UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE INGENIERIA QUIMICA

CARRERA LICENCIATURA DE GASTRONOMIA

PROYECTO DE INVESTIGACION

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE

LICENCIADA EN GASTRONOMIA

TEMA:

"PROYECTO DE LA CREACION DE UNA IMNOVADORA PASTELERIA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

AUTOR:

MARIA DEL CARMEN HOLGUIN DECKER

DIRECTOR DEL PROYECTO

Chef. Pablo Landázuri.

Guayaquil – Ecuador

2011-2012

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE INGENIERIA QUIMICA

ACTA DE APROBACION

PROYECTO DE INVESTIGACION

TEMA

"PROYECTO DE LA CREACION DE UNA INNOVADORA

PASTELERIA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Trabajo de investigación presentado por:

María del Carmen Holguín Decker

Aprobado en su estilo y contenido por el

Tribunal de sustentación:

_____

Ing. Shayler Humberto Nieto Barciona

Presidente Tribunal

_____ _____

Chef. Tomas Gómez — Miembro Principal

Chef. Pablo Landázuri — Director del Proyecto

_____

Chef. Libardo

Miembro suplente

DECLARACIÓN EXPRESA

"LA RESPONSABILIDAD DEL CONTENIDO COMPLETO DE ESTA TESIS DE GRADO, ME CORRESPONDE EXCLUSIVAMENTE; Y EL PATRIMONIO INTELECTUAL DE LA MISMA A LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL "

_____

Nombre y Apellidos

AGRADECIMIENTO

Hago llegar mi profundo agradecimiento primero a Dios por darme fortaleza y la constancia para cumplir nuestros objetivos propuestos, a mis padres por estar siempre a nuestro lado brindándome su apoyo, a la universidad y especialmente a la Facultad de Ingeniería Química y de Gastronomía, que mediante sus autoridades y docentes nos brindaron una sólida formación universitaria y lograron que culmine con éxito una más de nuestras etapas académicas.

Al señor Rector Ing. JOSE FERNANDO QUIROZ PEREZ a la Lcda. SONIA SANCHEZ E. Mae quienes me dieron la oportunidad de ingresar a estudiar esta noble carrera. Al Chef Pablo Landázuri, Director de Tesis quien me oriento y guio este proyecto que sella y da cuenta de un testimonio de trabajo, entrega y voluntad; deseo dejar constancia de mis sinceros sentimientos de gratitud y amistad.

DEDICATORIA

A Dios por haberme iluminado y permitido llegar hasta este escalón de la vida, por concederme salud para lograr mis objetivos, mi Hijo Miguelito y Esposo quienes han sido mi fuente de motivación y apoyo durante toda mi trayectoria estudiantil además de su infinita bondad y amor.

A mis padres René Holguín y Patricia Decker, pilares fundamentales en mi vida, dignos ejemplo de trabajo y constancia, siempre brindándome su comprensión y apoyo, logrando culminar mi carrera profesional.

A mis hermanos René Alberto y Karina, a mis tíos y tías, y a todos quienes participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis.

A mis grandes amigas, que han sido más que una familia para mi, con las cuales he compartido momentos de alegría y tristeza, gracias por su apoyo y compañía durante estos cuatro años, ya que sin ustedes no hubiesen sido lo mismo.

A mis Docentes, por su tiempo, apoyo y sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

A todos,

Muchas Gracias de todo corazón.

Ma. Del Carmen Holguín Decker

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo ha sido elaborado como un estudio de Proyecto para la instalación de una pequeña empresa dedicada a la elaboración de pastelería fina.

Los resultados obtenidos nos servirán para tener un conocimiento cabal de los diferentes ámbitos en los cuales este inmerso una empresa de este tipo, desde la idea del proyecto, la legalización del negocio, los tributos, los recursos humanos, la logística, la situación del mercado, el posicionamiento del producto y otros.

Para el estudio se tomo en cuenta la característica del producto y a la población objetivo a quienes va dirigido, estos por ser de un segmento económico medio alto, tiene ciertas características en cuanto a su ritmo de vida.

Para emprender este proyecto nos basamos en investigaciones realizadas en el mercado concerniente a las reposterías finas, donde determinamos un incremento en las ventas en los últimos 3 años en la ciudad de Guayaquil.

Haciendo énfasis en este crecimiento, mediante la investigación de mercado de consumidores, encontré que estos buscan productos cada vez más diversos y menos artificiales, supliendo así su necesidad de satisfacción.

La empresa **CHEFSITOPASTY** nace con el objetivo de ofertar al mercado una nueva alternativa de productos derivados de la industria de la reposteria.

CHEFSITOPASTY, entrara al mercado con un plan de Marketing correspondiente a una primera etapa o la llamada etapa informativa. El espacio geográfico estará delimitado a Guayaquil.

Utilizando estrategias de promoción, publicidad y distribución, donde daré a conocer al consumidor los beneficios que obtendría.

Desde hace mucho tiempo he notado muchas falencias en el ámbito de las pastelerías la mayorías solo se concentran más en creaciones de bares y restaurantes pero no se pone atención en lo que respecta Pastelería y solo se sigue el mismo sistema de años en base a un cambio tengo un reto en cambiar la forma de trabajar en las Pastelerías y hacer la diferencia con una innovadora Pastelería en la cual esta creada para cubrir las necesidades de mis clientes potenciales.

El proyecto consiste en ofrecer un excelente servicio (personalizado) elaborados por nosotros mismo. El cliente puede seleccionar entre diversos postres que ofrecemos día a día, por presupuesto, por personas que no puedan consumir azucares.

La Pastelería **CHEFSITOPASTY** cuenta con personal con amplia experiencia en la rama de hotelería, restaurantes y gastronomía, lo cual permite hacer una labor más eficiente ofreciendo al cliente lo mejor en postres.

El propósito es brindar un servicio bueno, a un precio accesible para el consumidor.

PROLOGO

El presente proyecto se sitúa a en un contexto local, específicamente en la ciudad de Guayaquil, dirigido hacia un segmento: las personas que necesitan un servicio personalizado de cualquier edades, que requieran sentir un ambiente cálido re confortable constantemente, Es necesario dar a conocer la situación actual de la oferta gastronómica que Guayaquil ofrece al consumidor nacional y extranjero. Categorizando a los establecimientos de Pastelerías según la calidad de su servicio, capacidad y especialidad manteniendo las pautas que norma el ministerio de turismo y control de calidad.

Ecuador un país con una biodiversidad pocas veces vista en territorios similares es dueño de una gran riqueza cultural fruto de concursos y fusión con otras culturas, cuya influencia conjugada con la creatividad de nativos y extraños han logrado sabores y aromas propios de una nueva tierra y de una evolución constante.

Este proyecto, por su carácter de “privado” va dirigido exclusivamente a personas de clase social media, media-alta y alta.

Con el Establecimiento de Pastelería los clientes podrán encontrar en la ciudad de Guayaquil un lugar donde van encontrar algo diferente y único en la cual puedan sentirse de manera óptima y eficaz.

En el presente capítulo, se hará una breve reseña local de los beneficios ofrecidos por la Pastelería, así como problemas y oportunidades que se identifican en la elaboración del proyecto y en el cual se detallará las características del servicio a brindar. Además se puntualizará el alcance del proyecto y los objetivos del presente estudio.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN EXPRESA II

AGRADECIMIENTO III

DEDICATORIA IV

INTRODUCCIÓN V

PROLOGO VII

ÍNDICE GENERAL IX

ÍNDICE DE TABLA XIII

ÍNDICE DE GRÁFICO XIV

CAPÍTULO 1 16

1. ANALISIS DEL PROYECTO 16

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO 16

1.2. MARCO DE REFERENCIA 17

1.2.1. Actividad económica 17

1.2.2. Características: 19

1.3. GASTRONOMÍA 21

1.3.1. Química en la cocina 23

1.3.1. Las Pastelerías 24

1.3.1.1. Condiciones Óptimas Para Una Pastelería 26

1.4. Problema y Oportunidades 27

1.4.1. Planteamiento del Problema 27

1.4.2. Oportunidades 29

1.4.2.1. Características del servicio 29
1.4.2.2. Alcance 30
1.5. OBJETIVO GENERAL 31
1.5.1. Objetivos específicos 31
CAPÍTULO 2 32
2. ESTUDIO ORGANIZACIONAL 32
2.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 32
2.1.1. Misión 32
2.1.2. Visión 32
2.1.3. Organigrama 33
2.1.3.1. Detalle del Personal ..... **¡Error! Marcador no definido.**
2.1.4. Aspectos legales de la Organización 35
2.1.5. Aspectos legales de la Organización 36
2.1.6. FODA DEL PROYECTO 38
2.1.6.1. Fortalezas 38
2.1.6.2. Oportunidades 38
2.1.6.3. Debilidades 38
2.1.6.4. Amenazas 39
2.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y SU ANÁLISIS: 39
2.2.1. Encuesta, Tabulación Y Análisis De Resultados 39
2.2.1.1. Metodología 39
2.2.1.2. Estudio De Mercado 40
2.2.1.3. Análisis de la Demanda 45
2.2.1.4. Tamaño de la muestra 45

2.2.1.5. Análisis de Muestra 46
2.3. MACRO Y MICROSEGMENTACIÓN 58
2.3.1. Macro segmentación 58
2.3.2. Micro segmentación 59
2.4. ESTUDIO TÉCNICO 61
2.4.1. Necesidades de activos 61
CAPÍTULO 3 63
3. ESTUDIO FINANCIERO 63
3.1. Plan de Inversiones 63
3.1.1. Terreno 64
3.1.2. Obra civil y Adecuaciones 64
3.1.3. Máquinas, equipos y herramientas 65
3.1.4. Herramientas para el Recurso Humano 66
3.1.5. Activo diferido 67
3.1.5.1. Gastos de Constitución 67
3.1.5.2. Promoción Pre operativa 67
3.1.5.3. Capacitación del personal 68
3.2. PERFIL DE FORMACIÓN DEL PERSONAL 69
3.3. COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS DURANTE EL PRIMER AÑO - IMPLEMENTACION 71
3.3.1. Ingresos proyectados durante el primer año - Implementación ..... **¡Error! Marcador no definido.**
3.4. FLUJO DE EFECTIVO ..... **¡Error! Marcador no definido.**

CONCLUSIONES..... **¡Error! Marcador no definido.**

RECOMENDACIONES..... **¡Error! Marcador no definido.**

BIBLIOGRAFÍA..... **¡Error! Marcador no definido.**

ANEXOS ..... **¡Error! Marcador no definido.**

RECETAS ESTÁNDAR ..... **¡Error! Marcador no definido.**

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 2.1: Aceptación de la Pastelería....46
Tabla 2.2: Cordialidad y Buen Trato....47
Tabla 2.3: Rapidez en el servicio....48
Tabla 2.4: Variedad de Postres....49
Tabla 2.5: Limpieza de Establecimiento....50
Tabla 2.6: Precios....51
Tabla 2.7: Menú Adecuado....52
Tabla 2.8: Comodidad en el Local....53
Tabla 2.9: Nivel Académico del Personal....54
Tabla 2.10: Fácil elección de la Carta....55
Tabla 2.11: Recomendaría el sitio....**¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 2.12: Bajos en Azúcar....**¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 3.1: Amortización al primer año....63
Tabla 3.2: Rubro de Inversión....64
Tabla 3.3: Gastos Fijos de oficina y planta....70
Tabla 3.4: Costos de Elaboración....**¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 3.5: Ingresos proyectados durante el primer año....**¡Error! Marcador no definido.**

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 2.1: Organigrama 33

Gráfico 2.2: Diagrama de Flujo ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 2.3: Aceptación de la pastelería 46

Gráfico 2.4: Cordialidad y Buen Trato 47

Gráfico 2.5: Rapidez en el servicio 48

Gráfico 2.6: Variedad de Postres 49

Gráfico 2.7: Limpieza de Establecimiento 50

Gráfico 2.8: Precios 51

Gráfico 2.9: Menú Adecuado 52

Gráfico 2.10: Comodidad en el Local 53

Gráfico 2.11: Nivel Académico del Personal 54

Gráfico 2.12: Fácil elección de la Carta 55

Gráfico 2.13: Recomendaría el sitio ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 2.14: Bajos en Azúcar per 57

Gráfico 3.1: Máquinas, equipos y herramientas 65

Gráfico 3.2: Activos Fijos 65

Gráfico 3.3: Herramientas para el Recurso Humano 66

Gráfico 3.4: Inversión de Activo Diferido 67

Gráfico 3.5: Atención al Cliente 68

Gráfico 3.6: Gastos –Sueldos Proyectados 69

Gráfico 3.7: Gastos Fijos de oficina y planta 70

Gráfico 3.8: Variedad de Dulce ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 3.9: Total de Costos Proyectados ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 3.10: Ingresos proyectados durante el primer año ..... **¡Error! Marcador no definido.**

CAPÍTULO 1

1. ANALISIS DEL PROYECTO

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La actividad turística de la provincia del Guayas se desarrolla a partir de un eje central que es la ciudad de Guayaquil, desde donde se desplazan los turistas hacia determinados lugares y la proximidad a los mismos hace que en esta ciudad se concentre casi la totalidad de la oferta de alojamiento y servicio de alimentación. Por tanto el cliente necesita información gastronómica de nuestra ciudad y un excelente servicio, de lugares que brinden las comodidades que exige, y Guayaquil como tal, debe poseer Pastelerías únicas donde se resalte el detalle servicios de restaurantes que brinden las facilidades que el usuario necesite, por esto, es de vital importancia realizar un estudio de las pastelerías que existen, que sirva como vía directa para los visitantes.

Realizando este estudio se dará a conocer cada uno de los establecimientos gastronómicos de la ciudad promocionándolos y de esta manera mejorando sus ingresos y creando fuentes de trabajo.

El desarrollo de esta investigación nos permitirá conocer información gastronómica de nuestra ciudad, existe una variedad de Pastelerías importantes que brindan las facilidades de servirse platos al gusto de cada uno de nosotros, y una de ellas es mi proyecto pues nuestra ciudad cuenta con personas profesionales dispuestas hacer sobresalir por los que deseamos ser reconocidos e identificados. Este trabajo se podrá utilizar como base para

proporcionar el lugar y la creación de otros, de tal forma que toda comunidad que quiera incursionar en este tipo de negocio debe estar plenamente consciente del potencial gastronómico.

El mercado de cadenas de pastelería es sumamente amplio ya que cuenta con gran variedad de locales, pero resulta ser que la mayoría de estos locales se rigen a un nivel medio que todos estamos inmerso en ellos. Esto se debe en que todos tenemos puestos nuestras miradas mas en cocina caliente sin darnos cuenta que en lo que es pastelería tenemos mucho que explotar y hacer la diferencia.

1.2. MARCO DE REFERENCIA

Actualmente vivimos en una sociedad que se preocupa por su alimentación, por lo que se han desarrollado innumerables productos para mantener “la línea”, las opciones van desde los productos light hasta los gimnasios y centros equipados con la última tecnología en tratamientos corporales.

Tal vez en algunas personas mantener un buen estado físico sea sólo vanidad, pero hay un grupo muy grande que tiene la necesidad de preocuparse por su salud alimentarse adecuadamente.

1.2.1. Actividad económica

Se llama actividad económica a cualquier proceso mediante el cual obtenemos productos, bienes y los servicios que cubren nuestras necesidades.

Las actividades económicas son aquellas que permiten la generación de riqueza dentro de una comunidad (ciudad, región, país) mediante la extracción, transformación y distribución de los recursos naturales o bien de algún servicio; teniendo como fin la satisfacción de las necesidades humanas.

Los países se emplean específicamente en alguna actividad económica lo que permite clasificarlos, y de acuerdo a la capacidad de producción y eficiencia de dicha actividad se generara su riqueza.

Las actividades económicas se dividen en tres sectores:

- **El sector primario**: comprende las actividades destinadas a obtener alimentos y materias primas del medio natural.
- **El sector secundario**: engloba las actividades económicas industriales, o sea que trabajan sobre lo obtenido en la primer actividad
- **El sector terciario**: agrupa a los servicios de la sociedad.
- **Sector servicios o sector terciario.** Es el sector económico que engloba de todas aquellas actividades económicas que no producen bienes materiales de forma directa, sino servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de la población. Incluye subsectores como comercio, transportes, comunicaciones, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los preste el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), etc.

Dirige, organiza y facilita la actividad productiva de los otros sectores (sector primario y sector secundario). Aunque se lo considera un sector de la producción, propiamente su papel principal se encuentra en los dos pasos siguientes de la actividad económica: la distribución y el consumo.

1.2.2. Características:

- **Locales de pastelerías:** una de las características más importantes de la pastelería , es que se consume sin el empleo de cuidado, algunos de estos ejemplos panes flanes, mouse etc. adicional a esta característica es que en la mayoría de los establecimientos de comida rápida no hay camareros (tampoco servicio de mesa) y las personas para pedir deben hacer una fila para pedir y pagar su comida, que es entregada en el instante para que posteriormente pueda ir a sentarse a disfrutar su comida, también tienes que recoger tu comida.

- ***Alimentos:*** debido a que el concepto de la comida rápida se basa en velocidad, uniformidad y bajo costo, la comida rápida se hace a menudo con los ingredientes formulados para alcanzar un cierto sabor o consistencia y para preservar frescura.

- **Fundamentos teóricos sobre la calidad de servicio:** La "calidad de servicio" es definida como el efecto global de la calidad de funcionamiento de un servicio que determina el grado de satisfacción de un usuario de dicho servicio.

Tanto la investigación académica como la práctica empresarial vienen sugiriendo, desde hace ya algún tiempo, que un elevado nivel de calidad de servicio proporciona a las empresas considerables beneficios en cuento a cuota de mercado, productividad, costes, motivación del personal, diferenciación respecto a la competencia, lealtad y capacitación de nuevos clientes, por citar algunos de los más importantes. Como resultado de esta evidencia, la gestión de la calidad de servicio se ha convertido en una estrategia prioritaria y cada vez son más los que tratan de definirla, medirla y, finalmente, mejorarla.

- **Calidad en el producto**

  Para obtener productos y servicios de calidad, debemos asegurar su calidad desde el momento de su diseño. Un producto o servicio de calidad es el que satisface las necesidades del cliente, por esto, para desarrollar y lanzar un producto de calidad es necesario:

  - ✓ Conocer las necesidades del cliente.
  - ✓ Diseñar un producto o servicio que cubra esas necesidades.
  - ✓ Realizar el producto o servicio de acuerdo al diseño.
  - ✓ Conseguir realizar el producto o servicio en el mínimo tiempo y al menor coste posible.

- **El servicio de calidad al cliente**

  Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o el servicio básico. Para dar el mejor servicio se debe considerar el conjunto de

prestaciones que el cliente quiere: El valor añadido al producto; El servicio en sí; La experiencia del negocio; La prestación que otorga al cliente.

Necesidades básicas del cliente

Las principales necesidades básicas de un cliente son:

- ✓ Ser comprendido.
- ✓ Sentirse bienvenido.
- ✓ Sentirse importante.
- ✓ Sentir comodidad.
- ✓ Sentir confianza.
- ✓ Sentirse escuchado.

1.3. GASTRONOMÍA

En Guayaquil es posible encontrar restaurantes de comida típica, internacional y especializada en diferentes lugares de la ciudad. Los principales sectores de restaurantes internacionales son Urdes, Alborada y el centro de la ciudad.

Dentro de los platos típicos guayaquileños se puede destacar el arroz con menestra y carne asada; es un plato preparado con fréjol del tipo conocido localmente como canario, aunque también se lo puede preparar con lentejas, garbanzos o con otro distinto tipo de fréjol, así como variantes de carne (chuleta, pescado, pollo o chorizos), la carne debe ser asada al carbón y lleva como complemento patacones (trozos de plátano verde frito). También es muy tradicional consumir el típico encebollado, un caldo con pescado (albacora o atún preferentemente) y yuca, y aderezado con cebolla, cilantro y jugo de

limón, considerado un excelente reanimador luego de una noche de diversión. Al estar cerca del mar, abundan los mariscos, por lo que también son muy consumidos los ceviches sean de pescado (encurtido), camarón o concha (cocidos); otro producto de mar, es el cangrejo, muy popular y muy consumido sobre todo los fines de semana en la ciudad, se prepara al ajillo, "criollo", en ensalada, etc. Una opción para los desayunos son los bolones de verde (bolas de plátano verde frito, que se le da la forma con las manos) con trozos fritos de piel de cerdo (chicharrón) o con trozos de queso fresco. Además están los aperitivos salados como las humitas (elaboradas con maíz tierno molido, junto a trozos de queso, envueltas en la propia hoja de maíz), las hayacas (elaboradas con harina de maíz, junto a trozos de cerdo o pollo, vegetales, uvas pasas, guisantes, envueltas en la hoja de plátano), los bollos de pescado (preparado con plátano verde molido, pescado, maní o cacahuate, envuelto también en una hoja de plátano) y las empanadas de plátano verde, rellenas con queso o carne. También destaca el caldo de salchicha (o de manguera), caldo realizado con menudencias rellenas de sangre y arroz o verde rallado, hígado, pies, orejas, entre otras partes del cerdo que se utilizan para su elaboración. Entre los postres, está la típica ensalada de frutas, jugo de naranjas al que se le agrega trozos de piña, melón, sandía, banano, uvas y otras tantas frutas tropicales más al gusto del comensal. Entre las bebidas típicas está el quáker, nombre comercial de una marca de cereal, que ha sido adoptado por ésta bebida, que consiste en una colada hecha con copos de avena, junto a naranjilla y/o maracuyá, canela y panela (bloque de azúcar sin refinar) incluidas en su cocción; se puede beber tibia o fría.

Entre los establecimientos de comida internacional y especializada, la más consumida es la comida italiana. Existen pizzerías (con su oferta de pastas y demás comida italiana), parrillas (donde se vende asados o parrilladas al estilo rioplatense), asaderos (venta de pollos asados), chifas (restaurantes de comida china), restaurantes de comida mexicana, así como las cadenas mundiales de comida rápida, de hamburguesas, pollo frito, pizzas y comida mexicana.

1.3.1. Química en la cocina

Un viejo cliché equipara la cocina a la química. Es cierto, la aplicación de calor a las comida causa reacciones químicas que dan como resultados cambios químicos, en los cuales confiamos devotamente para realizar el sabor, la textura y la digestibilidad. Pero el arte de la cocina no es solo una habilidad, sino que reside en conocer qué ingredientes, es decir reactivos, combinar y de qué manera hacerlos y manipularlos para obtener los cambios químicos más gratificantes.

El hecho es que todos los alimentos son sustancias químicas. Los hidratos de carbono, las grasas, las proteínas, las vitaminas y los minerales todos están compuestos por esas pequeñas unidades químicas llamadas moléculas y iones. Una gran variedad de moléculas desempeñan un vasto número de funciones distintas en la variedad de reacciones químicas infinitamente complejas que nosotros llamamos cocina, metabolismo o la misma vida.

1.3.1. Las Pastelerías

Todos sabemos que las pastelerías son un sector económico muy importante dentro del turismo de un pueblo, abre amplias perspectivas de futuro, constituyen la compleja red de un sistema fundamental para que el negocio turístico una de las industrias más eficaces y satisfactorias. Sin embargo para ello es necesario contar con un buen equipo de profesionales que poseen una sólida y rigurosa formación en gestión. Y organización de empresas. En la actualidad hay todo tipo de pastelerías y menús para todos los gustos y se valoran por igual los postres especiales y los lugares que ofrecen una decoración agradable o una localización original.

Los clientes pueden escoger entre una extensa y variada oferta, esto obliga a mi pastelería a tener que afinar mucho en los aspectos que los clientes esperan encontrar en un pastelería cuando acuden por primera vez, a fin de lograr que después hablen bien de él y repitan. Además de la formación y buena disposición por parte de los profesionales a practicar en las empresas pasteleras, existe una serie de requisitos y valores que ayudarán, sin duda, a la consecución de un objetivo común: el éxito profesional y la satisfacción y creación de una clientela fiel. En este sentido, hay que tener en cuenta los siguientes requisitos:

- Ofrecer una gastronomía adecuada a sus clientes en su contenido, variedad, agilidad, cantidad, calorías, calidad, etc.
- Tener unos precios adecuados a la variedad ofrecida, compatible con sus clientes.

- Atender las solicitudes especiales y puntuales de los clientes sin poner inconvenientes (menús especiales por enfermedad u otras causas).
- Dar un trato personalizado, reconociendo a los clientes habituales
- Tener unos horarios amplios adecuados a los hábitos de los clientes.
- Comunicarse con los clientes en su idioma y en los usuales de la zona.
- Ofrecer distracciones a los clientes en sus esperas.
- Estar situado en una zona cómoda bien indicada y segura por su fácil acceso y su aparcamiento.
- Tener unos empleados de exquisita amabilidad que hagan cómoda y agradable su relación con los clientes
- Sorprender a los clientes con platos nuevos, únicos y sabrosos.
- Sorprender a los clientes con nuevos servicios.
- Estar ubicados en una arquitectura atractiva por su modernidad, en su originalidad o su antigüedad.
- Un ambiente y una clientela homogénea.
- Obtener premios y popularidad en los medios de comunicación.

Ninguna publicidad por rigurosa que sea tendrá la fuerza de la opinión personal de un ser humano que se lleva una buena impresión del país o ciudad que visita por el trato y atención que recibe, se debe generar un cambio de actitud en nuestro país, haciéndolo receptivo a nuevas costumbres y estilos de vida, estar matizado a diario de gratas variaciones, de novedades atrayentes y diferentes posibilidades para satisfacer a aquellas

personas que solo aprecian un producto por raro o costoso, pero también de aquellos conocedores de los placeres de la buena mesa y el buen servicio.

1.3.1.1. Condiciones Óptimas Para Una Pastelería

Cuando hablamos de condiciones optimas que debe reunir un local destinado restaurante, tenemos que nombrar una serie de requisitos comunes para todos, como son:

- El lugar en el que iría enclavado el establecimiento, ya sea en Zona de playa, carrera, ciudad, montaña, etc.
- La temperatura del local ha de ser agradable, limpia sin olores, debiéndose instalar aparatos de aire acondicionado, cuya misión es renovar el aire y crear un clima idóneo Los clientes que visitan un establecimiento de esta naturaleza vienen a relajarse y van de sentirse mejor que en su propia casa.
- Si la iluminación es artificial, ésta a e ser con Luces que no difuminen ni cambien el color real de las cosas.
- En lo referente a la decoración, se procurara no “Llenar” el local ni recargarlo en exceso, pues el mantenimiento de los objetos conllevan a larga su descuido en la Limpieza
- La vajilla, cubertería y cristalería que se hayan selecciona deberán estar en concordancia con el local

- El tipo de clientela que nos visitan y la categoría del establecimiento son los que influirán en factores tales como la Decoración, Diseñó, facilidad en la reposición, Precio, material, Color, y medidas de los materiales.
- El mobiliario, que también ha de estar en consonancia con el tipo y categoría el local. Lo mejor es que sea de una estructura sencilla, cómoda y que facilite el servicio, hecho de materiales de fácil mantenimiento y limpieza.
- Por último deben haber otras facilidades que en al cliente de esa sensación de tranquilidad y buen servicio, como son los teléfonos móviles, pequeños detalles para el servicio: saleros, ceniceros, carros, musical, insonorización e locales anexos.

Podríamos seguir hablando de un sin fin de cuestiones que hacen una estancia agradable y repercuten en una mayor venta, pues no olvidemos que son los clientes los que seleccionan o rechazan el local por factores muy concretos.

1.4. Problema y Oportunidades

1.4.1. Planteamiento del Problema

Mi idea surge de insatisfacción de dichos consumidores en la cual me veo en la necesidad de ofrecer productos novedosos creativos fusionados que resalte y haga la diferencia a los establecimientos cotidianos, es decir mi propuesta de mi proyecto es de que mi establecimiento sea la número uno en lo que competa a la pastelería.

El mercado de cadenas de pastelería es sumamente amplio ya que cuenta con gran variedad de locales, pero resulta ser que la mayoría de estos locales se rigen a un nivel medio que todos estamos inmerso en ellos. Esto se debe en que todos tenemos puestos nuestras miradas mas en cocina caliente sin darnos cuenta que en lo que es pastelería tenemos mucho que explotar y hacer la diferencia.

No solo en mi establecimiento se venderán productos de consumo local sino para entregas a microempresas o restaurantes que harán la diferencia a las demás repostería ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

La calidad del servicio engloba atención al cliente, higiene, infraestructura y calidad del producto. Hoy en día es uno de los requisitos fundamentales para el desarrollo de cualquier empresa que busca alcanzar el éxito.

Los conceptos de calidad y sus aplicaciones no solo generan influencia en las grandes organizaciones sino que también están presentes en las microempresas, sobre todo en aquellos que se dedican al rubro de servicios pues tienen interacción directa con el cliente.

1.4.2. Oportunidades

El proyecto estará dirigido a un segmento socioeconómico medio medio-alto y alto del sur de la ciudad de Guayaquil ya que gran porcentaje de la población se encuentra en este sector.

Estudiando el mercado se puede concluir que existen algunas pastelerías con similar funciones pero realmente ninguna está especializada en postres exóticos novedosos algo fuera de lo común, es por eso que en el afán de cubrir con la falta de establecimiento así, donde las personas puedan experimentar nuevas tendencias diferentes sabores que les permita mantenerse satisfechos, se pretende establecer un establecimiento de Pastelería con la atención y seguridad adecuada.

1.4.2.1. Características del servicio

La profesionalidad de personal de la pastelería se manifiesta, pero con mayores matizaciones en aquellos departamentos cuyo personal tenga un trato directo con el cliente. Tal es el caso de la brigada de servicio que requiere unas condiciones más especificas con respecto al resto del personal de un establecimiento hotelero, similares.

Entre los requisitos que deben tener o a se encuentran los siguientes:

- Buena presencia.
- Excelente salud física.
- Aseo escrupuloso.

- Modales elegantes y clásicos
- Vocabulario correcto.
- Atento amable de una ética.
- Dirigente, eficaz y limpio en el trabajo.
- Colabora con sus compañeros
- Comprensivo y ágil de mentalidad
- Respetar el derecho a La intimidad de los clientes.
- Animo de superación.
- Respetar y cumplir el mandato de sus superaciones
- Solicitar aclaración de cuantas dudas o cuestiones que deba conocer.

Para darnos una mejor idea de cuál sería el perfil de un buen profesional con respecto al área de servicios, desarrollarnos cada punto anteriormente mencionado.

1.4.2.2. Alcance

El proyecto está dirigido a las personas que están en la necesidad de un mejor servicio y llenar las expectativas aquí en la ciudad de Guayaquil, ubicados especialmente en el sur de la ciudad. Nuestros posibles usuarios son adultos mayores hombres y mujeres, tanto los que realizan algún tipo de actividad laboral, física, intelectual como los que presenten problemas de salud y necesiten algo que no vayan afectar su salud contaremos con profesionales especializados.

El proyecto está enfocado hacia el público en general, pero no se descarta brindar el servicio a las personas de cualquier edad que tengan algún problema al ir al establecimiento y necesiten un servicio a domicilio.

En general el establecimiento de la pastelería estará dispuesto a brindar atención a toda persona que solicite los diferentes servicios que ofrezca el establecimiento de pastelería.

1.5. OBJETIVO GENERAL

Proyecto de inversión para un establecimiento de pastelería en el sur de Guayaquil. Donde quiero llegar ser el mejor de todo y ser una empresa competitiva en la cual a un futuro ser líder en el mercado y calidad de productos e innovación.

1.5.1. Objetivos específicos

- Determinar la demanda del Establecimiento de pastelería.
- Determinar qué tipo de actividades se realizarán y servicios a brindar dentro de la Pastelería.
- Determinar horarios de atención.
- Determinar la infraestructura de la Pastelería
- Determinar el monto total requerido para la inversión inicial.
- Determinar en qué sector de sur de Guayaquil se establecerá el proyecto.
- Determinar el número de empleados para el funcionamiento del Establecimiento.
- Determinar los competidores cercanos.
- Determinar el costo del servicio para los clientes.
- Determinar la factibilidad del proyecto

CAPÍTULO 2

2. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

2.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

2.1.1. Misión

La misión del ESTABLECIMIENTO DE **PASTELERIA CHEFSITOPASTY** está enfocada en proveer un servicio que ayude a personas adultas mayores y de todas las edades a continuar o en su defecto, a reiniciar con un estilo de vida más activo, independiente y saludable. Satisfacer las necesidades de aquellos que están entrando a una etapa de la vida en la que el cuerpo humano comienza a carecer de enfermedades, mediante una atención integral basada en una variedad de postres que permita mejorar su calidad de vida previniendo de esta manera enfermedades como la diabetes, obesidad, hipertensión, entre otros.

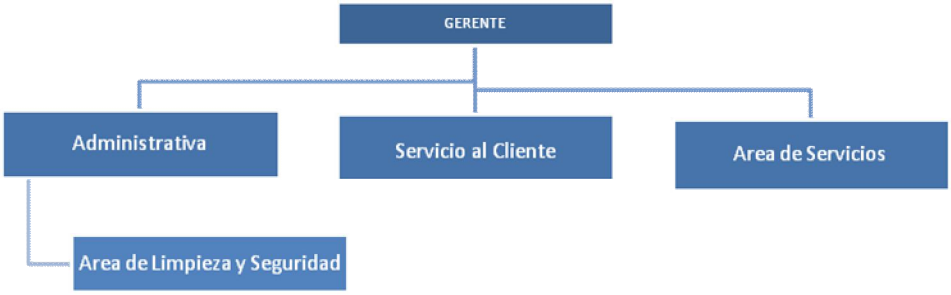
2.1.2. Visión

La visión del ESTABLECIMIENTO DE **PASTELERIA CHEFSITOPASTY** es posicionarse en el mercado, ganando cada vez más acogida en las personas, logrando ser líderes en el campo de la pastelería y ofreciendo un mejoramiento constante en la estructura de la organización y en el servicio brindado.

2.1.3. Organigrama

EL ESTABLECIMIENTO DE **PASTELERIA CHEFSITOPASTY** en su inicio contará con el siguiente personal, el cual será modificado conforme aumente las necesidades del establecimiento y la demanda:

Gráfico 2.1: Organigrama



Elaborado por: La Autora

Área Administrativa

1 Administrador

Atención al Cliente

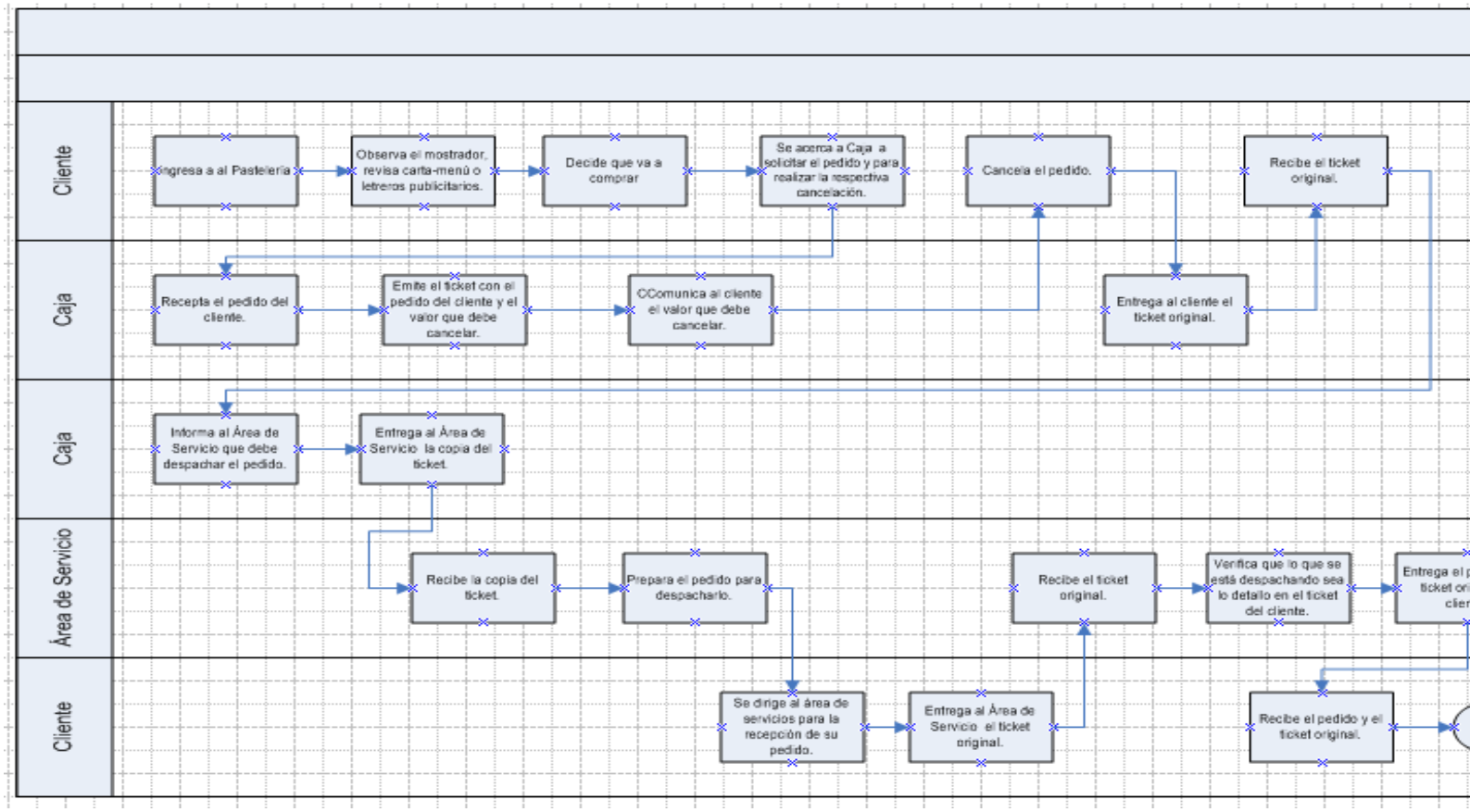
1 persona encargada del cobro al ingreso de los clientes.

Área de Servicios

2 saloneros

1 chef pastelero

Área de limpieza y seguridad



2.1.4. Aspectos legales de la Organización

Para que la empresa se constituya y entre a funcionar, es necesario un capital propio que se integrará por las aportaciones de los accionistas.

La Compañía va a ser una Sociedad Anónima, ya que su capital propio va a estar dividido en acciones.

Para la constitución de dicha empresa debemos regirnos al Marco Legal de la Empresa, es decir, seguir las normas y procedimientos prescritos por la Ley de la Superintendencia de Compañías, para su funcionamiento.

Para el debido funcionamiento del ESTABLECIMIENTO DE **PASTELERIA CHEFSITOPASTY** debe contar con todos los permisos municipales de funcionamiento, además de los permisos otorgados por el Ministerio de Salud Pública.

Procedimiento para su constitución

- Se otorga la escritura de constitución de la compañía

- Se presenta a la Superintendencia de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución, junto con el certificado de afiliación de la compañía a la Cámara correspondiente.
- La Superintendencia de Compañía, de aprobarla, dispondrá su inscripción en el registro mercantil.

2.1.5. Aspectos legales de la Organización

Para que la empresa se constituya y entre a funcionar, es necesario un capital propio que se integrará por las aportaciones de los accionistas.

La Compañía va a ser una Sociedad Anónima, ya que su capital propio va a estar dividido en acciones.

Para la constitución de dicha empresa debemos regirnos al Marco Legal de la Empresa, es decir, seguir las normas y procedimientos prescritos por la Ley de la Superintendencia de Compañías, para su funcionamiento.

Para el debido funcionamiento del ESTABLECIMIENTO DE **PASTELERIA CHEFSITOPASTY** debe contar con todos los permisos municipales de funcionamiento, además de los permisos otorgados por el Ministerio de Salud Pública.

Procedimiento para su constitución

- Se otorga la escritura de constitución de la compañía.

- Se presenta a la Superintendencia de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución, junto con el certificado de afiliación de la compañía a la Cámara correspondiente.

- La Superintendencia de Compañía, de aprobarla, dispondrá su inscripción en el registro mercantil.

- Se publicará por una sola vez en un periódico de mayor circulación en el domicilio de la compañía, un extracto de la escritura y la razón de su aprobación; una edición del periódico se entregará en la superintendencia de compañías.

- Se inscribirá en el registro de sociedades de la Superintendencia de Compañías, para lo que se acompañará un certificado del RUC, copia de los nombramientos del administrador (representante legal) y del administrador que subroga al representante legal, copia de la escritura con las razones que debe sentar el Notario y el Registrador Mercantil conforme se ordena en la Resolución aprobatoria.

2.1.6. FODA DEL PROYECTO

2.1.6.1. Fortalezas

- Brindar un servicio focalizado en los consumidores.
- La Pastelería ofrece una variedad de postres, lo que lo hace un lugar completo.
- Se cuenta con la atención de especialistas en el área gastronomía.
- Infraestructura, máquinas e implementos de primera calidad.
- Precios módicos.
- Ambiente Agradable y con servicio de Guardianía.

2.1.6.2. Oportunidades

- Acaparar gran parte del mercado ya que no hay muchos competidores.
- Expandir el servicio no solo a los clientes sino, también a toda persona que necesite como los adultos mayores.
- Conforme se vaya estableciendo el proyecto, poder incorporar otros servicios relacionados con el servicio.

2.1.6.3. Debilidades

- El área del Local no tienen mucha capacidad para atender a un número grande de clientes diariamente.
- Los implementos, máquinas e insumos tienen un precio elevado.
- Los salarios del Chef y los asistentes son considerables.

2.1.6.4. Amenazas

- Posibles nuevos competidores.
- Incertidumbre ocasionada por el actual gobierno del país.
- Que los consumidores prefieran consumir productos económicos pero bajos en nivel de calidad.

2.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y SU ANÁLISIS:

2.2.1. Encuesta, Tabulación Y Análisis De Resultados

2.2.1.1. Metodología

- En este caso el método más adecuado es la investigación descriptiva (encuestas), la cual nos permitirá conocer las características de nuestros clientes potenciales.
- Las encuestas se realizarán en lugares como: en el parque y en casas del sur cuyas preguntas serán cerradas y de elección múltiple de manera que se pueda determinar el mercado potencial y la aceptación del Establecimiento de Pastelería **CHEFSITOPASTY.**
- El número de encuestas para la investigación de mercado del proyecto se obtendrá según la fórmula de n.
- Para la tabulación de las encuestas se utilizará Microsoft Office Excel.
- Se utilizará el Programa SPSS para el análisis respectivo de las encuestas.
- Para determinar todo lo relacionado con los costos de la infraestructura de la Pastelería.

- Referente a las condiciones contractuales y todos los requerimientos legales para el funcionamiento del Establecimiento de Pastelería se contará con profesional de ámbito legal.
- Utilizaremos herramientas como el VAN, TIR y sensibilizadores para determinar la factibilidad del proyecto.

2.2.1.2. Estudio De Mercado

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.

Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.

Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones

correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Finalmente, el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

DATOS ESTADISTICOS SOBRE LA DIABETES

En cada familia ecuatoriana hay por lo menos un paciente con diabetes", asegura **Byron Cifuentes, presidente de la Federación Ecuatoriana de Diabetes**, quien revela que la enfermedad crece de forma desmedida.

Lo peor de esta situación es que, si no se recibe un tratamiento adecuado, se caracteriza por la elevación del nivel de azúcar en la sangre debido a la insuficiencia de la insulina, que es la hormona que metaboliza el azúcar, destaca.

Hay dos tipos de diabetes más frecuentes: en el tipo I el paciente adquiere esta afección en la infancia, se lo denomina "insulinodependiente porque solo se la puede controlar aplicándose insulina todos los días.

El tipo II (no "insulinodependiente"), se presenta a partir de los 30 años.

Según la Fundación Ecuatoriana de Diabetes, la prevalencia se registra en el 7% de la población ecuatoriana menor a 45 años, pero desde esa edad sube al 20% y, a partir de

los 65, llega al 40%. Otro problema es que la diabetes afecta a personas de bajos recursos económicos.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) dice que en el país se han registrado 700 mil personas con el mal, de estas el 70% no puede pagar el tratamiento integral y el resto tiene un control a medias. Y de dos a tres pacientes sufren complicaciones crónicas 10 años después de diagnosticadas.

Orellana asegura que al mes un paciente gasta entre $200 y $300 en chequeos médicos, alimentación, medición de los niveles de la presión, autocontroles en la casa, medicinas e inyecciones de insulina. “Los pacientes no sufren solo por su tratamiento, sino también porque los gastos médicos son fuertes y tampoco existe una política que les financie, ya que ellos no tienen apoyo del Gobierno”. (GCA)

América Latina es una de las regiones que ha incrementado los casos de diabetes en los últimos 10 años, así lo manifiestan los informes de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

La tendencia en alza se mantiene. Se calcula que en 2000 había 15,2 millones de diabéticos, pero para 2010 serán 22,4 millones, es decir un incremento del 44% mucho mayor que para los países desarrollados, explica Jorge Castillo, médico endocrinólogo colombiano.

Según la Organización Panamericana de la Salud (OPS), solo en 2005 los pacientes de esta región gastaron hasta $95 000 millones en su tratamiento.

Castillo también precisa que por esta causa "los registros del área de Nefrología muestran un progresivo aumento en el porcentaje de diabetes como causa de la necesidad de tratamiento con diálisis crónica en las últimas tres décadas".

Actualmente, la diabetes es responsable de entre el 30% y el 40% de los nuevos pacientes en diálisis.

Este hecho se debe a un aumento en la incidencia de insuficiencia renal en enfermos con diabetes tipo II que presentan problemas a nivel renal. (GCA)

TOME EN CUENTA

La incidencia

La diabetes es la segunda causa de muerte después de las enfermedades cardiovascular

¿Cuál es el porcentaje de diabéticos en el Ecuador?

En los últimos años se registró un promedio de 500 mil pacientes diagnosticados con esta enfermedad que, por cierto, por la gran cantidad de personas que la padecen es considerada una epidemia en el país. Esa fue la razón por la cual se realizó la Primera Feria de la Diabetes en Quito. Se intenta hacer un llamado para que los mandatarios inviertan más recursos económicos y que la gente se instruya más acerca del tema.

¿Por qué aumenta el promedio de pacientes que adolecen la enfermedad?

En gran parte la mala alimentación de los ecuatorianos es una causa para contraer diabetes. También por los fenómenos migratorios de los últimos treinta años en el país. Con la migración se pierden los hábitos alimenticios. La gente en la ciudad, por el poco tiempo que posee, prefiere la comida chatarra. Esta ha sido una característica en Latinoamérica, en especial en México. En los últimos años, la gente ha migrado hacia España.

¿Qué puede pasar con ellos?

También son gente que padece varios peligros, pero esta enfermedad se muestra después de años. Luego de tres décadas se podrá hacer una análisis de lo que pasó con ellos.

¿Qué hacer?

Cuando se baja el número de grasas especialmente consumir productos bajos en azucares se balancean los productos que se consumen es menos posible que se produzcan casos de diabetes. Es necesario que toda la gente acuda adonde nutricionistas para elaborar un plan que involucre las comidas diarias.

En el Ecuador existen aproximadamente unas 200.000 personas con diabetes, de las cuales apenas se encuentran diagnosticadas y con tratamiento unas 40.000 (20%).

Las políticas del Ministerio de Salud Pública del Ecuador en relación a la diabetes son prácticamente nulas.

En nuestro país el número de diabéticos insulinodependientes (tipo I) es de 0.7 por mil habitantes, menor al 2 por mil, que se encuentra en países como Inglaterra, USA, Dinamarca, Canadá. En cambio la prevalencia de diabéticos no insulinodependientes (tipo II) se acerca al 6 por ciento. El tipo máximo de presentación de diabetes tipo I se encuentra entre los 15 y 29 años; de la diabetes tipo II, entre los 45 a 64 años.

En el Ecuador no hay datos oficiales, nos manejamos con proyecciones epidemiológicas (O.M.S.) que se calcula que estaría entre el 4.2 al 5 % de la población general mayor de 18 años, y a nivel urbano, especialmente Guayaquil y Quito esta prevalencia sube al 7 % de los mayores de 18 años.

2.2.1.3. Análisis de la Demanda

Para obtener información acerca de nuestros posibles clientes hemos realizado una encuesta.

2.2.1.4. Tamaño de la muestra

Para hallar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = (z^2 p q) / e^2$$

Debido al poco tiempo y a la falta de recurso humano se calculó la muestra con e =7.49%, con lo que se obtiene z = 1.44, p y q son iguales a 0.5. El tamaño de la muestra es igual a 80.

2.2.1.5. Análisis de Muestra

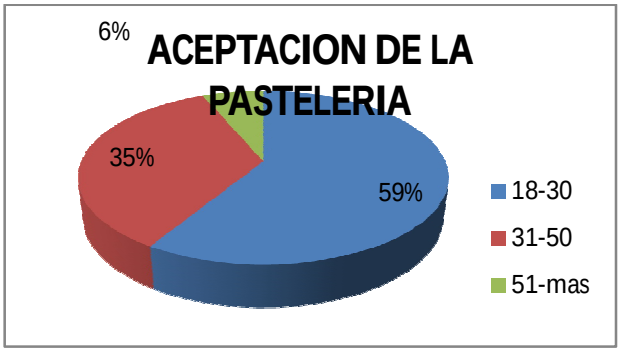
Se realizaron las 80 encuestas en el Sur de la ciudad de Guayaquil, se encuestaron a adultos de todas las edades, calles y de puerta a puerta. De las 80 personas observemos entre 18 a 30 años estas dispuestas 37 a ir a la pastelería , de 31 a 50 años 22 están dispuesta a ir a la pastelería y 4 de 50 en adelante. Los 17 restantes indicaron que no asistirían al establecimiento de la pastelería ya que ellos no les gustan los postres y la variedad que se brindará.

Tabla 2.1: Aceptación de la Pastelería

ACEPTACION DE LA PASTELERIA			
EDADES	SI	NO	TOTAL
18-30	37	6	43
31-50	22	9	31
51-mas	4	2	6
Total	63	17	80

Elaborado por: La Autora

Gráfico 2.2: Aceptación de la pastelería



Elaborado por: La Autora

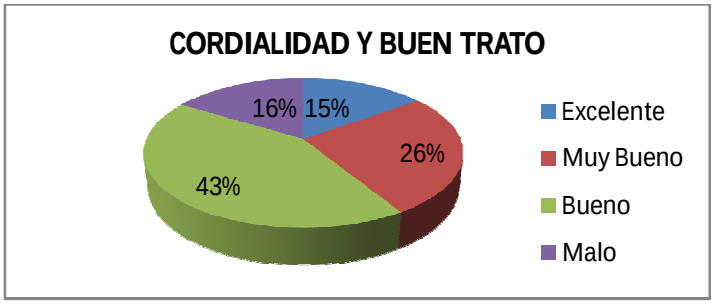
Tabla 2.2: Cordialidad y Buen Trato

Opinión de los clientes de los diferentes establecimientos acerca de la cordialidad y trato de los propietarios de Pastelerías en la ciudad de Guayaquil.

Cordialidad y Buen Trato		
Categoría	**N**	**%**
Excelente	12	15
Muy Bueno	21	26
Bueno	34	43
Malo	13	16
Total	**80**	**100**

Gráfico 2.3: Cordialidad y Buen Trato

Con los resultados obtenidos nos podemos dar cuenta en forma clara que la cordialidad y el buen trato en los diferentes establecimientos que ofertan servicio de Pastelerías en la ciudad de Guayaquil está presente el cliente no se siente tan cómodo y a gusto.



Elaborado por: La Autora

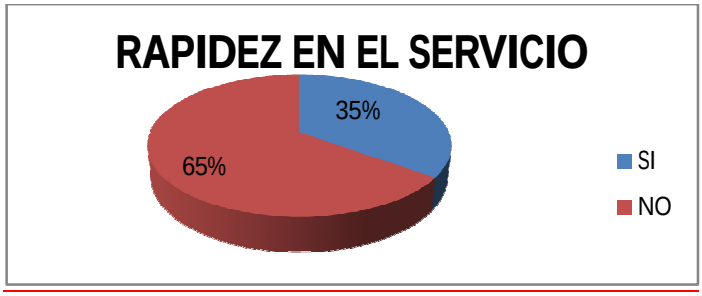
Tabla 2.3: Rapidez en el servicio

Opinión de los clientes de los diferentes establecimientos acerca de la rapidez del servicio de los propietarios de las Pastelerías de la ciudad de Guayaquil.

Opciones	N	%
SI	28	35
NO	52	65
TOTAL	80	100

Gráfico 2.4: Rapidez en el servicio

Con los resultados obtenidos nos damos cuenta en forma clara que la rapidez en el servicio brindado en los establecimientos de Pastelerías en la ciudad de Guayaquil esta presente. El cliente no se encuentra a gusto y satisfecho.



Elaborado por: La Autora

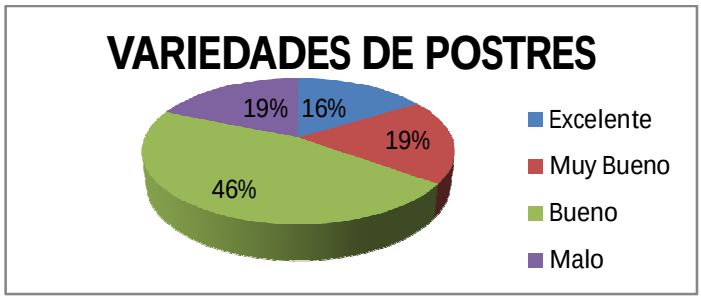
Tabla 2.4: Variedad de Postres

Opinión de los clientes de los diferentes establecimientos acerca de las variedades de postres que ofertan los propietarios de Pastelerías en la ciudad de Guayaquil.

Categoría	N	%
Excelente	13	16
Muy Bueno	15	19
Bueno	37	46
Malo	15	19
Total	80	100

Gráfico 2.5: Variedad de Postres

Con los resultados obtenidos nos damos cuenta que las variedades de postres que se ofertan en los diferentes establecimientos de Pastelerías en la ciudad de Guayaquil esta en un rango regular entre bueno y lo que podemos resaltar es que no se cubren las expectativas del cliente.



Elaborado por: La Autora

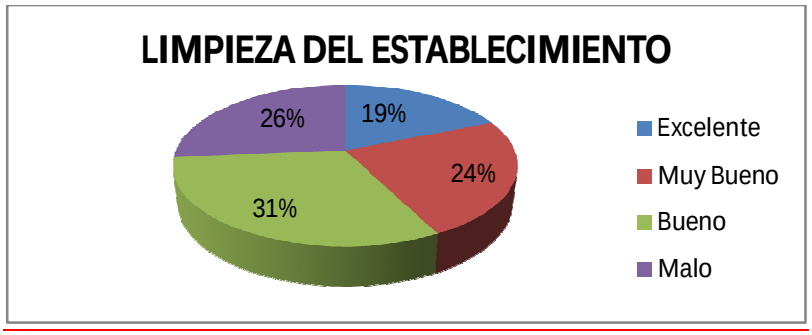
Tabla 2.5: Limpieza de Establecimiento

Opinión de los clientes de los diferentes establecimientos acerca de la limpieza de las Pastelerías en la ciudad de Guayaquil.

Categoría	N	%
Excelente	15	19
Muy Bueno	19	24
Bueno	25	31
Malo	21	26
Total	80	100

Gráfico 2.6: Limpieza de Establecimiento

Con los resultados obtenidos podemos darnos cuenta que el tipo de asepsia que tienen los diferentes establecimientos de Pastelerías en la ciudad de Guayaquil no es bueno , sin embargo necesitamos que esta sea excelente garantizando la calidad de los mismos y sobre todo la salud de los clientes.



Elaborado por: La Autora

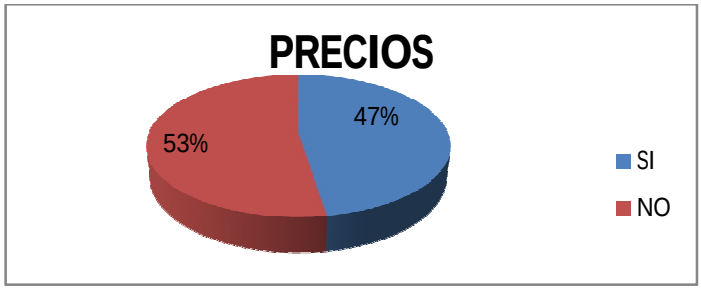
Tabla 2.6: Precios

Opinión de los clientes de los diferentes establecimientos acerca de los precios de los postres que ofertan los propietarios de las pastelerías de la ciudad de Guayaquil.

Opciones	N	%
SI	38	47
NO	42	53
TOTAL	80	100

Gráfico 2.7: Precios

Con los resultados obtenidos tenemos una idea completamente clara que el cliente no esta de acuerdo con el precio que paga por los postres y preparaciones que se ofertan en los diferentes establecimientos de Pastelerías en la ciudad de Guayaquil.



Elaborado por: La Autora

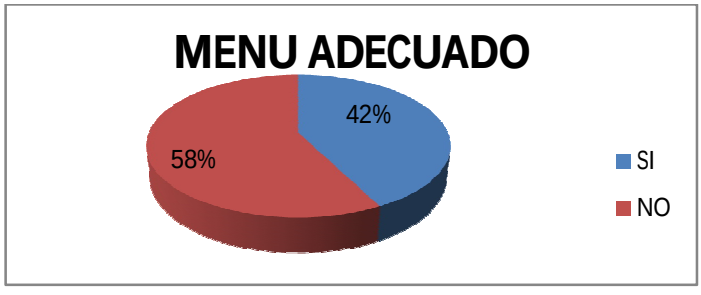
Tabla 2.7: Menú Adecuado

Opinión de los clientes en los diferentes establecimientos acerca de si el menú es adecuado y la variedad de los postres que ofertan no son suficientes los propietarios de las Pastelerías en la ciudad de Guayaquil.

Opciones	N	%
SI	34	42
NO	46	58
TOTAL	80	100

Gráfico 2.8: Menú Adecuado

Los resultados obtenidos son claros la variedad en el menú que se oferta en los diferentes establecimientos de Pastelerías en la ciudad de Guayaquil no están de acuerdo al lugar y el servicio.



Elaborado por: La Autora

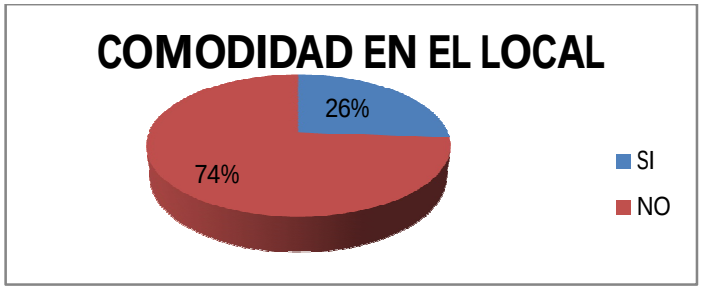
Tabla 2.8: Comodidad en el Local

Opinión de los clientes de los diferentes establecimientos acerca del ambiente y la comodidad en las Pastelerías de la ciudad de Guayaquil.

Opciones	N	%
SI	21	26
NO	59	74
TOTAL	80	100

Gráfico 2.9: Comodidad en el Local

Con los resultados obtenidos nos damos cuenta que el cliente no está conforme con el ambiente y comodidad que poseen los establecimientos de Pastelerías en la ciudad de Guayaquil de acuerdo al servicio que estos prestan.



Elaborado por: La Autora

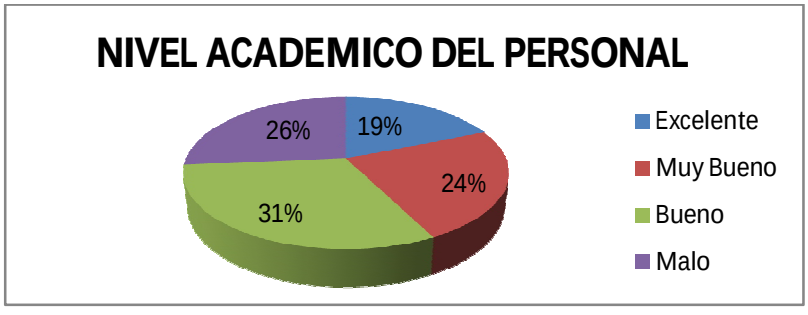
Tabla 2.9: Nivel Académico del Personal

Opinión de los clientes de los diferentes establecimientos acerca de que si el personal tiene formación para la debida atención en las Pastelerías.

Categoría	N	%
Excelente	19	24
Muy Bueno	11	14
Bueno	32	40
Malo	18	23
Total	80	100

Gráfico 2.10: Nivel Académico del Personal

Con los resultados obtenidos nos damos cuenta que el personal que está a cargo de la atención en los diferentes Pastelerías en la ciudad de Guayaquil tiene un nivel no tan aceptable sin embargo el cliente siempre busca la excelencia y en eso hay que trabajar.



Elaborado por: La Autora

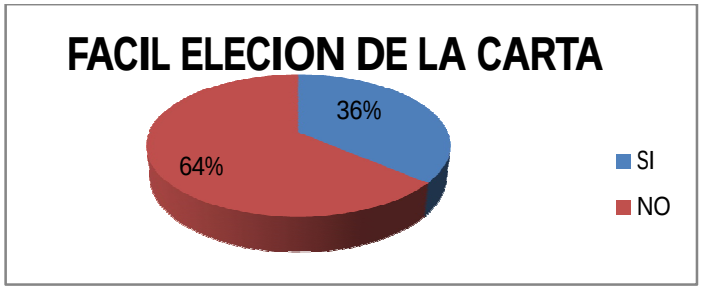
Tabla 2.10: Fácil elección de la Carta

Opinión de los clientes de los diferentes Pastelerías acerca de la claridad de la carta para realizar el pedido en los restaurantes de la ciudad de Guayaquil.

Opciones	N	%
SI	29	36
NO	51	64
TOTAL	80	100

Gráfico 2.11: Fácil elección de la Carta

Los resultados obtenidos son concretos el cliente no encuentra una información lo suficientemente clara en la carta al momento de hacer la elección de los postres que se oferta en los diferentes establecimientos de Pastelerías.



Elaborado por: La Autora

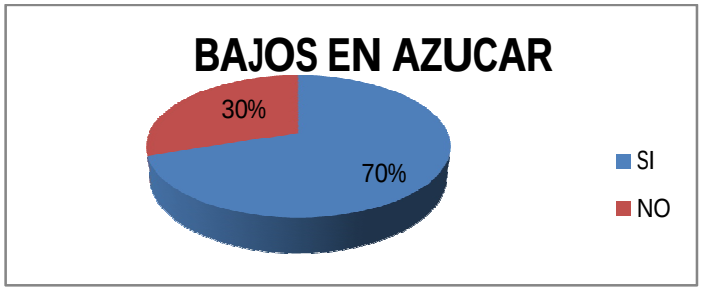
Tabla 2.11: Bajos en Azúcar

Opinión de los clientes en lo que respecta postres bajos en azúcar en la ciudad de Guayaquil.

Opciones	N	%
SI	56	70
NO	24	30
TOTAL	80	100

Gráfico 2.12: Bajos en Azúcar

Con los resultados obtenidos tenemos una idea clara de lo que mi cliente requiere me refleja que un gran porcentaje está preocupado en su salud por lo tanto desean disfrutar normalmente de un postre absolutamente bajos en azucares detalle que no se ofertan en los diferentes establecimientos de Pastelerías en la ciudad de Guayaquil.



Elaborado por: La Autora

2.3. MACRO Y MICROSEGMENTACIÓN

En la actualidad nuestro país se encuentra en una recesión económica, la cual está afectando el ingreso de las familias, motivo por el cual el sector al cual van a ser dirigido nuestros productos son más cuidadoso del destino de sus gastos y a la vez son más exigentes de los productos que necesitan. Para definir el mercado objetivo, es necesario realizar una segmentación previa de los consumidores.

2.3.1. Macro segmentación

Mercado de referencia

El objetivo es definir el mercado de referencia desde el punto de vista del comprador. Existen factores importantes a tomar en consideración para la macro segmentación los cuales son:

a) Funciones o Necesidades

Constituyen en tres factores: la calidad, frescura del producto y la salud de las personas, por lo que Pastelería pretende brindar un servicio personalizado haciendo uso de equipos con tecnología de punta, garantizando calidad, contando con personal calificado, y ofreciendo un ambiente agradable.

b) Grupo de Compradores:

Está conformado por las personas de todas las edades del sur de la ciudad de Guayaquil, que posean un nivel socioeconómico media-alto y alto, que desean un cambio y conocer unas ideas.

El Establecimiento de Pastelería estará ubicado en el Sur de la Ciudad de Guayaquil.

c) La amenaza de sustitutos

Los sustitutos más cercanos son productos de un mayor precio, que en la mayoría de los casos están al alcance del mercado potencial. En el lado opuesto, sería el de continuar tal como está ocurriendo ahora: el uso que le dan los consumidores para el cumplimiento de sus compromisos (fiestas de cumpleaños, fiestas infantiles, aniversarios de empresas, promociones y otros.

2.3.2. Micro segmentación

Las variables a emplear para la realización de la Micro segmentación son:

a) Segmentación Socio demográfica

Según los resultados de las encuestas dadas las variables socio demográfico que son: edad, género, etc. se puede concluir que 80 personas están dispuestas a acudir a la Pastelería, se considera un factor importante cuanto estarían propensos a pagar los usuarios y observamos que los que prefieren la Pastelería.

Características de la Pastelería

- **Modo.** Es de acuerdo al gusto del consumidor.
- **Tiempo de espera para el servicio.** El tiempo varia de 4 a 6 minutos cuando son postres a la minuta, también contaríamos con productos totalmente elaborados listos para consumirlos (3 minutos).
- **Expectativas del cliente.** Quiere decir que todo consumidor debe sentirse a gusto y así nosotros como parte del establecimiento de la pastelería deberíamos superar las expectativas de los consumidores.
- **Superación.** De acuerdo al establecimiento mencionado mi meta como empresa es mantenerme en el mercado competitivo y así llevar a mi establecimiento pastelero a una superación totalmente exitosa a base de la sostenibilidad y competitividad y ser uno del mejor establecimiento pastelero de la ciudad de Guayaquil.

2.4. ESTUDIO TÉCNICO

2.4.1. Necesidades de activos

Para llevar a cabo el proyecto se necesita de los siguientes activos:

EQUIPO DE COCINA

Equipo de calor

- 1Freidoras
- 1Hornos
- 1Hornos uso múltiplo
- 1Hornos de convección
- 1Hornos para pizza a gas eléctrico

Equipos de Refrigeración y Congelación

- 1Refrigeradores y en Acero Inoxidable
- 1Mesas Refrigeradas de Preparación
- 1Enfriadores-Calentadores de Vitrinas Refrigeradas para Exhibición de Lácteos
- 1 Murales Refrigerados para Exhibición
- 1Congeladores de Línea
- 1Máquinas Productoras de Hielo

Equipo múltiple

- 2 Batidoras
- 1 Amasadoras
- 1 Maquina lava loza
- 2 Licuadoras
- 1 Filtros de agua
- 1 Dispensadoras de bebidas refrigeradas
- 1 Granizadoras
- 1 Trituradoras de Hielo

- 1 Tostadores de Pan
- 1 Extractores
- 1 Exprimidores
- 1 Procesadores de Alimentos
- **1 Exterminadores de insecto**
- **1 Enfriadores**
- **1 calentadores de agua**
- **1 bebederos**
- 1 Exhibidores de Pizza

CAPÍTULO 3

3. ESTUDIO FINANCIERO

3.1. Plan de Inversiones

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles, y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la Pastelería, con excepción del capital de trabajo.

Tabla 3.1: Amortización al primer año

PRESTAMO BANCO XYZ
TABLA DE AMORTIZACIÓN

NOMBRE SOCIO: MARIA DEL CARMEN HOLGUIN

FORMA_PAG MENSUAL *Monto 35000* *CUOTA: 1122,24*

INTERES: 15,43% PLAZO: 36 MESES

AL PRIMER AÑO

	FECHA	CUOTA No	VALOR DE LA DEUDA	INTERES %	VALOR INTERES / 36 MESES	TOTAL CUOTA SIN INTERES	VALOR INTERES MENSUAL	VALOR CUOTA MENSUAL X PAGAR	SALDO CAPITAL
									35000
	15/01/2011	1	35000.00	15.43%	0	972.22	$ 150.01	**$ 1,122.24**	**$ 33,877.76**
	15/02/2011	2	35000.00	15.43%	0	972.22	$ 150.01	**$ 1,122.24**	**$ 32,755.53**
	15/03/2011	3	35000.00	15.43%	0	972.22	$ 150.01	**$ 1,122.24**	**$ 31,633.29**
	15/04/2011	4	35000.00	15.43%	0	972.22	$ 150.01	**$ 1,122.24**	**$ 30,511.06**
	15/05/2011	5	35000.00	15.43%	0	972.22	$ 150.01	**$ 1,122.24**	**$ 29,388.82**
	15/06/2011	6	35000.00	15.43%	0	972.22	$ 150.01	**$ 1,122.24**	**$ 28,266.58**
	15/07/2011	7	35000.00	15.43%	0	972.22	$ 150.01	**$ 1,122.24**	**$ 27,144.35**
	15/08/2011	8	35000.00	15.43%	0	972.22	$ 150.01	**$ 1,122.24**	**$ 26,022.11**
	15/09/2011	9	35000.00	15.43%	0	972.22	$ 150.01	**$ 1,122.24**	**$ 24,899.88**
	15/10/2011	10	35000.00	15.43%	0	972.22	$ 150.01	**$ 1,122.24**	**$ 23,777.64**
	15/11/2011	11	35000.00	15.43%	0	972.22	$ 150.01	**$ 1,122.24**	**$ 22,655.40**
	15/12/2011	12	35000.00	15.43%	0	972.22	$ 150.01	**$ 1,122.24**	**$ 21,533.17**

Elaborado por: La Autora

3.1.1. Terreno

Respecto al espacio físico, no tendríamos inconveniente alguno puesto que el espacio es propio. Mismo que se encuentra ubicado en francisco de marcos 2020 y esmeraldas.

3.1.2. Obra civil y Adecuaciones

Se necesitará dos áreas específicas, la cocina, y el mostrador donde se atenderá al cliente, para lo cual se debe incurrir en gastos de Obra civil y posteriormente en las adecuaciones respectivas.

Tabla 3.2: Rubro de Inversión

Activos	$
Terreno	-
Obra Civil	$ 1,600.00
Adecuaciones	$ 1,500.00
TOTAL	**$ 3,100.00**

Elaborado por: La Autora

3.1.3. Máquinas, equipos y herramientas

A continuación se presentan cuadros de inversión requerida para la adquisición de estos activos:

Gráfico 3.1: Máquinas, equipos y herramientas

Cantidad	Equipos y Herramientas	Precio	Precio Total
1	Aire Acondicionado	$ 620.00	$ 620.00
1	Equipos Computación	$ 1,200.00	$ 1,200.00
2	Equipos Electronicos/Oficina	$ 250.00	$ 500.00
varios	Muebles & Enseres	$ 2,300.00	$ 2,300.00
TOTAL			**$ 4,620.00**

Elaborado por: La Autora

Gráfico 3.2: Activos Fijos

Equipo de calor			
Cantidad	**Equipos y Herramientas**	**Precio**	**Precio Total**
1	Freidoras	$ 150,00	$ 150,00
1	Hornos	$ 400,00	$ 400,00
1	Hornos para pizza a gas eléctrico	$ 600,00	$ 600,00
TOTAL			**$ 1.150,00**

Equipos de Refrigeración y Congelación			
Cantidad	**Equipos y Herramientas**	**Precio**	**Precio Total**
1	Refrigeradores y en Acero Inoxidab	$ 1.200,00	$ 1.200,00
1	Mesas Refrigeradas de Preparació	$ 2.400,00	$ 2.400,00
1	Enfriadores-Calentadores de Vitrina	$ 1.500,00	$ 1.500,00
1	Murales Refrigerados para Exhibici	$ 800,00	$ 800,00
1	Congeladores de Línea	$ 2.500,00	$ 2.500,00
1	Máquinas Productoras de Hielo	$ 800,00	$ 800,00
TOTAL			**$ 9.200,00**

Equipo múltiple			
Cantidad	**Equipos y Herramientas**	**Precio**	**Precio Total**
2	2 Batidoras	$ 750,00	$ 1.500,00
1	1 Amasadoras	$ 1.200,00	$ 1.200,00
2	2Licuadoras	$ 60,00	$ 120,00
1	1Tostadores de Pan	$ 80,00	$ 80,00
1	1Extractores	$ 150,00	$ 150,00
1	1 Exprimidores	$ 150,00	$ 150,00
1	1Exterminadores de Insectos	$ 200,00	$ 200,00
1	1Enfriadores	$ 600,00	$ 600,00
1	1calentadores de agua	$ 150,00	$ 150,00
1	1bebederos	$ 150,00	$ 150,00
1	1Exhibidores de Pizza	$ 300,00	$ 300,00
varios	utencilios de cocina	$ 1.800,00	$ 1.800,00
TOTAL			**$ 6.400,00**

Elaborado por: La Autora

3.1.4. Herramientas para el Recurso Humano

A continuación, se resume la inversión inicial de las herramientas y equipos que necesita el personal para su óptima productividad.

Gráfico 3.3: Herramientas para el Recurso Humano

Cantidad	Equipos y Herramientas	Precio	Precio Total
varios	Suministros y Materiales	$ 350.00	$ 350.00
1	Dispensador de Agua	$ 45.00	$ 45.00
2	Telefono	$ 25.00	$ 25.00
varios	Uniformes	$ 750.00	$ 750.00
TOTAL			**$ 1,170.00**

Elaborado por: La Autora

3.1.5. Activo diferido

Para que este proyecto sea todo un hecho, la Pastelería **CHEFSITOPASTY**, deberá de incurrir en una serie de Gastos necesarios para su funcionamiento, entre ellos se destaca:

- Gastos de constitución
- Promoción Pre operativa
- Capacitación del personal

Gráfico 3.4: Inversión de Activo Diferido

Inversión de activo diferido		
Concepto	**Descripción**	**Precio**
Gastos de Constitución	Honorarios Abogado	$ 1,000.00
Promoción Preoperativa	Hojas Volantes, tripticos, etc.	$ 600.00
Capacitación del Personal	Personal Especializado	$ 1,000.00
TOTAL		**$ 2,600.00**

Elaborado por: La Autora

3.1.5.1. Gastos de Constitución

Trámite, que de acuerdo a lo consultado, tiene un costo de US$ 600,00

3.1.5.2. Promoción Pre operativa

Misma que se llevará a cabo antes de la apertura de la Pastelería, consideramos un costo estimado de US$ 1,200.00 entre lo que comprende básicamente:

- hojas volantes,
- trípticos,
- publicación en vallas publicitarias y cuñas radiales

3.1.5.3. Capacitación del personal

Se estima que la capacitación tendrá un costo estimado de US$ 1000,00, lo que permitirá tener un perfil que se ajuste a las necesidades de nuestros clientes, así mismo a formar un equipo de trabajo humano y con ganas de progresar y crecer como empresa, brindando siempre lo mejor.

Para que todo lo anterior tenga un buen inicio, es necesario desarrollar políticas de desarrollo empresarial que nos permitan conducir nuestras expectativas a una existencia física deseada, las políticas empresariales son la-marca de diferencia y los principios éticos de funcionamiento de toda empresa.

Como una siguiente idea fundamental necesitamos una secuencia lógica de operaciones que se aplicaran por áreas y así conseguir eficiencia a todo nivel, no tener duplicidad de funciones y como una consecuencia buenos resultados en nuestras operaciones, estos procedimientos están en la necesidad de ser periódicamente revisados y actualizados debido a que se necesita innovación constante en todas las áreas.

Gráfico 3.5: Atención al Cliente

3.2. PERFIL DE FORMACIÓN DEL PERSONAL

Conocer las diferentes formas de aplicación del producto en demostración.

Aplicación el producto a una demostración creativa con un manejo experiencia y resultados.

Ser observador e intuitivo a la hora de hacer la alimentación.

- Por el tipo de cliente (Personalizado)

- Por el tipo o nivel de pastelería.

- Por la necesidad de ayudar a surgir

-Tener un perfil personal.

- Moderación al hablar

- Hablar con lenguaje claro.

- Ubicar el tipo y nivel de lenguaje a usar.

Gráfico 3.6: Gastos –Sueldos Proyectados

Trabajador	Salario mensual	Salario Anual	Beneficios de ley (proporcionales)	IESS (Descontado a empleado 9.35%)	Aporte de Empleador (11.15%)	Total
Administrador-CHEF	500,00	6000,00	748,33	561,00	669,00	6856,33
Cobrador	300,00	3600,00	465,00	336,60	401,40	4129,80
Salonero 1	240,00	2880,00	380,00	269,28	321,12	3311,84
Salonero 2	264,00	3168,00	380,00	296,21	353,23	3605,02
Conserje	264,00	3168,00	380,00	296,21	353,23	3605,02
Guardia de Seguridad	264,00	3168,00	380,00	296,21	353,23	3605,02
Total	**1832,00**	**21984,00**	**2733,33**	**2055,50**	**2451,22**	**25113,04**

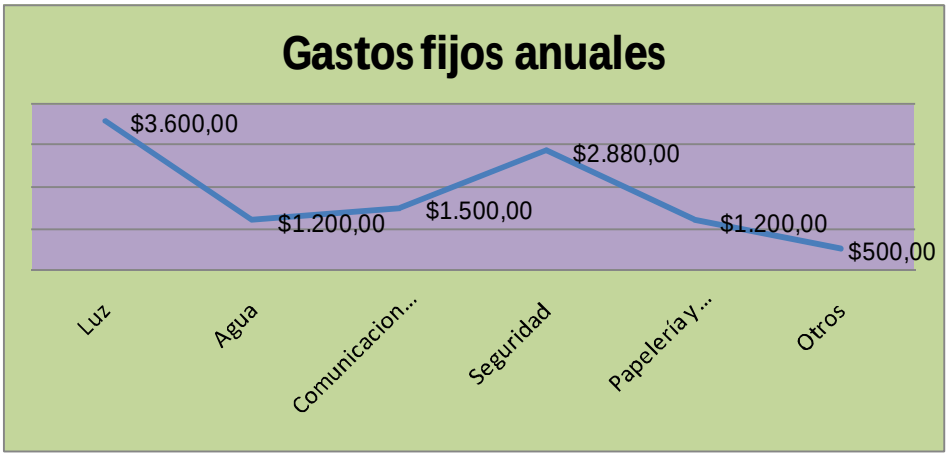
Elaborado por: La Autora

Tabla 3.3: Gastos Fijos de oficina y planta

Luz	$ 3,600.00
Agua	$ 1,200.00
Comunicaciones	$ 1,500.00
Seguridad	$ 2,880.00
Papelería y gastos de oficina	$ 1,200.00
Otros	$ 500.00
Total gastos fijos	**$ 10,880.00**

Elaborado por: La Autora

Gráfico 3.7: Gastos Fijos de oficina y planta



Elaborado por: La Autora

3.3. COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS DURANTE EL PRIMER AÑO - IMPLEMENTACION

La Pastelería **CHEFSITOPASTY**, ofrecerá una variedad de dulces y encantos para el deleite de toda su clientela, a continuación se detallará los diversos tipos de Tortas, Mouse, Cake que ofrecerá: