de chocolate recubierto con frosting de queso.

COLAS / \$1.50

Bizcocho de chocolate emborrachado con amaretto, relleno de cerezas y decorado con crema batida fresca.

amaretto, relleno de cerezas y decorado con crema batida fresca.

TRES LECHES / \$20.63

Bizcocho esponjoso de vainilla bañado con crema de leche, leche evaporada y leche condensada.

GLASEADA DE NARANJA / \$20.11
Deliciosa masa de pulpa de naranja glaseada con salsa de la casa.

MARACUYA / \$13.11

Masa esponjosa de maracuyá con glaseado de pulpa natural

TARTELETA

FRUTOS ROJOS / \$4.24 C/U

Masa quebrada horneada, rellena de crema pastelera y coulis de frutos rojos.

MANZANA / \$23.84

Masa quebrada horneada, rellena de manzana cocida con canela y azúcar morena

MARACUYA / \$4.03 C/U

Masa quebrada horneada, rellena de crema pastelera y coulis de pulpa de maracuyá

ANTOJOS DE CHOCOLATE

FRUTILLAS CON CHOCOLATE /

\$1.29 C/U

Caja de frutillas frescas bañadas con chocolate blanco o negro.

PIE

LIMON / \$32.84

Fina base de galletas trituradas con relleno de yemas cocidas, pulpa de limon y leche condensada decorada con merengue flambeado.

CHEESECAKE

MARACUYA / \$38.95

Base de galletas trituradas con relleno de queso crema, jugo de maracuyá, crema de leche y leche condensada, decorada con pulpa fresca. fresca

OREO / \$43.59

Base de galletas oreo trituradas con relleno de queso crema, crema de leche y leche condensada, decorado con frosting de crema de oreo.



BEBIDAS CALIENTES

AMERICANO/ \$2.00

Masa de zanahoria rayada, decorado con frosting de chocolate

ESPRESSO / \$1.00

Masa roja de chocolate decorado con rosetas de frosting de queso

CAPUCCINO/ \$2.99

Tradicional masa esponjosa decorado con crema de vainilla

MOCACCINO/\$3.75

Elección de cualquiera de los sabores de la casa

BEBIDAS FRIAS

AGUA SIN GAS / 0.50\$

Base de galletas trituradas con una mezcla de crema batida y pulpa de maracuyá.

AGUA CON GAS /0.60 \$

Base de galletas trituradas con una mezcla de crema batida y pulpa de mora fresca.

TE NEGRO / \$1.00

Bizcocho de chocolate recubierto con frosting de queso.

COLAS / \$1.50

Bizcocho de chocolate emborrachado con amaretto, relleno de cerezas y decorado con crema batida fresca.

Imagen 4. Menú

Elaborado por Autor

Fuente: Personal

Productos Extras

La pastelería contará con la venta de bebidas calientes más populares.

- Café Americano
- Café Espresso
- Café Capuchino
- Café Mocaccino

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- La investigación realizada en la parroquia Ponceano, sector Real Audiencia da como resultado que existe una gran variedad de oferta gastronómica, el cual ha ido aumentando con el paso del tiempo lo que ayudado a que se vuelva una zona comercial aumentando la economía popular.
- El estudio de mercado realizado para este proyecto resulto favorable para Pie & Tas Pastry, con la aceptación de la población que tiene un estrato social bajo-medio y medio-alto.
- Se logró establecer los gustos y preferencias del público, lo que nos permitirá conocer cuáles serán nuestros próximos clientes potenciales, además de que se podrá trabajar para brindar un servicio digno y satisfacer a los consumidores.
- Las estrategias establecidas de marketing para el presente negocio ayudan al desarrollo y aumento en el mercado a un corto plazo, el cual nos dará una ventaja para el posicionamiento de la marca en esta zona.
- El pilar del proyecto es el estudio financiero puesto que de esta manera nos ayudara a plantear de mejor manera los costos necesarios para el negocio y su rentabilidad.

RECOMENDACIONES

- El sector de la Real Audiencia posee una gran demanda en ofertas gastronómicas las cuales demuestran que el proyecto presentado se debe iniciar ya que se lograra tener una buena acogida en el mercado.

- Los resultados de las encuestas nos ayudaran a tener una mejor planificación para elaboración de un menú donde se pueda ofrecer otro tipo de productos los cuales satisfagan los requerimientos de todos los consumidores.

- Según las encuestas realizadas en el sector se logro identificar que los millenials tienen preferencias por los postres clásicos ya que prefieren consumir algo conocido.

- La oferta gastronómica presente en el sector de la Real audiencia va desde comida rápida, grill, restaurantes, pastelerías, panaderías, marisquerías y bares por lo que el presente proyecto es recomendable para ganar posicionamiento como pastelería clásica con servicio de bebidas calientes y frías.

- Cada empresa debe tener un amplio conocimiento en marketing para que todas sus estrategias sean favorables, de tal manera que estas ayuden aumentar las ventas tanto internas como externas y así ser un negocio competitivo a largo plazo.

- Los negocios deberán perfeccionar sus servicios, para que de esta manera se logre obtener un valor agregado propicio para satisfacer las necesidades del cliente.

- Es de suma importancia que la empresa este capacitando continuamente a su personal, de esta manera adquirirán un mejor conocimiento y desarrollo en su área de trabajo.

- Cuando el negocio este bien fijado se aplicarán de mejor manera los sistemas de BPM Y HACCP para un superior desempeño.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- Alcalde, J. C. (09 de 12 de 2017). *Plan Jurídico*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/manual/elaborar-un-plan-de-negocios-10.html>
- ARCSA. (29 de 09 de 2016). *NORMATIVA TECNICA SANITARIA PARA ALIMENTOS*. Obtenido de controlsanitario.gob.ec: https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/04/ARCSA-DE-067-2015-GGG_NORMATIVA-T%C3%89CNICA-SANITARIA-PARA-ALIMENTOS-PROCESADOS.pdf
- Arias, A. S. (17 de 09 de 2015). *Activo intangible*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/activo-intangible.html#:~:text=Un%20activo%20intangible%20es%20un,de%20las%20personas%20y%20empresas.>
- Arias, A. S. (20 de 11 de 2015). *Estado de Resultados*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/cuenta-de-resultados.html>
- Arias, A. S. (11 de 25 de 2016). *Activo Fijo*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/activo-fijo.html>
- Arias, A. S. (25 de 09 de 2017). *Tasa interna de retorno (TIR)*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Boada, A. (09 de 12 de 2020). *Las 'cocinas fantasma' crecen en Quito durante la pandemia*. Obtenido de Expreso universitario:
<https://www.expreso.ec/quito/cocinas-fantasma-crecen-pandemia-95028.html>
- Borbúa, L. G. (22 de 01 de 2015). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO*. Obtenido de turismo.gob.ec: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- Borja, R. M. (31 de 05 de 2017). *Situación Del Emprendimiento Y Sus Alcances En El Ecuador*. Obtenido de European Scientific Journal:
<https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/9331>
- Burbano-Pérez, Á. B. (2017). Importancia de la dirección estratégica para el desarrollo empresarial. *Dominio de las Ciencias*, 20,21,22.
- CEEAP. (2018). *Historia de la pastelería*. Obtenido de CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESARIOS ARTESANOS DE PASTELERÍA:
<http://www.ceeap.es/historia-de-la-pasteler%C3%ADa/>
- Ferrari, F. J. (31 de 12 de 2015). *Salario o Sueldo*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/salario-o-sueldo.html>

- Flores, M. J. (10 de 07 de 2018). *MICROEMPRESA*. Obtenido de DERECHOECUADOR.COM: <https://derechoecuador.com/microempresa/>
- Franquet, A. R. (04 de 12 de 2016). *Microentorno*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/microentorno.html>
- Galan, J. S. (30 de 11 de 2015). *Emprendedor*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html>
- Herbalife. (21 de 06 de 2021). *Los retos que enfrentan los millennials y centennials al emprender en Ecuador*. Obtenido de EKOS: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/los-retos-que-enfrentan-los-millennials-y-centennials-al-emprender-en-ecuador>
- Hernán, D. P., & Sastre Méndez, M. (2014). *Aprovisionamiento interno en pastelería*. IC Editorial.
- INFOBAE. (04 de 12 de 2014). *"Alta costura" en repostería: las tortas de diseño ya son tendencia*. Obtenido de INFOBAE: <https://www.infobae.com/2014/12/04/1613181-alta-costura-reposteria-las-tortas-diseno-ya-son-tendencia/>
- Kiziryan, M. (27 de 05 de 2015). *Análisis FODA*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-dafo.html>
- LAROUSSECOCINA. (s.f.). *Pastelería*. Obtenido de LAROUSSECOCINA.MX: <https://laroussecocina.mx/palabra/pasteleria/>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (20 de 10 de 2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020*. Obtenido de ESPAE: https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf
- Llerena, A. (07 de 05 de 2021). *Campaña promueve la compra de pasteles como una acción de apoyo a las panaderías*. Obtenido de Camara de Comercio de Quito: <https://ccq.ec/campana-promueve-la-compra-de-pasteles-como-una-accion-de-apoyo-a-las-panaderias/>
- López, J. F. (09 de 10 de 2019). *Población Estadística*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/poblacion-estadistica.html>
- Mocha, G. A. (07 de 07 de 2021). *Trámite y requisitos para obtener la Patente Municipal*. Obtenido de Gob.ec: <https://www.gob.ec/index.php/gadmc-mocha/tramites/tramite-requisitos-obtener-patente-municipal>
- Morales, V. V. (12 de 07 de 2017). *Valor actual neto (VAN)*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Normalización, S. E. (s.f.). *Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país*. Obtenido de Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN: <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>
- Pública, M. d. (2022). *Certificado del Cuerpo de Bomberos se elimina como requisito para la obtención del permiso de funcionamiento sanitario*. Obtenido de

Ministerio de Salud Pública: <https://www.salud.gob.ec/certificado-del-cuerpo-de-bomberos-se-elimina-como-requisito-para-la-obtencion-del-permiso-de-funcionamiento-sanitario/>

- Quiroa, M. (10 de 12 de 2019). *Proceso productivo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html>
- Republica del Cacao. (04 de 12 de 2020). *Entrevista a Cyril Prud'homme, Chef Ejecutivo y Director Creativo de Cyril Boutique*. Obtenido de YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=kFUObv_c2yI
- Republica del cacao. (s.f.). *ENTREVISTA CON CYRIL PRUD'HOMME, CHEF EJECUTIVO Y DIRECTOR CREATIVO DE CYRIL BOUTIQUE*. Obtenido de Republica del Cacao: <https://republicadelcacao.com/es/blogs/news/interview-with-cyril-prudhomme-executive-chef-and-creative-director-of-cyril-boutique>
- Tomillo, F. (2016). *Modelo de plan de empresa*. Obtenido de Fundación Tomillo: http://tomillo.org/wp-content/uploads/2016/12/Modelo_de_Plan_de_Empresa_FTomillo_7877.pdf
- Turismo, M. d. (05 de 10 de 2018). *REGLAMENTO TURISTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS*. Obtenido de Gob.ec: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/RO%20Reglamento%20Alimentos%20y%20Bebidas.pdf>
- UNESCO. (s.f.). *Ciudad de Quito*. Obtenido de UNESCO: <https://whc.unesco.org/es/list/2>
- UNIVERSO, E. (17 de 11 de 2020). Sí, pero: Guillermo Celi: “Ecuador es el país que más emprende en la región, pero lamentablemente es el país que más fracasa. 8 de cada 10 emprendimientos fracasan en el umbral de los 3 años». *EL UNIVERSO*. Obtenido de EL UNIVERSO: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/11/17/nota/8052391/si-guillermo-celi-ecuador-es-pais-que-mas-emprende-region/>
- VALRHONA. (2018). *Informe de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <https://dam.valrhona.com/m/338d3e3ef8f9c89c/original/Valrhona-Rapport-RSE-2018-ES-BD.pdf>
- Valrhona Collection*. (s.f.). Obtenido de <https://www.valrhona-collection.es/es/quienes-somos>
- VALRHONA, & Alzial, C. (2018). *Informe de desarrollo sostenible 2018*. Obtenido de <https://dam.valrhona.com/m/338d3e3ef8f9c89c/original/Valrhona-Rapport-RSE-2018-ES-BD.pdf>
- Westreicher, G. (29 de 09 de 2020). *Retorno de la inversión (ROI)*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/retorno-de-la-inversion-roi.html#:~:text=El%20retorno%20de%20la%20inversi%C3%B3n,o%20empresa%20reporta%20una%20utilidad.>

ANEXOS

Patente

Si se trata de un nuevo emprendimiento se debe patentar la idea para poder tener todos los derechos sobre el mismo y de esta manera poder comercializar la marca en un tiempo determinado, se debe realizar el trámite correspondiente para que el nombre y la marca pueda usarse. (Alcalde, 2017)

Según la legislación ecuatoriana para registrar una marca en el servicio nacional de derechos intelectuales (SENADI) se debe seguir los siguientes pasos. Este trámite tiene un proceso en línea y un proceso presencial, primero para generar le tramite de la patente debemos obtener un casillero virtual, el mismo que se obtiene ingresando a la web oficial (www.propiedadintelectual.gob.ec), luego de llenar la solicitud se recibirá un correo electrónico con la clave del casillero, al obtener el casillero virtual nos dirigimos al pago y luego a tramites no en línea, es aquí donde se generara un comprobante de pago de búsqueda fonética. Se desplegará una plantilla que se debe llenar en las que nos solicitaran que ingresemos el código o 3 caracteres de la descripción de la tasa de pago y luego se generara el comprobante.

Con el comprobante se realizará el pago en ventanilla del banco del pacifico, el costo es de 16\$.

Se deberá escanear los comprobantes de pago y se deberá enviar a la siguiente dirección de email foneticoquito@iepi.gob.ec en donde se deberá detallar en el asunto del correo el nombre exacto de la marca que se desea verificar.

Al terminar este procedimiento se tendrá una espera de una semana aproximadamente para revisar el correo electrónico con el informe de los resultados de la búsqueda fonética.

Una vez que la marca sea verificada y no se encuentre registrada o en proceso de registro se procede al registro de la marca (registro de signos distintivos).

Se debe ingresar a solicitudes en línea en la siguiente dirección www.propiedadintelectual.gob.ec/propiedad-intelectual.

El paso siguiente es ingresar a registro y a la opción solicitud de signos distintivos en donde se procede a llenar la plantilla con los datos de la marca.

Se deberá escoger en el casillero de naturaleza del signo una de las siguientes opciones:

- **Denominativo:** si la marca consiste solo en texto
- **Figurativo:** si la marca consiste en solo una imagen
- **Mixto:** si la marca consiste en texto e imagen
-

Como nota importante se debe dar una descripción clara y completa del signo, tomando en cuenta el color, tipo de letra y otros elementos que aparecen en la marca.

Se generará un comprobante de pago el cual deberá ser cancelado en ventanilla del banco del pacifico por un costo de 208\$, al terminar todo el proceso se deberá esperar 6 meses para que la marca quede registrada.

Capital Inicial

Es aquella inversión con la que se pretende iniciar el negocio, en caso de ser un solo dueño la forma jurídica se basara en un único accionista. (Alcalde, 2017)

Actividad y objeto social

Este apartado se centra en cual va a ser la actividad del negocio y cuál va a ser su objeto social para de esta manera entender la manera de tributar. (Alcalde, 2017)

Permisos, licencias y plazos

Una vez identificada la marca y su actividad se procede a realizar los trámites para obtener los permisos necesarios para su funcionamiento teniendo en cuenta la clase de negocio que se desea establecer, dentro de dichos permisos se toma en cuenta los riesgos laborales, si es legal dentro de las leyes del país y que requisitos se necesitan para iniciar el proceso de obtención de la licencia requerida para su funcionamiento. (Alcalde, 2017)

Requisitos obligatorios:

- RUC
- Llenar el formulario de solicitud de permiso de funcionamiento del negocio, escogiendo la actividad destinada, en este caso panadería y pastelería (<http://permisosfuncionamiento.controlsanitaio.gob.ec/>)

El permiso tiene una vigencia de 1 año calendario a partir de su emisión.

Permisos de funcionamiento en Estudio Legal

CONSTITUTIVO

Para la presente creación de la pastelería, se debe cumplir y contar con los siguientes permisos y requisitos de un establecimiento A&B según estipula el Ministerio de Turismo.

“Art.42.- Actividades turísticas” (Borbúa, 2015, pág. 10)

“Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:” (Borbúa, 2015, pág. 10)

“b) Servicio de alimentos y bebidas;” (Se tomará en cuenta únicamente el literal b que corresponde al presente proyecto) (Borbúa, 2015, pág. 10)

“Art.43.- Definición de las actividades de turismo” (Borbúa, 2015, pág. 11)

“Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:” (Borbúa, 2015, pág. 11)

“b) Servicio de alimentos y bebidas” (se tomará en cuenta únicamente el literal b que corresponde al presente proyecto) (Borbúa, 2015, pág. 11)

“Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento;” (Borbúa, 2015)

DERECHOS Y OBLIGACIONES

“Art.7.- Derechos y obligaciones de los prestadores de servicios de alimentos y bebidas” (Turismo, 2018, pág. 5)

“Los prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas gozarán de los siguientes derechos y obligaciones:” (Turismo, 2018, pág. 5)

a) “Percibir el pago por los servicios ofertados;” (Turismo, 2018, pág. 5)

b) “Acceder a los incentivos y beneficios establecidos en la normativa vigente;” (Turismo, 2018, pág. 5)

c) “Determinar y comunicar políticas de cobro y tarifas para la prestación de sus servicios;” (Turismo, 2018, pág. 5)

d) “Contar con el Registro de Turismo y Licencia Única Anual de Funcionamiento;” (Turismo, 2018, pág. 5)

e) “Contar con el libro de reclamos conforme a lo determinado en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor;” (Turismo, 2018, pág. 5)

f) “Exhibir en un lugar visible el Registro de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento;” (Turismo, 2018, pág. 5)

g) “Exhibir la placa de identificación del establecimiento turístico otorgado por la Autoridad Nacional de Turismo donde constará la tipología y clasificación del establecimiento, la cual va expuesta en un lugar visible al público en general;” (Turismo, 2018, pág. 5)

h) “Respetar y cumplir los lineamientos establecidos para alimentación y otras normas, determinadas por la Autoridad Sanitaria Nacional o quien ejerza sus funciones;” (Turismo, 2018, pág. 5)

i) “Contar con por lo menos el 50% del personal que acredite su capacitación, Formación profesional o que posea certificación de competencias laborales para ofertar el servicio de alimentos y bebidas;” (Turismo, 2018, pág. 5)

j) “Mostrar el listado de precios en un lugar visible para el usuario;” (Turismo, 2018, pág. 5)

k) “Determinar el precio final de los alimentos o bebidas dentro del menú pudiendo estar o no desglosado en el precio final;” (Turismo, 2018, pág. 5)

l) “Mantener la vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina en estados óptimos de limpieza y desinfección, sin roturas o rayaduras;” (Turismo, 2018, pág. 5)

m) “Cumplir con lo establecido en el presente reglamento y demás normativa aplicable al sector;” (Turismo, 2018, pág. 5)

n) “Denunciar ante la autoridad competente, mediante los canales establecidos para el efecto, a los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas que no cuenten con los permisos pertinentes;” (Turismo, 2018, pág. 5)

o) “Mantener las instalaciones, infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en condiciones de limpieza y funcionamiento;” (Turismo, 2018, pág. 5)

p) “Utilizar mecanismos de desinfección para las instalaciones e implementos de cocina;” (Turismo, 2018, pág. 5)

q) “Diferenciar al personal que se encuentra en entrenamiento;” (Turismo, 2018, pág. 5)

r) “Garantizar la no acumulación de olores dentro del establecimiento;” (Turismo, 2018, pág. 5)

s) “Cumplir con los servicios ofrecidos al consumidor;” (Turismo, 2018, pág. 5)

t) “Otorgar información veraz del establecimiento al consumidor;” (Turismo, 2018, pág. 5)

u) “Podrán solicitar la salida del cliente cuando contravenga las normas básicas de convivencia y la normativa correspondiente; sin perjuicio que el cliente mantenga la obligación de pago por su consumo;” (Turismo, 2018, pág. 5)

v) “Cumplir con los tributos o impuestos según lo dispuesto en la normativa pertinente; y,” (Turismo, 2018, pág. 6)

w) “Comunicará la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados, la transferencia de dominio y/o modificación de la información con la que fue registrado el establecimiento dentro de los treinta días de producida.” (Turismo, 2018, pág. 6)

Del Registro

“Art.8.- Requisitos para obtención de registro” (Turismo, 2018, pág. 6)

“Las personas naturales o jurídicas que se registren como prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas, deberán cumplir con los siguientes requisitos;” (Turismo, 2018, pág. 6)

a) “Personas Jurídicas, escritura de constitución y de existir último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscritas en el Registro Mercantil;” (Turismo, 2018, pág. 6)

b) “Detalle de inventario valorado de activos fijos de la persona natural o jurídica, para el ejercicio de la actividad comercial; o, el balance presentado a la Superintendencia, si tuviere, y que contenga los activos de su establecimiento a registrar;” (Turismo, 2018, pág. 6)

c) “Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), para persona natural o jurídica, según corresponda;” (Turismo, 2018, pág. 6)

d) “Pago del 1 x 1000 sobre el valor de los activos fijos, en los formatos y procedimientos establecidos por a la Autoridad Nacional de Turismo para personas naturales y jurídicas;” (Turismo, 2018, pág. 6)

e) “Certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Para el caso de los establecimientos móviles se sujetarán a lo establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado competente, de ser el caso; y,” (Turismo, 2018, pág. 6)

f) “Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.” (Turismo, 2018, pág. 6)

“No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea o interoperados a través de la plataforma digital que establezca para el efecto la Autoridad Nacional de Turismo.” (Turismo, 2018, pág. 6)

Licencia Única Anual de Funcionamiento

“Art.12.- Procedimiento de obtención” (Turismo, 2018, pág. 7)

“El procedimiento de obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, será realizado de acuerdo al procedimiento establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado.” (Turismo, 2018, pág. 7)

“Los requisitos para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento, distintos al del Registro de Turismo serán los siguientes:” (Turismo, 2018, pág. 7)

1. “Registro de Turismo otorgado por la Autoridad Nacional de Turismo;” (Turismo, 2018, pág. 7)

2. “Certificado de encontrarse al día en las contribuciones establecidas por la Autoridad Nacional de Turismo; y,” (Turismo, 2018, pág. 7)

3. “Los requisitos que cada Gobierno Autónomo Descentralizado, considere para la emisión de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, que deberá ser realizado mediante ordenanza.” (Turismo, 2018, pág. 7)

“Una vez obtenida la Licencia Única Anual de Funcionamiento, el establecimiento deberá exhibirla.” (Turismo, 2018, pág. 7)

“Art.55.- Requisito previo para la operación” (Borbúa, 2015, pág. 14)

“Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.” (Borbúa, 2015)

“Art.56.- Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento” (Borbúa, 2015, pág. 14)

“A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.” (Borbúa, 2015, pág. 14)

“Art.57.- Autoridad administrativa” (Borbúa, 2015, pág. 14)

“El Ministerio de Turismo concederá la licencia única anual de funcionamiento exceptuándose aquellos establecimientos turísticos que se encuentren ubicados dentro de la jurisdicción cantonal de los municipios a los cuales, a través del proceso de descentralización, se haya transferido esta competencia. En cuyo caso son estos organismos los que otorgarán el instrumento administrativo mencionado.” (Borbúa, 2015, pág. 14)

“Art.60.- Pago de la licencia” (Borbúa, 2015, pág. 15)

“El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro.” (Borbúa, 2015, pág. 15)

“En los municipios, descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.” (Borbúa, 2015, pág. 15)

“De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.” (Borbúa, 2015, pág. 15)

“Para la expedición de las normas de las entidades del régimen seccional autónomo que establezcan derechos y/o tasas que deban satisfacer los establecimientos turísticos, se deberá contar obligatoriamente con los documentos técnicos y el procedimiento de consulta previa previsto en este reglamento.” (Borbúa, 2015, pág. 15)

“Art.61.- Cálculo del pago por actividades iniciadas con posterioridad a los treinta primeros días del año” (Borbúa, 2015, pág. 15)

“Cuando un establecimiento turístico no inicie sus operaciones de los primeros 30 días del año el pago por concepto de licencia única anual de funcionamiento, se

calculará por el valor equivalente a los meses que restaren del año calendario.”
(Borbúa, 2015, pág. 15)

Clasificación

“Art.15.- Según el tipo de servicio” (Turismo, 2018, pág. 9)

“Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas clasificados como cafetería, bar y restaurante, deberán informar, a través del sistema establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, el tipo de servicio que brindan de acuerdo a lo siguiente:” (Turismo, 2018, pág. 9)

- a) “Menú” (Turismo, 2018, pág. 9)
- b) “Autoservicio” (Turismo, 2018, pág. 9)
- c) “Buffet” (Turismo, 2018, pág. 9)
- d) “Menú fijo” (Turismo, 2018, pág. 9)
- e) “Servicio a domicilio” (Turismo, 2018, pág. 9)
- f) “Servicio al auto” (Turismo, 2018, pág. 9)

“d) Menú fijo: Los alimentos se ofrecen a través de una lista de platos en una oferta rígida que usualmente esta exhibida en el mostrador directamente al consumidor, con un precio fijo, que ofrece pocas posibilidades de cambio.” (Se tomará en cuenta únicamente el literal del cual aplica para este proyecto.) (Turismo, 2018, pág. 9)

SRI

Servicio de rentas internas mediante el cual se obtiene el RUC.

REQUISITOS

Documento de identificación: cedula de identidad original

Certificado de votación original

Planilla de pago de agua o teléfono original

Copia de estado de cuenta de otros servicios (móvil, teléfono fijo, servicio de internet)

Copia de contrato de arrendamiento

Tabla Nro.33 SRI

Elaborado por Autor

Patente Municipal

Permiso que otorga el municipio para el funcionamiento de los respectivos establecimientos.

Requisitos

“Las sociedades y personas naturales obligadas a llevar contabilidad:” (Mocha, 2021)

1. “Formulario de declaración de patente o declaración inicial de Actividad Económica;” (Mocha, 2021)

2. “Cédula y certificado de votación del representante legal(nombramiento);” (Mocha, 2021)

3. “Copia del Registro Único de Contribuyentes;” (Mocha, 2021)

4. “Copia del acta de constitución, para sociedades sin fines de lucro;” (Mocha, 2021)

5. “Certificado de no adeudar al Municipio;” (Mocha, 2021)

6. “Declaración del impuesto a la renta en el SRI del año inmediato anterior;” (Mocha, 2021)
7. “Formulario del impuesto del 1.5 por mil a los Activos Totales;” (Mocha, 2021)
8. “Copia de la declaración del impuesto a la renta realizado al SRI del año inmediato anterior; y,” (Mocha, 2021)
9. “Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos.” (Mocha, 2021)
10. “Pago del impuesto de patentes y servicios administrativos” (Mocha, 2021)

Permiso de funcionamiento para establecimientos destinados a la elaboración de productos de panadería y pastelería para las organizaciones del sistema de economía popular y solidaria

Requisitos

ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y PASTERÍA	
Descripción	
Son establecimientos destinados a la manufactura de productos de panadería y pastelería (ejemplo pan, postres, galletas, buñuelos, pasteles, etc.).	
Opcionalmente, podrán contar con la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura de conformidad a la normativa vigente. Funcionarán bajo la responsabilidad técnica de un profesional con el perfil descrito en la normativa pertinente, vigente.	
Requisitos para obtención del permiso de funcionamiento	
1. Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).	
2. Categorización otorgada por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) o por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).	
Tipos de establecimientos	
Categoría: 14.1.9.1 Industria	Costo: \$153.00
Categoría: 14.1.9.2 Mediana Industria	Costo: \$122.40
Categoría: 14.1.9.3 Pequeña Industria	Costo: \$81.60
Categoría: 14.1.9.4 Micro Empresa	Costo: \$0.00
Categoría: 14.1.9.5 Artesanal	Costo: \$0.00
Categoría: 28.9 Establecimientos Destinados a la Elaboración de Productos de Panadería y Pastelería	Costo: \$0.00

Imagen 5. Requisitos de permiso de funcionamiento
Fuente: <https://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>

“Que, la norma Ibídem en su Artículo 139, dispone que: “Las notificaciones y registros sanitarios tendrán una vigencia mínima de cinco años, contados a partir de

la fecha de su concesión, de acuerdo a lo previsto en la norma que dicte la autoridad sanitaria nacional. Todo cambio de la condición del producto que fue aprobado en la notificación o registro sanitario debe ser reportado obligatoriamente a la entidad competente de la autoridad sanitaria nacional (...);” (ARCSA, 2016)

Permiso del cuerpo de bomberos

A partir del 22 de Agosto ya no se necesitara el certificado del cuerpo de bomberos para ningún establecimiento ya que esta medida está contemplada en el nuevo acuerdo ministerial 5004 en la que se elimina dicho requerimiento para 27 tipos de instituciones sometidos bajo el control y vigilancia del ARCSA, se automatizo el proceso de difusión de permisos de funcionamientos con el único objetivo de facilitar la obtención del mismo de una manera más pronta. (Pública, 2022)

TABULACIÓN DE ENCUESTAS

		Género	
HOMBRES	MUJERES	PREFIERO	NO DECIRLO
72	91	1	

Tabla Nro.34 Género
Elaborado por Autor

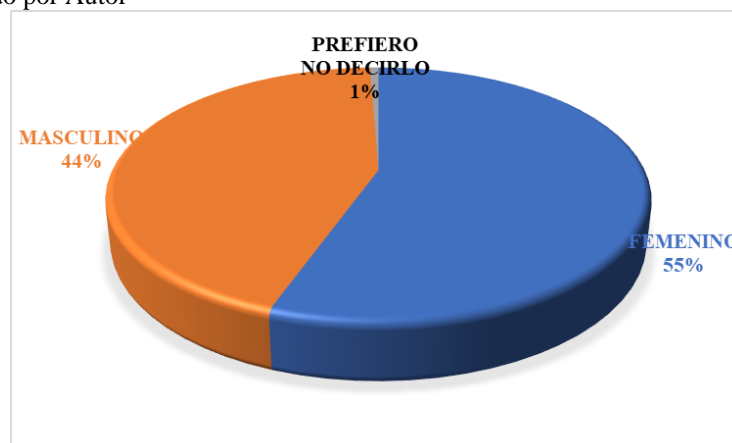


Gráfico 1. Género
Elaborado por autor

Los resultados muestran que la encuesta elaborada fue contestada por un 55% de mujeres, 44% de hombres, mientras que el 1% restante prefirió no decir su género.

EDAD		
22-28	29-35	36-40
67	50	47

Tabla Nro.35 Edad
Elaborado por Autor

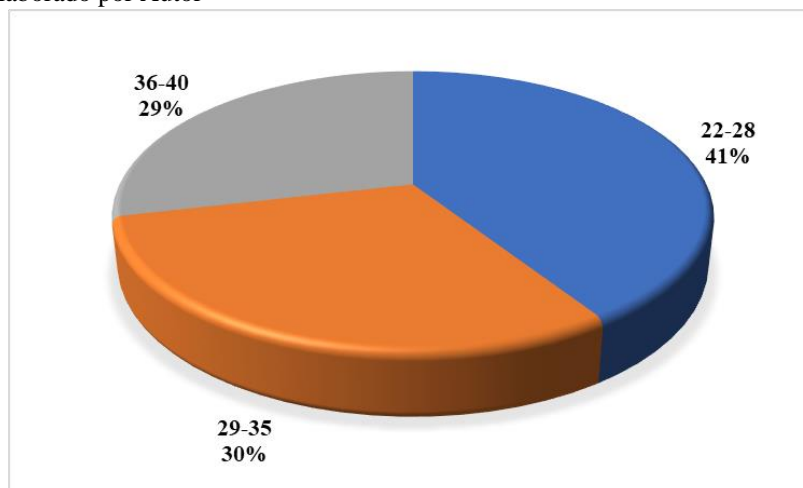


Gráfico 2. Edad
Elaborado por Autor

La segmentación de mercado al que va dirigido este proyecto es a personas que tienen una edad de 22 a 40 años, los cuales la gran mayoría tienen entre 22 a 28 años con un 41%, en segundo lugar, van las personas que tienen una edad de 29 a 35 años con un 30% y como último, pero no con mucha diferencia tenemos el rango de edad de 36 a 40 años con un 29%.

1. ¿Compraría productos de dulce tradicionales?

- Si
- No
- Tal vez

SI	NO	TALVEZ
146	5	13

Tabla Nro.36 Compra de productos dulces
Elaborado por Autor

COMPRA DE PRODUCTOS DULCES

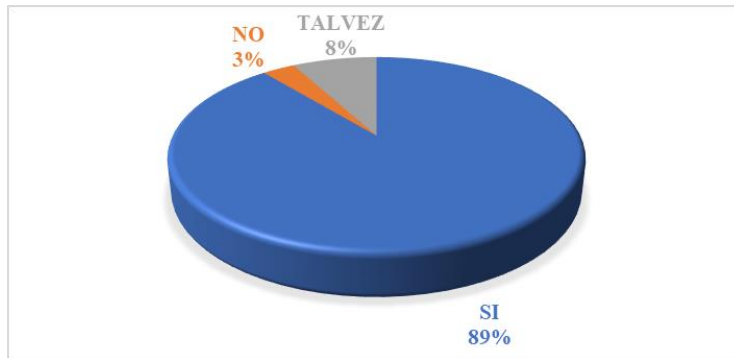


Gráfico 3. Compra de productos dulces
Elaborado por Autor

El 89% de las personas encuestadas si están dispuestas a comprar postres tradicionales lo que nos beneficiaría en gran magnitud puesto que el proyecto tendría una gran acogida en el sector.

2. ¿Cuáles son los productos que compra regularmente en una pastelería?

- Mousses
- Pasteles
- Pies
- Cheesecakes
- Tartaletas
- Pastas
- Brownies
- Cupcakes

Mousses	Pasteles	Pies	Chessecake	Tartaletas	Pastas	Brownies	Cupcakes
9	48	7	37	11	26	15	11

Tabla Nro.37 Productos más comprados
Elaborado por Autor

PRODUCTOS MÁS COMPRADOS

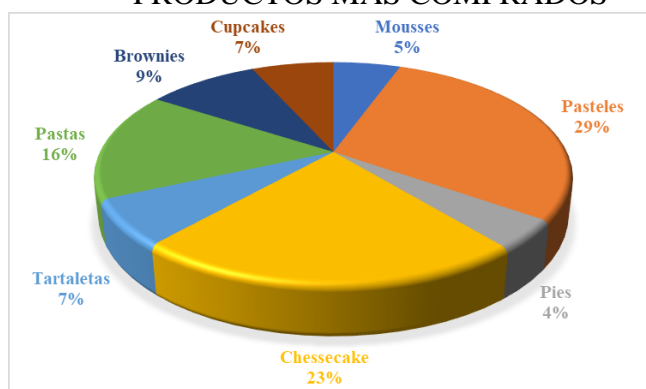


Gráfico 4. Productos más comprados
Elaborado por Autor

Se observa que los pasteles con un 29% son los productos más comprados y preferidos por los clientes al momento de ir a una pastelería, lo cual da la apertura para la venta de pasteles tanto clásicos como personalizados en nuestro negocio.

3. Con respecto al tipo de postres, prefiere:

- Propuesta diferente y única
- Postres y pasteles clásicos conocidos
- Postres y pasteles clásicos innovadores

Propuesta diferente y única	Postres y pasteles clásicos conocidos	Postres y pasteles clásicos innovadores
50	34	80

Tabla Nro.38 Tipo de postre
Elaborado por Autor

TIPO DE POSTRE

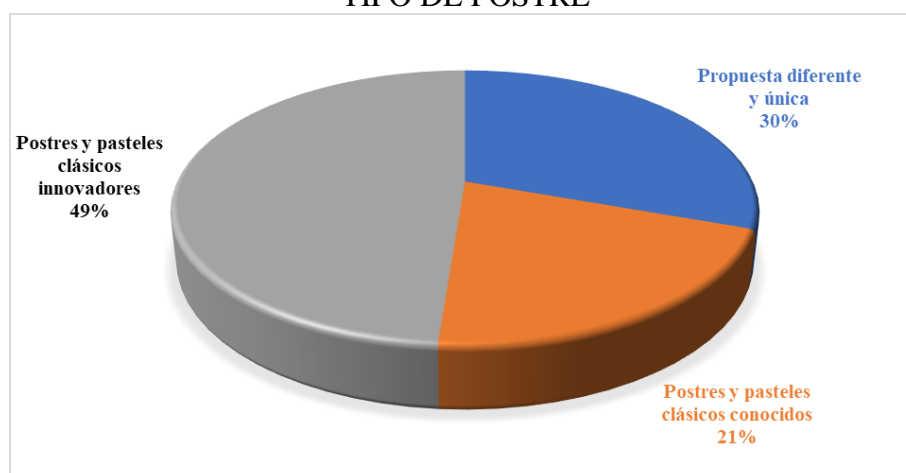


Gráfico 5. Tipo de postre
Elaborado por Autor

El 49% de las personas encuestadas prefieren postres y pasteles clásicos innovadores lo que es favorable para la empresa puesto que los productos a ofertar están basados en ese aspecto, pero también podemos observar que un 30% está a favor de una propuesta diferente lo cual también nos beneficia ya que nuestra empresa ofrece servicio personalizado para cualquier producto según el gusto del cliente y como ultimo tenemos el 21% que prefiere los postres y pasteles clásicos conocidos.

Cabe mencionar que las tres opciones son favorables para nuestro negocio ya que podemos ofrecer los 3 servicios al cliente potencial.

4. ¿Le gustaría que la pastelería tenga decoración vintage?

- Sí
- No

SI	NO
146	18

Tabla Nro.39 Decoración
Elaborado por Autor

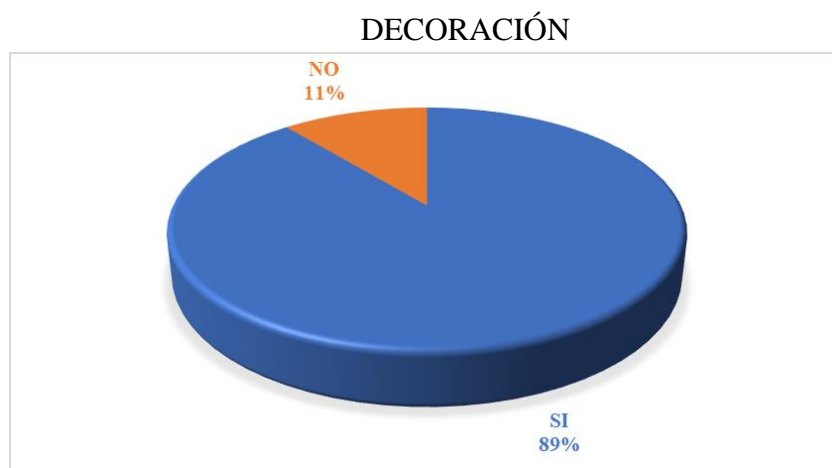


Gráfico 6. Decoración
Elaborado por Autor

Podemos observar que el 89% de los encuestados está a favor de que la decoración sea vintage, esto nos ayuda a seguir en marcha con el plan puesto que la temática de la pastelería está enfocada en ofertar productos clásicos.

5. ¿Preferiría usted que la pastelería ofrezca productos artesanales (mermeladas, confit, chocolates, etc.); promoviendo la economía popular de los pequeños productores del norte de Quito?
- Sí
 - No
 - Tal vez

SI	NO	TALVEZ
146	4	14

Tabla Nro.40 Productos Artesanales
Elaborado por Autor

PRODUCTOS ARTESANALES

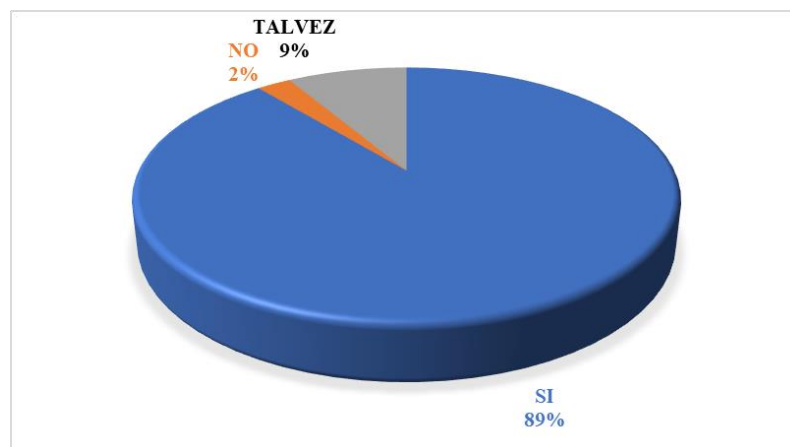


Gráfico 7. Productos Artesanales
Elaborado por Autor

El 89% de los encuestados está de acuerdo en que se venda en la pastelería productos artesanales, esto nos demuestra que es factible que nuestra empresa tenga la iniciativa de apoyar a los pequeños productores de Quito cerca de nuestro sector para que así de alguna manera se den a conocer en el mercado, esto también nos ayudara a tener variedades de productos hacia el cliente.

6. ¿Estaría de acuerdo en que el menú de la Pastelería este digitalizado para su comodidad (Código QR)?
- Sí
 - No
 - Tal vez

SI	NO	TALVEZ
122	14	28

Tabla Nro.41 Menú Digitalizados
Elaborado por Autor

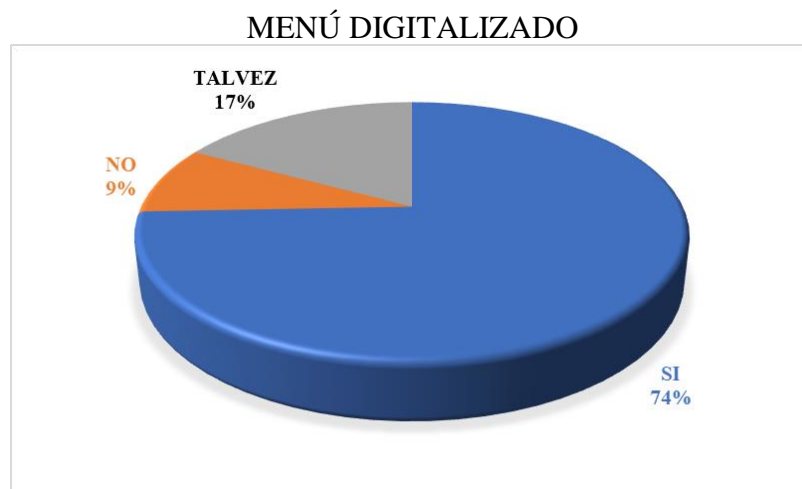


Gráfico 8. Menú Digitalizado
Elaborado por Autor

El 74% de los encuestados está a favor de que el menú sea digitalizado con código QR , esto se debe a que actualmente los clientes prefieren tener más comodidad de obtener el menú en su celular que la opción de verla físicamente, cabe recalcar que esto ayuda también a evitar los contagios de covid-19 o de cualquier otro tipo de enfermedades, un 17% voto por un talvez y un 9% no está de acuerdo a que se maneje así el menú.

7. ¿Preferiría que el método de publicidad del producto ofertado sea por medio de canales online (Facebook, Instagram, WhatsApp, correo electrónico)?

- Sí
- No
- Tal vez

SI	NO	TALVEZ
154	0	10

Tabla Nro.42 Publicidad
Elaborado por Autor

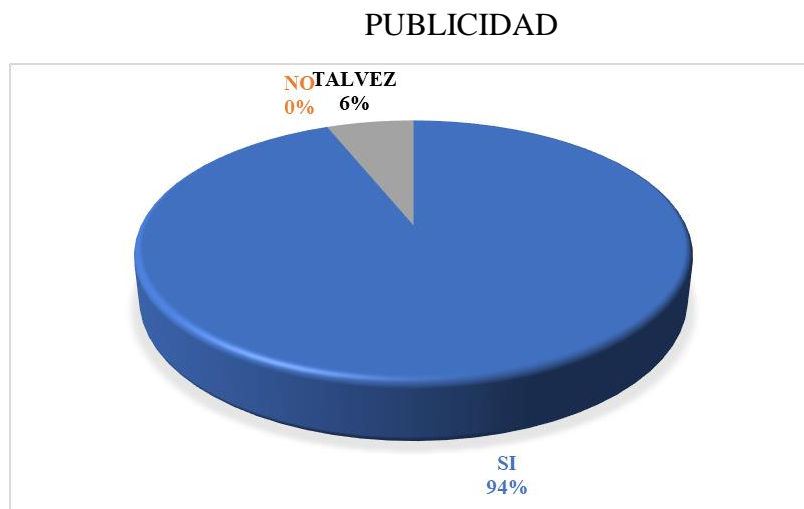


Gráfico 9. Publicidad
Elaborado por Autor

En cuanto a publicidad la mayoría de encuestados con un 94%, están de acuerdo que el menú y los productos que venda la empresa sean netamente promocionados vía redes sociales, esto nos demuestra que los clientes ya no desean una publicidad por medio de flyers o del boca a boca.

8. ¿Estaría de acuerdo asistir al lanzamiento de nuevos productos tendencias en el tema referente a la pastelería?
- Sí
 - No
 - Tal vez

SI	NO	TALVEZ
127	14	23

Tabla Nro.43 Productos tendencias
Elaborado por Autor



Gráfico 10. Productos tendencias
Elaborado por Autor

Gran parte de los encuestados eligieron por asistir a nuestra empresa en cuanto a conocer nuevos productos dulces que se vuelvan tendencia o virales en el mercado, lo que nos abre la puerta a que en un futuro nuestro negocio saque sus propias elaboraciones y estas tengan una gran acogida por parte de los clientes.

9. ¿Le gustaría participar en ferias artesanales como productor o cliente en donde se promueva la diversificación de los productos de pastelería?
- Sí
 - No
 - Tal vez

SI	NO	TALVEZ
118	15	31

Tabla Nro.44 Ferias Artesanales
Elaborado por Autor

FERIAS ARTESANALES

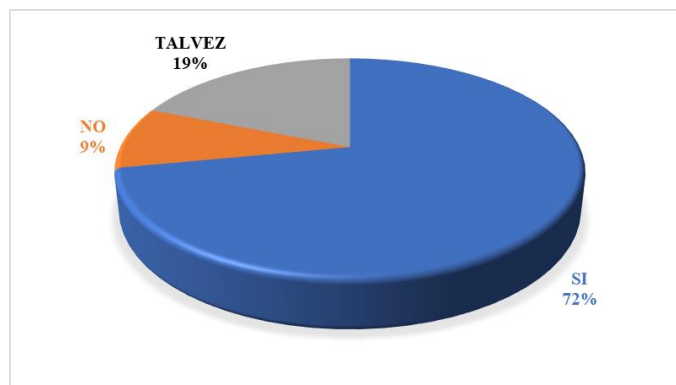


Gráfico 11. Ferias Artesanales
Elaborado por Autor

El 72% de los encuestados optaron por votar sí a la asistencia de ferias artesanales lo que como empresa nos beneficiaría ya que así podremos dar a conocer nuestro producto a muchos comensales más, por otro lado, un 19% votaron por un tal vez, esto puede ser porque no todos los clientes están dispuestos a ir a lugares así, mientras que un 9% dijo que no asistiría a estos eventos.

10. ¿Estaría dispuesto a degustar los postres de nuestra empresa en su domicilio?

- Sí
- No

SI	NO
153	11

Tabla Nro.45 Degustación
Elaborado por Autor

DEGUSTACIÓN

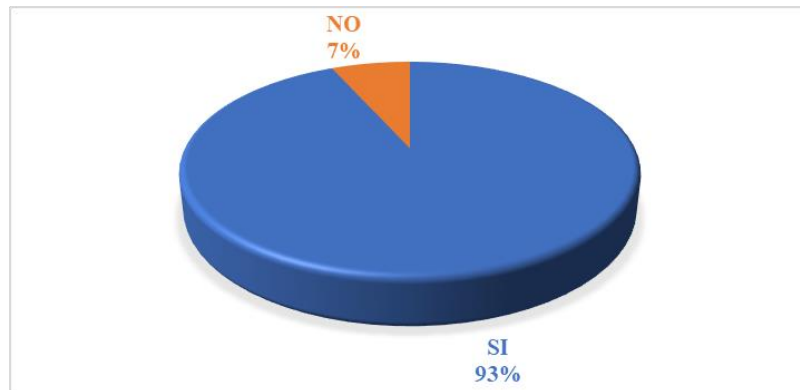


Gráfico 12. Degustación
Elaborado por Autor

Se puede observar que el 93% está de acuerdo en que nuestros productos les lleguen a sus domicilios como degustación, un 7% dijo que no, pero esto nos ayuda saber que la mayoría de personas están dispuestos a probar los postres y pasteles que vamos ofertar en el menú.

11. ¿Consumiría postres y pasteles especializados en régimen para personas diabéticas, celiacas o que realicen dietas?

- Sí
- No

SI	NO	TALVEZ
123	17	24

Tabla Nro.46 Postres Especializados
Elaborado por Autor



Gráfico 13. Postres especializados
Elaborado por Autor

Se puede destacar que la mayoría de personas encuestadas están de acuerdo en probar postres especializados para dietas, personas que sufran diabetes o personas celiacas, un 15% voto porque talvez lo probarían y un 10% opto por un no, estos son datos muy importantes para este negocio puesto que no todas las personas con problemas de salud están aptas para consumir los productos dulces, esto quiere decir que como empresa estamos comprometidos a informarnos y tener productos para todo tipo de cliente.

12. ¿Cuál es el monto que invierte cuando vas a una pastelería?

- Menos de \$1.50
- De \$1.50 a \$2.00
- De \$2.00 a \$5.00
- Mas de \$5.00

Menos de \$1.50	De \$1.50 a \$2.00	De \$2.00 a \$5.00	Más de \$5.00
10	23	60	71

Tabla Nro.47 Precios
Elaborado por Autor

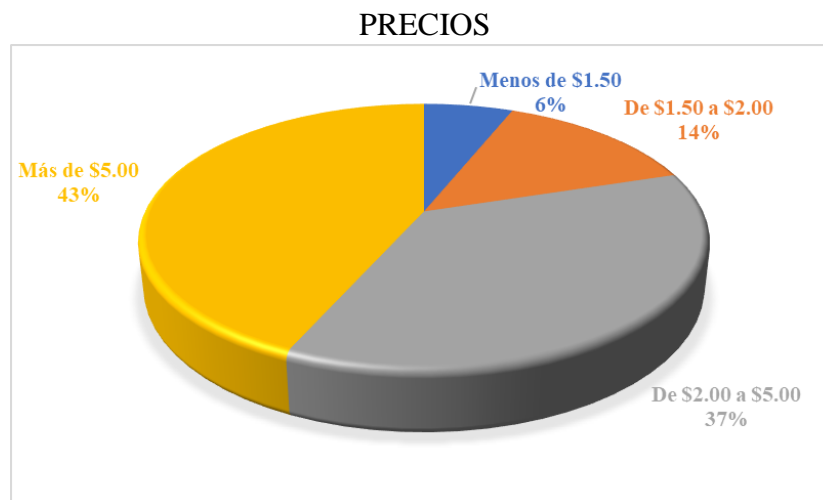


Gráfico 14. Precios
Elaborado por Autor

Respecto al tema de precios el 43% de los encuestados gastan más de \$5 al momento de ir a una pastelería, el 37% nos informa que gastan de \$2.00 a \$5.00, el 14% gasta de \$1.50 a \$2.00 y por último un 6% gasta menos de \$1.50.

Las 4 opciones mencionadas en la encuesta favorecen a nuestro establecimiento ya que los precios manejados en nuestro menú de cada uno de nuestros productos van desde \$0.60 ctvs. hasta más de \$5.00.

Packaging

Caja para porción individual de torta

Largo 13.4 cm

Ancho 10.3 cm

Alto 6.6 cm



Tabla Nro.48 Caja para porción individual de torta

Elaborado por Autor

Fuente: <http://www.termopack.com.ec/est-0048-2/>

Cajas para torta

Diámetro 25 cm

Alto 13 cm



Tabla Nro.49 Cajas para tortas

Elaborado por Autor

Fuente: <http://www.termopack.com.ec/bs-0051-tp-0070/>

Cajas para torta cuadrado

Lados 30 cm
Alto 17 cm



Tabla Nro.50 Cajas para torta cuadrado

Elaborado por Autor

Fuente: <https://www.delyclar.com/products/caja-torta-30x30x17cm>

Caja para Cupcake individual cuadrado

Lados 9.2 cm
Alto 10 cm



Tabla Nro.51 Caja para Cupcake individual cuadrado

Elaborado por Autor

Fuente: <https://www.delyclar.com/products/caja-para-1-cupcake-lonchera-10-unidades>

Caja para 6 cupcakes

Largo 24 cm

Ancho 15.5cm

Alto 7.5 cm



Tabla Nro.52 Caja para 6 cupcakes

Elaborado por Autor

Fuente: <https://www.delyclar.com/products/caja-blanca-para-6-cupcakes-tipo-lonchera-1-unidad>

Bases redondas para tortas

Base de 25 cm



Base de 30 cm



Tabla Nro.53 Base redondas para tortas

Elaborado por Autor

Fuente: <https://www.delyclar.com/products/copia-de-base-dorada-redonda-25cm>
<https://www.delyclar.com/products/base-plateada-redonda-30cm-1-unidad>

Moldes de aluminio para tortas

Molde de 64 oz

Largo:31.5cm

Ancho:21.8 cm



Molde de 16 oz

Largo:15.2 cm

Ancho:12.7 cm



Tabla Nro.54 Moldes de aluminio para tortas

Elaborado por Autor

Fuente: https://darnelgroup.com/es-co/productos/moldes-de-aluminio#color_description

Bandeja cuadrada para tartaleta

Largo 16 cm

Ancho 14 cm

Alto 5 cm



Tabla Nro.55 Bandeja cuadrada para tartaleta

Elaborado por Autor

Fuente: <https://www.dreampack.com.ec/shop/product/bandeja-cuadrada-sin-impresion-176?category=20#attr=>

Vasos bebida caliente

Vaso de 4 oz



Vaso de 9 oz con doble pared



Vaso de 12 oz con doble pared



Tabla Nro.56 Vasos bebida caliente

Elaborado por Autor



Fuente: <https://www.dreampack.com.ec/shop/product/vaso-bebida-caliente-4-oz-sin-impresion-195?category=27#attr=>

<https://www.dreampack.com.ec/shop/product/vaso-bebida-caliente-doble-pared-9-oz-cafecito-93?category=27#attr=>

<https://www.dreampack.com.ec/shop/product/vaso-bebida-caliente-doble-pared-12-oz-cafecito-94?category=27#attr=>

Producto	Total
BATIDORA 6QT 575 WATTS (XP26) - rojo × 1	\$665,28
BALANZA DIGITAL 6 KG (PPC-300-10) × 1	\$296,48
BATIDOR TIPO PIANO 5/5 10 PLG (U-PW-10) × 1	\$4,19
SET DE BOQUILLAS (24PCS) (U-CDTS-24) × 1	\$21,47
ESPÁTULA ALTA TEMPERATURA 10" (U-RSC-10HR) × 3	\$11,70
ESPATULA - 8 × 2	\$9,18
BROCHA REPOSTERÍA 1-1/2" CERDAS NYLON (40390) × 1	\$13,26
CREMERA 5/5 3 OZ (U-BC-3) × 1	\$1,83
CAFETERA SEMIAUTOMÁTICA APPIA 2 GRUPOS 110V (APPIA COM SEM 2G 110) × 1	\$3.505,33
BANDEJA SERVICIO 45.72 X 35.56 CMS - Rojo × 3	\$23,25
DISPENSADOR DE AZÚCAR 12 OZ (U-SK-FFL) × 2	\$5,62
JARRA ACERO INOXIDABLE 1 LITRO (13521) × 1	\$9,99
MOLDE CUPCAKES 12 SERVICIOS ANTIADHERENTE (U-MPNS-12) × 3	\$33,66
BROCHA SILI (SKU-ACC023) VARIANTES - Naranja × 2	\$10,96
ESTERILLA ANTIADHERENTE × 1 <ul style="list-style-type: none"> Dimensiones: 58.5x38.5 cm 	\$21,41
PEINE DECORADOR TRIANGULAR × 1	\$1,69
Subtotal:	\$4.635,30
Envío:	Retiro en local
Método de pago:	Llenar el Formulario
Total:	\$4.635,30 (incluye \$496,63 IVA 12%)

LICUADORA 60OZ VASO POLICARBONATO - Rojo × 1	\$253,98
CACEROLA ALUMINIO 1.5 QT (U-ASP-1) × 3	\$38,40
PLATO POSTRE PORCELANA 16 CM × 35	\$84,70
CUCHARETA SÓLIDA DE ACERO PARA SERVICIO 27.9 CM (2750) × 2	\$4,14
CUCHARÓN S/S 1 OZ (U-LOP-10) × 2	\$2,68
CUCHARA DE CAFÉ (U-WH-51) × 30	\$9,30
TAZA CAFÉ PORCELANA 200 CC 6-5 OZ × 35	\$88,55
TAZA PORCELANA EXPRESO 80 CC 2-6 OZ × 20	\$32,40
PLATO TAZA PORCELANA 15-5 CM × 35	\$72,80
SARTÉN ALUMINIO MANGO AISLADO 17.8 CM (67907) × 3	\$67,59
TENEDOR DE MESA S/S (U-RE-105) × 30	\$75,90
COLADOR ACERO MALLA FINA 16 CMS (19096) × 3	\$16,89
CUCHILLO CEBOLLERO PREMIUM - 8plg × 2	\$15,20
PUNTILLA 4 PLG (24470/184) × 2	\$5,66
BOLILLO ALUMINIO 13" (U-RPA-3513) × 1	\$57,36
BOLILLO MADERA 13" (U-RPW-3213) × 1	\$18,16
BOWLS ACERO INOXIDABLE (UPDATE) - 3/4QT × 3	\$4,41
BOWLS ACERO INOXIDABLE (UPDATE) - 3QT × 3	\$9,51
BOWLS ACERO INOXIDABLE (UPDATE) - 4QT × 3	\$15,06
BOWLS ACERO INOXIDABLE (UPDATE) - 5QT × 2	\$10,32
BATIDOR FRANCÉS S/S 10 PLG (U-FW-10) × 2	\$8,58
Subtotal:	\$891,59
Envío:	Retiro en local
Método de pago:	Llenar el Formulario
Total:	\$891,59 (incluye \$95,53 IVA 12%)

				
Nombre de la receta:	Cupcake de zanahoria	Tipo:	Postre	
Fecha:		Pax:	12	
Peso:	50 gr	Cod:	1	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Harina	135	gr	\$ 2,29	\$ 0,31
Aceite de oliva	120	gr	\$ 7,69	\$ 0,46
Huevos	2	u	\$ 0,12	\$ 0,24
Azúcar	120	gr	\$ 0,85	\$ 0,10
Zanahoria rallada	250	gr	\$ 0,92	\$ 0,92
Bicarbonato	5	gr	\$ 1,99	\$ 0,03
Ralladura de naranja	c/n			
Decoracion frosting				
Queso crema	125	gr	\$ 2,55	\$ 1,28
Mantequilla	60	gr	\$ 3,48	\$ 0,47
Ázucar impalpable	375	gr	\$ 1,08	\$ 0,81
Leche	15	gr	\$ 0,79	\$ 0,01
			Precio Receta M.P	4,64
			Varios o Margen de error (5%)	0,23
			Precio Total MP	4,87
			Precio Unitario	0,41
			Costo Potencial	1,35
			12% IVA	0,16
			Precio Total (P.V.P)	1,51



Nombre de la receta:	Cupcake red velvet	Tipo:	Postre
Fecha:		Pax:	12
Peso:	50 gr	Cod:	2

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Harina	160	gr	\$ 2,29	\$ 0,37
Mantequilla	90	gr	\$ 3,48	\$ 0,71
Huevos	2	u	\$ 0,12	\$ 0,24
Azúcar	150	gr	\$ 0,85	\$ 0,13
Crema de leche	50	gr	\$ 3,19	\$ 0,16
Cacao en polvo	35	gr	\$ 5,35	\$ 0,37
Colorante rojo	c/n			
Polvo de hornear	12	gr	\$ 1,69	\$ 0,17
Esencia de vainilla	c/n			
Decoracion frosting				
Queso crema	180	gr	\$ 2,55	\$ 1,84
Mantequilla	90	gr	\$ 3,48	\$ 0,71
Ázucar impalpable	450	gr	\$ 1,08	\$ 0,97
Leche	22	gr	\$ 0,79	\$ 0,02
			Precio Receta M.P	5,69
			Varios o Margen de error (5%)	0,28
			Precio Total MP	5,97
			Precio Unitario	0,50
			Costo Potencial	1,66
			12% IVA	0,20
			Precio Total (P.V.P)	1,86



Nombre de la receta:	Cupcake de vainilla	Tipo:	Postre	
Fecha:		Pax:	12	
Peso:	50 gr	Cod:	3	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Harina	120	gr	\$ 2,29	\$ 0,27
Mantequilla	120	gr	\$ 3,48	\$ 0,95
Huevos	2	u	\$ 0,12	\$ 0,24
Azúcar	120	gr	\$ 0,85	\$ 0,10
leche	30	gr	\$ 0,79	\$ 0,02
Polvo de hornear	5	gr	\$ 1,69	\$ 0,07
Esencia de vainilla	c/n			
Decoracion frosting				
Mantequilla	250	gr	\$ 3,48	\$ 1,98
Ázucar impalpable	450	gr	\$ 1,08	\$ 0,97
Leche	90	gr	\$ 0,79	\$ 0,07
			Precio Receta M.P	4,68
			Varios o Margen de error (5%)	0,23
			Precio Total MP	4,91
			Precio Unitario	0,41
			Costo Potencial	1,37
			12% IVA	0,16
			Precio Total (P.V.P)	1,53





Nombre de la receta:	Mousse de maracuya	Tipo:	Postre	
Fecha:		Pax:	10	
Peso:	50 gr	Cod:	4	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Base				
Galleta maria	172	gr	\$ 0,99	\$ 0,17
Mantequilla	120	gr	\$ 3,48	\$ 0,95
Relleno				
Pulpa de maracuya	400	ml	\$ 3,01	\$ 2,41
Leche condensada	397	gr	\$ 1,97	\$ 1,97
leche	250	ml	\$ 0,79	\$ 0,20
Crema de leche	250	gr	\$ 3,19	\$ 0,80
Gelatina	14	gr	\$ 0,99	\$ 0,46
Decoracion				
Gelatina	7	gr	\$ 0,99	\$ 0,23
Maracuya	2	gr	\$ 0,10	\$ 0,20
			Precio Receta M.P	7,39
			Varios o Margen de error (5%)	0,37
			Precio Total MP	7,75
			Precio Unitario	0,78
			Costo Potencial	2,58
			12% IVA	0,31
			Precio Total (P.V.P)	2,90



Nombre de la receta:	Caketon	Tipo:	Postre
Fecha:		Pax:	10
Peso:	80 gr	Cod:	6

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Harina	240	gr	\$ 2,29	\$ 0,55
Aceite	160	ml	\$ 6,09	\$ 0,97
Huevos	3	u	\$ 0,12	\$ 0,36
Azúcar morena	120	gr	\$ 1,99	\$ 0,24
Cacao	10	gr	\$ 5,35	\$ 0,11
leche	30	gr	\$ 0,79	\$ 0,02
Café soluble	8	gr	\$ 5,89	\$ 0,29
Polvo de hornear	5	gr	\$ 1,69	\$ 0,07
Esencia de vainilla	c/n			
Decoracion				
Crema de leche	150	gr	\$ 3,19	\$ 0,48
Chantypack	150	gr	\$ 5,40	\$ 0,81
Café	5	gr	\$ 5,89	\$ 0,18
			Precio Receta M.P	4,09
			Varios o Margen de error (5%)	0,20
			Precio Total MP	4,30
			Precio Unitario	0,43
			Costo Potencial	1,43
			12% IVA	0,17
			Precio Total (P.V.P)	1,60

				
Nombre de la receta:	Torta red velvet	Tipo:	Postre	
Fecha:		Pax:	10	
Peso:	80 gr	Cod:	7	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Harina	300	gr	\$ 2,29	\$ 0,69
Aceite de oliva	110	gr	\$ 7,69	\$ 0,42
Huevos	2	u	\$ 0,12	\$ 0,24
Azúcar	290	gr	\$ 0,85	\$ 0,25
Cacao en polvo	250	gr	\$ 5,35	\$ 5,35
Bicarbonato	5	gr	\$ 1,99	\$ 0,03
Ralladura de naranja	c/n			
Decoracion frosting				
Queso crema	125	gr	\$ 2,55	\$ 1,28
Mantequilla	60	gr	\$ 3,48	\$ 0,47
Ázucar impalpable	375	gr	\$ 1,08	\$ 0,81
Leche	15	gr	\$ 0,79	\$ 0,01
			Precio Receta M.P	9,55
			Varios o Margen de error (5%)	0,48
			Precio Total MP	10,03
			Precio Unitario	1,00
			Costo Potencial	3,34
			12% IVA	0,40
			Precio Total (P.V.P)	3,74



Nombre de la receta:	Torta selva negra	Tipo:	Postre
Fecha:		Pax:	10
Peso:	80 gr	Cod:	8

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Harina	135	gr	\$ 2,29	\$ 0,31
Huevos	6	u	\$ 0,12	\$ 0,72
Azúcar	180	gr	\$ 0,85	\$ 0,15
Cacao en polvo	45	gr	\$ 5,35	\$ 0,48
Sal	3	gr	\$ 0,75	\$ 0,00
Almibar				
Agua	150	ml	\$ 0,60	\$ 0,09
Azúcar	112	gr	\$ 0,85	\$ 0,10
Ron		c/n		
Relleno				
Cerezas en almibar	200	gr	\$ 2,27	\$ 2,27
Crema de leche	250	ml	\$ 3,19	\$ 0,80
Decoracion frosting				
Crema de leche	250	gr	\$ 3,19	\$ 0,80
Cerezas en almibar	160	gr	\$ 2,59	\$ 2,59
			Precio Receta M.P	8,30
			Varios o Margen de error (5%)	0,42
			Precio Total MP	8,72
			Precio Unitario	0,87
			Costo Potencial	2,91
			12% IVA	0,35
			Precio Total (P.V.P)	3,26



Powered by
Arizona State University



Nombre de la receta:	Tres leches	Tipo:	Postre
Fecha:		Pax:	12
Peso:	80 gr	Cod:	9

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Harina	120	gr	\$ 2,29	\$ 0,27
sal	4	gr	\$ 0,75	\$ 0,00
Huevos	4	u	\$ 0,12	\$ 0,48
Azúcar	120	gr	\$ 0,85	\$ 0,10
Esencia de vainilla	c/n			
Salsa Tres leches				
Crema de leche	250	ml	\$ 3,19	\$ 0,80
Leche evaporada	250	ml	\$ 2,49	\$ 1,52
Leche	250	ml	\$ 0,79	\$ 0,20
Decoracion				
Chantypak	350	gr	\$ 5,40	\$ 1,89
Canela		c/n		
			Precio Receta M.P	5,26
			Varios o Margen de error (5%)	0,26
			Precio Total MP	5,52
			Precio Unitario	0,46
			Costo Potencial	1,53
			12% IVA	0,18
			Precio Total (P.V.P)	1,72



Nombre de la receta:	Glaseada de naranja	Tipo:	Postre
Fecha:		Pax:	12
Peso:	80 gr	Cod:	10

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Harina	245	gr	\$ 2,29	\$ 0,56
Mantequilla	200	gr	\$ 3,48	\$ 1,58
Huevos	4	u	\$ 0,12	\$ 0,48
Azúcar	220	gr	\$ 0,85	\$ 0,19
Maicena	100	gr	\$ 2,25	\$ 0,56
Polvo de hornear	15	gr	\$ 1,69	\$ 0,21
Jugo de naranja	180	ml	\$ 0,25	\$ 0,23
Decoracion				
Jugo de naranja	280	ml	\$ 0,25	\$ 0,35
Ázucar impalpable	450	gr	\$ 1,08	\$ 0,97
			Precio Receta M.P	5,13
			Varios o Margen de error (5%)	0,26
			Precio Total MP	5,39
			Precio Unitario	0,45
			Costo Potencial	1,50
			12% IVA	0,18
			Precio Total (P.V.P)	1,68





Nombre de la receta:	Glaseada de maracuya	Tipo:	Postre	
Fecha:		Pax:	12	
Peso:	80 gr	Cod:	11	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Harina	200	gr	\$ 2,29	\$ 0,46
Mantequilla	100	gr	\$ 3,48	\$ 0,79
Aceite	100	gr	\$ 7,69	\$ 0,38
Huevos	4	u	\$ 0,12	\$ 0,48
Azúcar	200	gr	\$ 0,85	\$ 0,17
Leche	40	ml	\$ 0,79	\$ 0,03
Polvo de hornear	5	gr	\$ 1,69	\$ 0,07
Pulpa de maracuya	80	ml	\$ 3,01	\$ 0,48
Decoracion				
Pulpa de maracuya	70	ml	\$ 3,01	\$ 0,42
Ázucar impalpable	65	gr	\$ 0,85	\$ 0,06
			Precio Receta M.P	3,34
			Varios o Margen de error (5%)	0,17
			Precio Total MP	3,51
			Precio Unitario	0,29
			Costo Potencial	0,98
			12% IVA	0,12
			Precio Total (P.V.P)	1,09



Nombre de la receta:	Tartaleta de frutos rojos	Tipo:	Postre	
Fecha:		Pax:	5	
Peso:	60 gr	Cod:	13	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Base Masa quebrada				
Harina	250	gr	\$ 2,29	\$ 0,57
Mantequilla	150	gr	\$ 3,48	\$ 1,19
Huevo	1	u	\$ 0,12	\$ 0,12
Azucar impalpable	100	gr	\$ 1,08	\$ 0,22
Relleno				
Leche	500	ml	\$ 0,79	\$ 0,40
Huevos	6	u	\$ 0,12	\$ 0,72
Maicena	40		\$ 2,25	\$ 0,23
Azucar	90	gr	\$ 0,85	\$ 0,08
Esencia de vainilla	c/n			
Decoracion				
Gelatina	7	gr	\$ 0,99	\$ 0,23
Mora	100	gr	\$ 1,90	\$ 0,76
Frutilla	100	gr	\$ 2,25	\$ 0,90
			Precio Receta M.P	5,40
			Varios o Margen de error (5%)	0,27
			Precio Total MP	5,67
			Precio Unitario	1,13
			Costo Potencial	3,78
			12% IVA	0,45
			Precio Total (P.V.P)	4,24



Nombre de la receta:	Tartaleta de manzana	Tipo:	Postre	
Fecha:		Pax:	8	
Peso:	60 gr	Cod:	14	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Base Masa quebrada				
Harina	250	gr	\$ 2,29	\$ 0,57
Mantequilla	150	gr	\$ 3,48	\$ 1,19
Huevo	1	u	\$ 0,12	\$ 0,12
Azucar impalpable	100	gr	\$ 1,08	\$ 0,22
Relleno				
Leche	500	ml	\$ 0,79	\$ 0,40
Huevos	6	u	\$ 0,12	\$ 0,72
Maicena	40		\$ 2,25	\$ 0,23
Azucar	90	gr	\$ 0,85	\$ 0,08
Manzana	5	u	\$ 0,45	\$ 2,25
Esencia de vainilla	c/n			
Decoracion				
Arándanos	18	gr	\$ 2,50	\$ 0,32
			Precio Receta M.P	6,08
			Varios o Margen de error (5%)	0,30
			Precio Total MP	6,39
			Precio Unitario	0,80
			Costo Potencial	2,66
			12% IVA	0,32
			Precio Total (P.V.P)	2,98

				
Nombre de la receta:	Tartaleta de maracuya	Tipo:	Postre	
Fecha:		Pax:	5	
Peso:	60 gr	Cod:	15	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Base Masa quebrada				
Harina	250	gr	\$ 2,29	\$ 0,57
Mantequilla	150	gr	\$ 3,48	\$ 1,19
Huevo	1	u	\$ 0,12	\$ 0,12
Azucar impalpable	100	gr	\$ 1,08	\$ 0,22
Relleno				
Leche	500	ml	\$ 0,79	\$ 0,40
Huevos	6	u	\$ 0,12	\$ 0,72
Maicena	40		\$ 2,25	\$ 0,23
Azucar	90	gr	\$ 0,85	\$ 0,08
Esencia de vainilla	c/n			
Pulpa de maracuya	200	ml	\$ 3,01	\$ 1,20
Decoracion				
Gelatina	7	gr	\$ 0,99	\$ 0,23
Maracuya	2	u	\$ 0,10	\$ 0,20
			Precio Receta M.P	5,15
			Varios o Margen de error (5%)	0,26
			Precio Total MP	5,40
			Precio Unitario	1,08
			Costo Potencial	3,60
			12% IVA	0,43
			Precio Total (P.V.P)	4,03



Nombre de la receta:	Cheesecake de maracuya	Tipo:	Postre	
Fecha:		Pax:	10	
Peso:	50 gr	Cod:	16	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Base				
Galleta maria	172	gr	\$ 0,99	\$ 0,17
Mantequilla	120	gr	\$ 3,48	\$ 0,95
Relleno				
Pulpa de maracuya	400	ml	\$ 3,01	\$ 2,41
Leche condensada	397	gr	\$ 1,97	\$ 1,97
Queso crema	250	gr	\$ 2,55	\$ 2,55
leche	250	ml	\$ 0,79	\$ 0,20
Crema de leche	250	gr	\$ 3,19	\$ 0,80
Gelatina	14	gr	\$ 0,99	\$ 0,46
Decoracion				
Gelatina	7	gr	\$ 0,99	\$ 0,23
Maracuya	2	u	\$ 0,10	\$ 0,20
			Precio Receta M.P	9,94
			Varios o Margen de error (5%)	0,50
			Precio Total MP	10,43
			Precio Unitario	1,04
			Costo Potencial	3,48
			12% IVA	0,42
			Precio Total (P.V.P)	3,89



Nombre de la receta:	Frutillas con chocolate	Tipo:	Postre	
Fecha:		Pax:	12	
Peso:	20 gr	Cod:	18	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Frutilla	12	u	\$ 0,10	\$ 1,20
Decoracion				
Chocolate negro cordillera	500	gr	\$ 5,50	\$ 2,75
			Precio Receta M.P	3,95
			Varios o Margen de error (5%)	0,20
			Precio Total MP	4,15
			Precio Unitario	0,35
			Costo Potencial	1,15
			12% IVA	0,14
			Precio Total (P.V.P)	1,29