

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo**

**Elaboración de un plan de factibilidad para la implementación de una pastelería  
especializada en cupcakes que vende sus productos en línea**

**Lorena Maricela Tandayamo Coro**

**Hospitalidad y Hotelería**

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito para la obtención del título de  
Licenciado en Hospitalidad y Hotelería

Quito, 9 de mayo de 2021

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ  
COLEGIO DE HOSPITALIDAD, ARTE CULINARIO Y TURISMO

**HOJA DE CALIFICACIÓN  
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Elaboración de un plan de factibilidad para la implementación de una pastelería  
especializada en cupcakes que vende sus productos en línea**

**Lorena Maricela Tandayamo Coro**

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Mauricio Cepeda, MBA

Firma del profesor

\_\_\_\_\_

Quito, 9 de mayo de 2021

## **@DERECHOS DE AUTOR**

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicaciones de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Firma del estudiante:

---

Nombres y Apellidos:

Lorena Maricela Tandayamo Coro

Código:

00140304

Cédula de identidad:

1724591704

Fecha:

Quito, 9 de mayo de 2021

## **ACLARACION PARA PUBLICACIÓN**

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

## **UNPUBLISHED DOCUMENT**

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

## RESUMEN

Este documento es el resultado de un análisis investigativo para determinar la factibilidad de la implementación de una pastelería especializada en cupcakes que recepta los pedidos mediante una tienda virtual en la ciudad de Quito; Pícaro-pastelería es un negocio que cuenta con una planta de producción en el sector de Oyambarillo de la parroquia de Yaruquí en donde prepara los cupcakes y una tienda virtual por la cual se comercializan.

Pícaro-pastelería es una empresa que prepara y vende cupcakes innovadores porque utiliza frutas, verduras, ingredientes de cocteles para las masas y decoraciones y también es una empresa que lleva procesos de producción que tienen como objetivo disminuir la contaminación. La tienda virtual es el medio de contacto de los clientes con la pastelería por lo que esta tienda virtual contiene una historia de la pastelería, fotos con precios, números de contacto y enlaces para ver las redes sociales. En la tienda virtual se ofrece la opción "Arma tu cupcake" en donde el cliente puede crear un cupcake a su gusto con la lista de ingredientes que ofrece la pastelería.

Dentro de este estudio se realizaron encuestas e investigación virtual de la competencia para determinar los principales factores que distinguen a Pícaro-pastelería y que hacen que la pastelería sea una excelente opción y preferencia dentro de los clientes. También se exponen los medios de publicidad por los cuales la pastelería se va dar a conocer en el mercado y los estados financieros proyectados a 5 años para demostrar que Pícaro-pastelería representa un negocio rentable.

**Palabras clave:** Cupcake, pastelería, tienda virtual, "Pícaro", biodegradable, decoración, fondant, crema.

## ABSTRACT

This document is the result of research analysis to determine the feasibility of implementing a bakery specializing in cupcakes that receive orders through a virtual store in the city of Quito; Pícaro-pastelería is a business that has a production plant in the Oyambarillo sector of the parish of Yaruquí where it prepares cupcakes and a virtual store through which they are marketed.

Pícaro-pastelería is a company that prepares and sells innovative cupcakes because it uses fruits, vegetables, cocktail ingredients for the dough and decorations and is also a company that has production processes that aim to reduce pollution. The virtual store is the means of contact between customers and the bakery, so this virtual store contains a history of the bakery, photos with prices, contact numbers, and links to social networks. The online store offers the option "Arma tu cupcake" where the customer can create a cupcake to your liking with the list of ingredients offered by the bakery.

Within this study, surveys and virtual research of the competition were conducted to determine the main factors that distinguish Pícaro-pastelería, making the bakery an excellent choice and preference among customers. The advertising media through which the bakery will be known in the market and the projected 5-year financial statements are also presented to demonstrate that Pícaro-pastelería represents a profitable business.

**Keys words:** Cupcake, pastry, online store, "Pícaro", biodegradable, decoration, fondant, cream.

## TABLA DE CONTENIDO

1. Sumario ejecutivo.....	12
2. Introducción.....	13
2.1 Objetivo general. ....	14
2.1 Objetivos específicos.....	14
3. Concepto del proyecto.....	15
3.1 Tipo de empresa. ....	15
3.2 Tipo de concepto. ....	15
3.3 Mercado meta. ....	16
4. Estudio de factibilidad.....	17
4.1 Entorno macroeconómico.....	17
4.2 Análisis del sitio. ....	23
4.2.1 Localización y adaptabilidad.....	23
4.2.2 Acceso y visibilidad. ....	23
4.2.3 Servicios básicos. ....	25
4.2.4 Situación legal y regulaciones de funcionamiento. ....	27
4.3 Análisis del área de mercado.....	29
4.3.1 Información demográfica. ....	30
4.4 Análisis de la oferta. ....	32
4.5 Análisis FODA. ....	3
4.6 Análisis de la demanda.....	5
4.6.1 Análisis de las encuestas. ....	7

4.6.2 Generadores de demanda.....	14
4.7 Proyección de la demanda.....	15
4.7.1 Punto de equilibrio.....	17
4.8 Pronóstico de ingresos y gastos.....	18
5. Diseño y arquitectura.....	19
5.1 Programa de espacio.....	19
5.1.1 Área de producción.....	19
5.1.2 Equipamiento.....	23
6. El negocio y sus productos (cupcakes).....	23
6.1 Planta de producción.....	23
6.1.1 Plan de manejo de desechos.....	24
6.1.2 Plan de cultivo.....	25
6.1.3 Control de plagas.....	26
6.2 Tienda virtual.....	26
6.3 Menú de productos.....	33
6.4 Costos generales y precio de venta.....	34
6.5 Delivery.....	36
6.6 Alianzas estratégicas.....	36
7. Recursos humanos.....	37
7.1 Cultura organizacional.....	37
7.1.1 Misión.....	38
7.1.2 Visión.....	38
7.1.3 Valores corporativos.....	38
7.2 Organigrama.....	38



7.2.1 Descripción de los cargos.....	39
7.3 Nómina y salarios.....	39
8. Plan de marketing.....	40
8.1 Logotipo.....	41
8.2 Medios publicitarios.....	42
8.2.1 Redes sociales.....	42
8.2.2 Boca a boca.....	43
8.2.3 Tarjetas y empaques.....	43
9. Análisis de la rentabilidad del proyecto.....	43
9.1 Estado de pérdidas y ganancias.....	43
9.2 Inversión total de proyecto.....	45
9.3 Rentabilidad del proyecto.....	46
10. Conclusiones.....	48
Referencias Bibliográficas.....	49
Anexo A: IRM.....	53
Anexo B: Patente municipal.....	54
Anexo C: LUAE.....	55
Anexo D: Encuesta.....	56
Anexo E: Plano de la planta de producción.....	57
Anexo F: Recetas estándar.....	58
Anexo G: Descripción de los cargos.....	66
Anexo H: Nómina de empleados.....	69
Anexo I: Costos de equipo y utensilios.....	70

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Demanda del Distrito Metropolitano.....	15
Tabla 2. Clientes de Pícaro-pastelería .....	16
Tabla 3. Proyección de ventas del primer año.....	16
Tabla 4. Ventas del primer año.....	17
Tabla 5. Punto de equilibrio de cupcakes de cobertura de fondant. ....	17
Tabla 6. Punto de equilibrio de cupcakes de cobertura de crema.....	17
Tabla 7. Punto de equilibrio de cupcakes personalizados. ....	18
Tabla 8. Proyección de ingresos y gastos hasta el año 5. ....	19
Tabla 9. Distribución de áreas por metros cuadrados.....	20
Tabla 10. Tipos de masas, rellenos y decoración de cupcakes.....	32
Tabla 11 Menú de cupcakes. ....	33
Tabla 12. Costos y precios de venta de los cupcakes. ....	35
Tabla 13. Costos y precios de venta de los cupcakes. ....	35
Tabla 14. Tipos de masas, rellenos y decoración de cupcakes.....	36
Tabla 15. Datos porcentuales para la proyección del balance de pérdidas y ganancias. ....	44
Tabla 16. Estado de pérdidas y ganancias proyectado a 5 años. ....	45
Tabla 17. Cálculo de EBITDA .....	47
Tabla 18. Cifras de rentabilidad de la pastelería. ....	47
Tabla 19. Cifras de rentabilidad y liquidez. ....	47

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ecuador para negocios. Fuente: Doing Business América Latina .....	18
Ilustración 2 Inflación mensual de El Ecuador. Fuente: INEC .....	19
Ilustración 3 Catacocha. Fuente: Tienda en página de Facebook .....	33
Ilustración 4 Torta & Fiesta. Fuente: Página Web en Google Chrome .....	34
Ilustración 5 Cyrano. Fuente: Página Web en Google Chrome .....	3
Ilustración 6 Marie. Fuente: Página Web en Google Chrome .....	3
Ilustración 7 Seguridad de datos de los clientes .....	7
Ilustración 8 Nivel de confianza en una tienda virtual .....	8
Ilustración 9 Frecuencia de compra de pasteles .....	9
Ilustración 10 Nivel de aceptación de la tienda de cupcakes virtual .....	10
Ilustración 11 Preferencia en el decorado de los cupcakes .....	11
Ilustración 12 Degustación previa al pedido .....	11
Ilustración 13 Preferencia para el pago .....	12
Ilustración 14 Venta de productos adicionales .....	13
Ilustración 15. Cultivos de la planta de producción. ....	26
Ilustración 16 Pantalla de inicio de la tienda virtual. ....	28
Ilustración 17 Historia de Pícaro-pastelería. ....	30
Ilustración 18 Pantalla de preguntas frecuentes. ....	31
Ilustración 19 Cupcakes de la Pícaro-pastelería. ....	31
Ilustración 20 Pantalla de ARMA TU CUPCAKE. ....	32
Ilustración 21 Pantalla de CONTÁCTANOS de Pícaro-pastelería. ....	33
Ilustración 23 Organigrama de la empresa. ....	38
Ilustración 24 Logotipo de la empresa. ....	41

## INTRODUCCIÓN Y CONCEPTO DEL PROYECTO

### 1. Sumario ejecutivo

En la actualidad las personas utilizan las herramientas tecnológicas para la adquisición de bienes o servicios para optimizar sus recursos, en especial el tiempo, debido al ritmo de vida acelerado que llevan prefieren comprar productos por medio de tiendas virtuales y aplicaciones que visitar una tienda física. La pandemia del coronavirus hoy en día es otras de las razones para que las personas no visiten tiendas físicas por el miedo al contagio y las restricciones de quorum en los locales lo que ha generado un aumento en las otras opciones de comprar productos.

Una pastelería especializada en cupcakes es una idea innovadora puesto que los mismos son elaborados con ingredientes como frutas, verduras, e ingredientes de cocteles, y empacados en cajas biodegradables para contribuir con la disminución de la contaminación del ambiente; así mismo la pastelería comercializa sus productos mediante una tienda virtual lo que genera una distribución más amplia del concepto de la empresa y llegar a muchas personas en poco tiempo.

La idea se centra en satisfacer las necesidades de los habitantes del distrito metropolitano de Quito mediante una entrega puntal de los cupcakes al lugar establecido y solicitado mediante los datos registrados en la tienda virtual. La elaboración de los cupcakes se llevará a cabo en la planta de producción ubicada en la parroquia de Yaruquí, sector aledaño al aeropuerto, dicha terminal aérea es uno de los generadores de demanda. Los cupcakes son elaborados en la planta de producción la cual debe realizar los trámites necesarios para obtener los permisos de funcionamiento requeridos en el distrito metropolitano de Quito para la operación de negocios.

De la misma manera se pretende que los cupcakes sean establezcan como un elemento principal dentro del menú de eventos sociales como bodas, bautizos, baby showers; entre otros, puesto que, los cupcakes ofrecen algunas ventajas como la estandarización de tamaño y

decoración que no se estropeará con la distribución de los cupcakes a los comensales. Por otro lado, se los puede personalizar para ser entregados como detalle en diferentes fechas especiales.

Dentro del mercado no se pueden encontrar muchas empresas que ofrecen cupcakes, como especialidad, puesto que es una idea nueva; por lo que el mercado está presto para recibir productos como estos, y que tienen un proceso que reduce a lo mínimo la contaminación como un valor adicional. Lo que se muestra como información en la página de la tienda virtual para que los clientes se enteren de todo lo que ofrece la pastelería Pícaro; además de ver las fotografías de todos los cupcakes que ofrece.

La determinación de la rentabilidad se realiza mediante la proyección de los estados financieros para 5 años; así como, el cálculo de la inversión total necesaria para el negocio; las cifras obtenidas de las recetas estándar y los porcentajes de proyección; conforme a las cifras y los datos obtenidos se llega a la conclusión que el proyecto es factible para ser llevado a cabo.

## **2. Introducción**

La utilización de las herramientas tecnológicas para la optimización de recursos ha permitido que cada vez más negocios las implementen dentro de su operación comercial para llegar de forma más personalizada hacia el consumidor; así también, las personas por el ritmo de vida acelerado que llevan buscan comodidad y rapidez para la realización de sus actividades por lo que la utilización de herramientas digitales son una excelente forma de solucionar tareas como pagos, compras, envíos y transacciones.

La elaboración de un plan de factibilidad para la implementación de una pastelería especializada en cupcakes que vende sus productos en línea mediante la aplicación de un estudio de mercado conseguirá medir el nivel de aceptación y desarrollo del proyecto en el mercado para satisfacer las necesidades de los clientes a través de un producto y servicio con calidad; además,

que supere las expectativas y cree preferencia dentro del segmento de mercado al cual apunta el proyecto.

Por lo cual, el presente proyecto es innovador ya que satisface una necesidad mediante la utilización de la tecnología, lo que brinda al consumidor la tranquilidad de realizar un pedido a una pastelería especializada en cupcakes, mediante una compra segura en una tienda virtual y que garantiza la entrega del producto; así también, la pastelería aporta al medio ambiente mediante la utilización de empaques biodegradables y formas amigables de reciclaje, reutilización y manejo de desechos orgánicos.

### **2.1 Objetivo general.**

Elaborar un plan de factibilidad mediante un estudio de mercado para la implementación de una pastelería especializada en cupcakes que recepta pedidos a través de una tienda virtual.

### **2.1 Objetivos específicos.**

- Recopilar información mediante visitas y entrevistas a los principales competidores para obtener datos exactos de la oferta.
- Elaborar encuestas mediante preguntas concisas y sencillas a potenciales clientes en el distrito metropolitano de Quito para determinar el nivel de aceptación de una pastelería especializada en cupcakes que recepta pedidos mediante una tienda virtual.
- Realizar un plan de factibilidad para la implementación de una pastelería especializada en cupcakes mediante un estudio de la oferta y la demanda.

### **3. Concepto del proyecto**

#### **3.1 Tipo de empresa.**

Pícaro – pastelería, es una pastelería especializada en cupcakes que recepta pedidos mediante una tienda virtual en la cual se presenta una lista de los productos que ofrece con detalle de los ingredientes, precio y día de entrega; la idea de implementar una pastelería que opera mediante una tienda virtual y no física es evitar desperdicio de productos que no se vendan y eliminar el gasto por arriendo de local. Así también, contribuir al cuidado del medio ambiente, puesto que Pícaro – pastelería utiliza productos biodegradables para el empaque de los cupcakes y cumplir con los protocolos de bioseguridad emitidos por las organizaciones de salud para disminuir los contagios de coronavirus.

#### **3.2 Tipo de concepto.**

Pícaro – pastelería, se enfoca en satisfacer las necesidades de los clientes mediante la comodidad y agilidad que brindan las herramientas digitales; la utilización de una tienda virtual permite ahorrar tiempo en visitar una tienda física para realizar un pedido, sobre todo para mantener los protocolos de distanciamiento y de quorum aplicados por motivo de la pandemia; incluyendo que por requerimientos de bioseguridad es recomendable no manipular o mantener al ambiente productos de consumo inmediato, por ello los cupcakes vienen empacados de forma individual para cada ocasión, lo que permite tener un control sobre el tamaño de porción y que la decoración no se estropee cuando se distribuyan los cupcakes a los comensales.

Pícaro – pastelería se especializa en la preparación y comercialización de cupcakes de diferentes tipos de masas (harinas integrales, masas con licores, pulpa de frutas, cocteles, entre otros), rellenos (frutas, licores, cremas, mermeladas, entre otros) y decoraciones con crema, fondant, frutas y personalizados; en cuanto a personalizados la tienda virtual permite armar un cupcake a gusto del cliente, es decir el cliente escoge entre los tipos de masas, rellenos, y

decoración y arma su cupcake a elección (este se cotiza conforme a los ingredientes que se coloque); además, este tipo de concepto (tienda virtual) de operación de una pastelería permite ser un generador de comercio y movimiento de la economía.

### **3.3 Mercado meta.**

El área geográfica que cubre el proyecto son las parroquias rurales y urbanas que comprende el Distrito Metropolitano de Quito con los siguientes límites: al Este: los cantones de Pedro Moncayo, Cayambe, y provincia de Napo; al norte: la provincia de Imbabura; al Sur: los cantones de Rumiñahui y Mejía (Municipio de Quito, s.f.)

El segmento de mercado en el cual se enfoca Pícaro – pastelería comprende un rango de edad de 20 años en adelante; puesto que, las personas que están dentro de este segmento cuentan con un celular con la capacidad tecnológica para visualizar la tienda virtual, cuentan con los recursos económicos y forman parte de eventos sociales en los cuales requieren comprar productos de pastelería.

Así también; las personas que se incluyen dentro de este segmento de mercado se preocupan por mantener los protocolos de distanciamiento por lo que prefieren realizar compras mediante tiendas virtuales y aplicaciones móviles; se preocupan por mantener y cuidar el medio ambiente por lo que prefieren productos en empaques biodegradables; organizan y participan de eventos como cumpleaños, bautizos, matrimonios, entre otros; además, sus redes sociales favoritas son Facebook e Instagram para comunicarse e intercambiar opiniones y observar publicidad, así como buscar nuevos productos o servicios.

Este segmento de mercado constantemente busca nuevos productos y servicios para satisfacer sus necesidades personales y grupales que a su vez superen sus expectativas y se acoplen a sus requerimientos de calidad, forma de actuar y pensar a través de un producto novedoso al cual puedan personalizarlo como a los cupcakes que oferta Pícaro – pastelería online.



## DESARROLLO DEL PROYECTO

### 4. Estudio de factibilidad

#### 4.1 Entorno macroeconómico.

Es indispensable realizar un análisis macroeconómico para entender sus variantes y como estas podrían afectar al desarrollo de la pastelería especializada en cupcakes; puesto que al ser variantes externas difícilmente se pueden controlar. De esta forma, se presentan las variables que pueden afectar de forma directa, ya sea como una oportunidad o como una amenaza a Pícaro – pastelería.

##### 1. Variables políticas y económicas

Inseguridad jurídica: para abrir un negocio en Ecuador se requieren de alrededor de 48.5 días; puesto que los trámites aparte de ser demorosos por el tiempo que toma realizar las inspecciones para emitir el permiso. En conformidad con DOING BUSINESS (es una medición objetiva de las regulaciones para hacer negocios de 190 economías a nivel mundial) analiza que Ecuador, se ubica en el puesto 129, lo que lo deja como uno de los países en donde no se puede comenzar un negocio con tanta facilidad por el tiempo que requiere sacar cada uno de los permisos y no tanto porque el ámbito económico en donde se desarrolla el negocio sea bajo; es así que, solo para obtener la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de las Actividades Económicas (LUAE) de Quito lleva 15 días desde la solicitud hasta el día de la inspección, 5 días más para el permiso de los bomberos y 10 días más para que el permiso sea finalmente emitido, cabe señalar que los pasos para solicitar los permisos son consecutivos y necesarios por lo que no se puede adelantar o saltar ninguno. Estas demoras para conseguir los permisos de funcionamiento ocasionan que muchos negocios operen de forma clandestina, es decir sin sacar ningún permiso (Primicias, 2020)

De esta manera, Ecuador se encuentra en el puesto 15 de países para hacer negocios de América Latina por las razones ya mencionadas; como se muestra en la siguiente imagen.

**Doing Business América Latina**

País	Calificación	Puesto global	Puesto América Latina
Chile	73	59	1
México	72	60	2
Puerto Rico	70	65	3
Colombia	70	67	4
Costa Rica	69	74	5
Perú	69	76	6
Panamá	67	86	7
El Salvador	65	91	8
Guatemala	63	96	9
Uruguay	62	101	10
República Dominicana	60	115	11
Brasil	59	124	12
Paraguay	59	125	13
Argentina	59	126	14
Ecuador	58	129	15
Honduras	56	133	16
Nicaragua	54	142	17

*Ilustración 1 Ecuador para negocios. Fuente: Doing Business América Latina*

Estas demoras entre inspección e inspección para emitir los permisos para operar afectan directamente a la formación del negocio por lo que se debe planificar con alrededor de 2 meses para lograr tener todos los permisos listos para operar.

**Inflación:** esta es una variante que más puede afectar al negocio, ya sea en el incremento o disminución de precios y costos; estos cambios generan en gran parte un aumento de los precios. El índice de precios al consumidor (IPC) es la medida que se utiliza en el país para medir la inflación, este indicador mide la evolución del nivel general de precios en un determinado periodo; para final del 2020 el IPC fue de -0.93%, el índice más bajo registrado desde el 2011 (El Universo, 2021)

Un indicador negativo deja en evidencia que la economía no ha crecido durante el periodo, es así que los precios de los productos (bienes y servicios) están cayendo por falta de

consumo; la principal causa es la pandemia del Coronavirus que afecto a las poblaciones a nivel mundial. Que se tenga un índice bajo significa también que se mantiene la capacidad de compra de las personas a pesar que los productores optaran por no aumentar los niveles de producción.

Para mayor detalle se presenta la tabla de inflación mensual del Ecuador.

### Inflación Mensual

Mes	Índice	Inflación Mensual	Inflación Anual	Inflación Acumulada
ene-20	105,45	0,23%	-0,30%	0,23%
feb-20	105,29	-0,15%	-0,23%	0,07%
mar-20	105,50	0,20%	0,18%	0,27%
abr-20	106,56	1,00%	1,01%	1,28%
may-20	106,28	-0,26%	0,75%	1,01%
jun-20	105,62	-0,62%	0,17%	0,39%
jul-20	104,97	-0,61%	-0,54%	-0,23%
ago-20	104,63	-0,32%	-0,76%	-0,55%
sep-20	104,47	-0,16%	-0,90%	-0,71%
oct-20	104,27	-0,19%	-1,60%	-0,90%
nov-20	104,26	-0,01%	-0,91%	-0,90%
dic-20	104,23	-0,03%	-0,93%	-0,93%
<b>ene-21</b>	<b>104,35</b>	<b>0,12%</b>	<b>-1,04%</b>	<b>0,12%</b>

*Ilustración 2 Inflación mensual de El Ecuador. Fuente: INEC*

## 2. Variables ambientales

**Huella ecológica:** la huella ecológica es un indicador que mide el consumo de los recursos naturales renovables versus la disponibilidad de los mismos; según la ONG Global Footprint Network para el 22 de agosto del 2020 se había consumido los recursos renovables del año lo que significa que para la fecha actual se ya están consumiendo los recursos naturales del siguiente año (Ecuador en Directo, 2020)

Algunos aspectos que ayudan a reducir la huella ecológica es desconectar los electrodomésticos que no se estén ocupando, cerrar llaves de agua mientras no se estén utilizando, optar otras formas de transporte como la bicicleta, caminar o el autobús para evitar el

uso del automóvil. Aplicar las 7 acciones (reflexionar, rechazar, reducir, reutilizar, reciclar, redistribuir y reclamar.) para reducir la contaminación ambiental son algunas de las actividades que se ponen en práctica; en el Ecuador, según el Ministerio de Ambiente, el país se encuentra dentro de los 8 países que más contribuyen con el cuidado del medio ambiente reduciendo la huella ecológica (Ministerio de ambiente, s.f.)

Algunas de estas acciones serán aplicadas dentro del modelo de negocio de Pícaro – pastelería para que contribuir con la disminución del impacto de la huella ecológica; por ejemplo: establecer un programa para manejar los desechos y de separación de residuos, así como de reciclaje para que el impacto ambiental sea mínimo lo cual logrará que la pastelería sea sustentable y se forme como un modelo a seguir.

### 3. Variables tecnológicas

Avances tecnológicos: algunos de los avances tecnológicos como: la interconexión, el IoT (internet de las cosas), telecomunicaciones, dispositivos portátiles, inteligencia artificial y el comercio electrónico, entre otras formas de nuevas tecnologías han logrado una automatización de varios campos dentro de las empresas; de esta forma, la implementación de la tecnología dentro de los modelos de negocios ha permitido que se mejore la calidad de atención, se optimicen los recursos, provocando un aumento de las ganancias y rentabilidad de las diferentes empresas en las cuales se ha reestructurado para adoptar nuevas tecnologías para la producción de bienes o para mejorar la experiencia del cliente.

Algunos de los ámbitos en los que se aplican las nuevas tecnologías son; desarrollo de aplicaciones, administración de base de datos, administración de ciberseguridad, administración de infraestructura, soporte técnico, entre otros; para lograr retos como innovar productos y servicios, desarrollar nuevos modelos de negocios, generar una ventaja competitiva, automatizar

procesos, reducir costos, mejorar la experiencia del cliente, entre otros (Tendencias Tecnológicas, 2020)

Es así que, empresas que han desarrollado aplicaciones móviles y tiendas en línea como una herramienta para manejar su modelo de negocio han logrado posicionarse en el mercado siendo mucho más accesibles desde diferentes puntos territoriales; lo que deja en evidencia que la implementación de las nuevas tecnologías es una puerta hacia nuevos modelos de negocios muy rentables, como es el caso específico el modelo de negocio de la pastelería que hará uso del desarrollo de una tienda virtual para receptor los pedidos con lo que, al adaptarse a nuevas tecnologías permitirá ofrecer un mejor servicio, rapidez para receptor los pedidos y facilidad para realizar el pago por el producto. Adaptándose a la tecnología y haciendo uso de ella, la pastelería optimiza los recursos para lograr satisfacer al cliente con una bien idóneo, un servicio de optimo y superar las expectativas.

#### 4. Variables sociales

Cultura social: quienes conforman la generación millennial son las personas que más utilizan a las tiendas virtuales sobre las tiendas físicas; así también los pertenecientes a la generación Z que son justamente las personas que forman parte del segmento de mercado al cual apunta el modelo de negocio de la Pícaro – pastelería. Son personas que posee un celular smartphone en donde pueden visualizar la tienda virtual.

Así también, desde los erros culinarios que han permitido la creación de diversos postres se comenzó con varias tendencias en la preparación de pasteles; se debe mencionar que un pastel dentro de un evento como matrimonio, bautizo, baby shower, entre otros es la parte que más lleva protagonismo dentro del menú y el evento en sí.

En sus inicios el pastel de se lo preparaba únicamente con esencias, y zumos de frutas, una decoración en crema con figuras hechas con boquilla; con el paso de los años y la adopción

de nuevas tendencias se dio lugar a la aplicación de fondant y decoraciones con el mismo, pintura, escultura y matizados; los avances tecnológicos ayudó a que se pudiera hacer impresiones gráficas en láminas comestibles para agregarle detalles de singularidad a cada pastel conforme los deseos y necesidades de los clientes (El Comercio, 2018)

Hoy en día se maneja; además de perfeccionar las tendencias de decoraciones en crema y fondant para pasteles se presentan nuevas tendencias en figuras de pasteles como pasteles en forma de números, letras, personajes animados, y pequeños pasteles individuales o cupcakes; estos son porciones individuales con decoración individual (Revista Líderes, s.f.)

Dentro del ámbito social como se mencionó, las tortas son indispensables para completar el menú, pero en la actualidad se está apuntando a optar por el consumo de cupcakes en lugar de la tradicional torta porque los cupcakes pueden decorarse individualmente y en conjunto formar una decoración más llamativa, son mucho más fáciles de servir en los eventos, y constan de una medida exacta con lo que se conserva la uniformidad de cantidad servida a cada persona.

Actualmente, muchas personas optan como detalle comprar un cupcake o varios en lugar de tortas; es así que, varias pastelerías han optado por la producción de cupcakes decorados o personalizados. De esta forma se puede observar cómo los gustos de las personas han ido evolucionando conforme a las nuevas tendencias que se presentan en el mercado; claro está que las tortas o cupcakes están presentes dentro del menú de los eventos sociales.

Para adaptarse e innovar en nuevas tendencias de preparación y decoración de cupcakes, la pastelería va creando nuevas recetas y a la vez trabajando con la tecnología para la recepción de pedidos mediante una tienda virtual y promoción en redes sociales. Seguramente, las tendencias y gustos irán variando, pero la innovación que distingue a la pastelería es lo que la hará permanecer en el mercado.

## 4.2 Análisis del sitio.

### 4.2.1 Localización y adaptabilidad.

La planta de producción de la pastelería está ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito en la parroquia YARUQUÍ, exactamente en el barrio Oyambarillo; en las calles Manuel Gómez y Pegaso. Es un sector en constante desarrollo puesto que a 15 minutos queda situado el aeropuerto internacional Mariscal Sucre y al ser este un gran generador de demanda el desarrollo de la industria hotelera, turística, de servicios y comercial crece día a día. Para lo cual cuál, la pastelería se encuentra situada en un sector estratégico para realizar los envíos tanto para sectores comerciales y de hospedaje cercanos a la terminal aérea y los valles de Tumbaco, Cumbayá y distrito metropolitano.

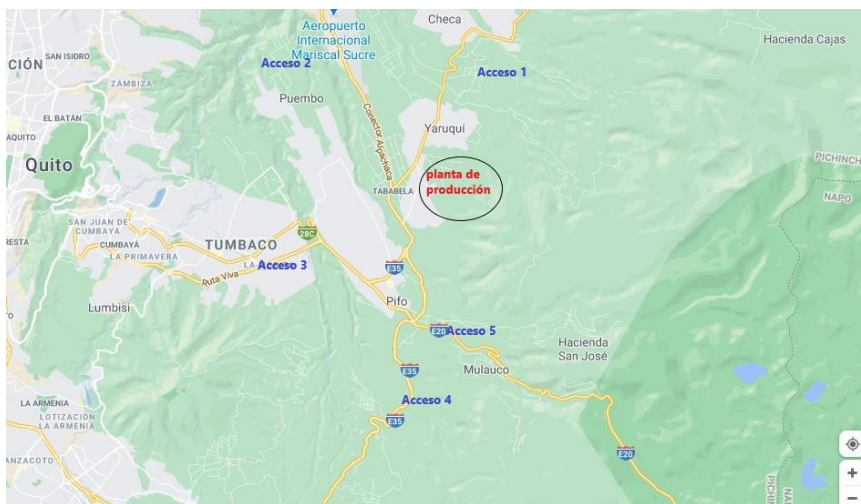
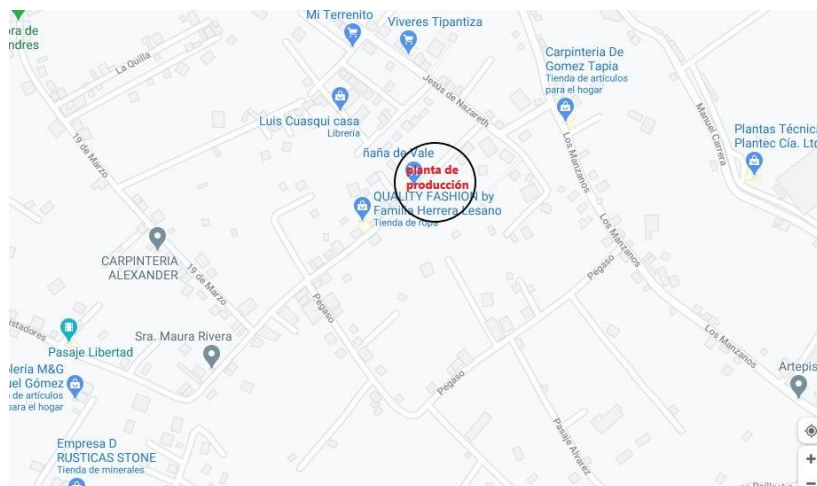


Ilustración 4 Vías de acceso a la planta de producción. Fuente: Google maps

### 4.2.2 Acceso y visibilidad.

Las principales vías de acceso hacia la planta de producción ubicada en el barrio Oyambarillo en las calles Manuel Gómez y Pegaso son por las siguientes carreteras:



*Ilustración 5 Dirección de la planta de producción. Fuente: Google maps*

Acceso 1: desde el sector norte de la parroquia desde El Quinche por la avenida E35 se ingresa hasta el barrio Oyambarillo hasta la Escuela Jorge Icaza, se toma la calle 19 de marzo hasta la calle Manuel Gómez y Pegaso, cabe recalcar que todas las vías de acceso son adoquinadas.

Acceso 2: desde el sector de Calderón pasando por el aeropuerto Mariscal Sucre siguiendo por la vía Collas y conector Alpachaca se llega hasta el redondel de Tababela, se ingresa por la calle San Pablo hasta la escuela Jorge Icaza, se toma la calle 19 de marzo hasta la calle Manuel Gómez y Pegaso para llegar a la planta de producción.

Acceso 3: desde el sector de los valles por la Ruta Viva (o siguiendo la vía 28 C que atraviesa las parroquias de Cumbayá y Tumbaco) se pasa la parroquia de Pifo y se ingresa por la entrada principal al barrio Oyambarillo y se toma la calle Los Conquistadores hasta la Calle Manuel Gómez y Pegaso punto de situación de la planta de producción de Pícaro – pastelería.

Acceso 4: desde el sector de Sangolquí tomando la vía E35, pasando el intercambiador de la parroquia de Pifo (redondel de Palugo), se ingresa por la entrada principal al barrio Oyambarillo, se toma la calle Los Conquistadores hasta la calle Manuel Gómez y Pegaso.



Acceso 5: desde el sector de Papallacta por la vía E20 (vía que conecta Quito con el oriente ecuatoriano) se llega hasta el redondel de Palugo, se avanza hasta el intercambiador Troncal de la Sierra, se ingresa por la entrada principal al barrio Oyambarillo, se toma la calle Los conquistadores hasta llegar a la calle Manuel Gómez y Pegaso en donde está ubicada la planta de producción.

#### ***4.2.3 Servicios básicos.***

El sector en donde se encuentra la planta de producción cuenta con los siguientes servicios básicos:

Luz eléctrica: este servicio es indispensable para el funcionamiento tanto de la planta de producción, así como para el funcionamiento del WIFI con el cual funciona la tienda virtual para la recepción de los pedidos y promoción de la empresa; así como, manejo de redes sociales. Los cableados han sido cambiados hace 5 años por lo que no existen cortes de electricidad que podrían perjudicar la producción.

Agua potable: el barrio Oyambarillo cuenta con su propia organización para la administración del agua potable, esta organización se encarga del mantenimiento de las tuberías y tanques de purificación del agua para la comuna, lo que garantiza la calidad de la misma. No se generan cortes de agua a menos que se requiera para limpieza de los tanques que generalmente se realizan en la noche lo que no interfiere en las operaciones de la pastelería.

Alcantarillado: este servicio es administrado por la EPMAPS, y abastece suficientemente para el descargue de las aguas servidas que resulten de las operaciones de producción de la pastelería.

Líneas telefónicas: las líneas telefónicas fueron actualizadas por lo que se ampliaron las redes para los usuarios y la empresa cuenta con su propio número fijo para comunicarse.

Servicio de internet de fibra óptica: indispensable para el funcionamiento de la tienda virtual donde se receptan los pedidos y se hace promoción de los productos; este servicio es abastecedor de todos los equipos que se requieren para el funcionamiento de la pastelería.

Servicio de seguridad: dentro del barrio Oyambarillo, se cuenta con el UPC de la policía nacional quienes a diario hacen rondas por las diferentes calles del barrio para precautelar la seguridad de los negocios, así como de los habitantes. El UPC cuenta con su propio número fijo para recibir llamadas en caso de emergencia.

Servicio de bomberos: La pastelería maneja hornos, cocinas y almacena materiales inflamables por lo que tiene un porcentaje de ser propenso a sufrir un incendio si no se toman las debidas precauciones con las correctas instalaciones de electricidad, las cocinas y las válvulas de gas. La estación de bomberos más cercana se encuentra ubicada en la parroquia de Pifo lo que significa que en promedio, de suscitarse un incendio, la respuesta de los bomberos para llegar al lugar de la planta de producción sería de 10 minutos. De no haber respuesta de esta estación de bomberos se debería recurrir a la siguiente estación ubicada en la parroquia de Checa, esta se encuentra ubicada un poco más alejada por lo que tardarían de 10 a 15 minutos. Se debe mencionar que para controlar incendios pequeños la planta de producción cuenta con su propio extintor.

Servicio de atención médica: es importante señalar que en la planta de producción se manejan equipos con cuchillas y cuchillos; así también, se manejan hornos y cocinas, de manera que el personal que prepara los cupcakes puede sufrir algún tipo de corte o quemadura; para ello se dispone de un botiquín con los principales insumos de primeros auxilios para cortes y quemaduras como gasas, esparadrapos, curitas, agua oxigenada, gel para las quemaduras, gasas vaselinadas, entre otros. Pero si el corte, la quemadura o el accidente fuera de mayor magnitud, dentro del Barrio se cuenta con un centro médico privado que atiende de lunes a sábado de 7 de la

mañana a 6 de la tarde, este queda ubicada a 5 minutos de la planta de producción; otra opción es el Hospital Alberto Correa Cornejo de Yaruquí ubicado a unos 10 minutos en auto que brinda atención las 24 horas.

Servicio de gas: para el funcionamiento de los equipos de cocina de la planta de producción se utilizarán una cocina eléctrica y un horno con conexión eléctrica. Por motivo que, siguiendo las normativas un negocio debe utilizar las bombonas de gas industrial que llegan a costar en promedio 25 dólares en el lugar, lo que representa un costo más elevado que el precio de la energía eléctrica. Para casos de emergencia en los que por alguna razón no hubiera luz se dispone de un horno con conexión a gas para el horneado de los cupcakes.

Servicio de recolección de basura: todos los días jueves en el horario de 10 a 11 de la mañana pasa el carro recolector de la basura; por tanto, la basura debe ser colocada en el borde de la vereda dentro de este horario; pero esta sería la basura que totalmente no se pudo reciclar o reusar.

#### ***4.2.4 Situación legal y regulaciones de funcionamiento.***

En base al IRM el terreno cuenta con 1848.00 m<sup>2</sup> de los cuales conforme a las escrituras en derechos y acciones 150 m<sup>2</sup> son disponibles para el arrendamiento, en los cuales se encuentra una construcción de 90 m<sup>2</sup> apta para adecuarla como planta de producción, el restante de metros de terreno servirá para aplicar el plan de cultivo de la pastelería. (**ANEXO A**), este terreno cuenta con todos los servicios básicos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.

Por otro lado, los permisos de funcionamiento de la planta de producción (pastelería) no son distintos al de cualquier otro negocio; estos son patente municipal, permiso del cuerpo de bomberos, permiso del ARCSA (Agencia de regulación, control y vigilancia sanitaria) y RUC. Para la obtención de estos permisos es necesario realizar las solicitudes y pagar los valores respectivos.

#### *4.2.4.1 RUC.*

Para la obtención del Registro Único de contribuyentes (RUC) es necesario realizar el trámite en línea, se ingresa a la página de SRI, se crea un usuario y contraseña para ingresar y leer los términos y condiciones que se deben aceptar. Se siguen los pasos para escoger la actividad económica del establecimiento. De acuerdo a la actividad económica que se realice se cancela el valor. El número de RUC es el mismo número de la cédula del representante añadido el 001 al final (SRI, s.f.)

#### *4.2.4.2 Patente municipal.*

Para la inscripción de la patente municipal o RAET (Registro de Actividades Económicas para la Gestión Tributaria) se debe ingresar el RUC y llenar el formulario de registro de la patente (**ANEXO B**); llenar el formulario de acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos que debe ser firmado por la persona responsable del trámite. Adicionalmente, se debe presentar el número de predio del domicilio tributario de la personal titular del trámite; las copias de la cédula de ciudadanía y la papeleta de vocación de ambos lados; una copia de un servicio básico y la copia del Canet de discapacidad si lo tuviera. Cargar en la página para la obtención de la clave.

Habiendo concluido los pasos se recibe un correo con la clave de ingreso, en donde se debe ingresar a la página del municipio en la sección declaración en línea patente y 1.5 x mil; se debe seleccionar el año de la declaración y la actividad económica. Al escoger estas opciones se generará el valor a pagar; aceptar las condiciones y presionar el botón de aceptar; con el comprobante que se imprima acercarse a cancelar el valor generado.

#### *4.2.4.3 Licencia única de actividades económicas (LUAE).*

Este permiso lo deben sacar todos los establecimientos que cuenten con oficinas, plantas, locales comerciales que estén sujetos a control del municipio y el cuerpo de bomberos; para la obtención de la LUAE se debe llenar el formulario y el Formulario Reglas técnicas de

arquitectura y urbanismo para LUAE (**ANEXO C**); después se debe haber pagado la patente y tener una copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación de ambos lados; una copia de un servicio básico del domicilio del tributario; una foto del rótulo del negocio, así como de las medidas y del material del mismo. Estos documentos se deben ingresar, se enviará un correo al tributario para que realiza la declaración de datos técnicos en el portal del cuerpo de bomberos. Una vez que el trámite se haya aprobado el tributario se debe acercar a cualquier oficina del municipio para retirar la LUAE.

#### *4.2.4.4 Permiso de funcionamiento de la agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria (ARCSA).*

Esta entidad se encarga de controlar y vigilar las condiciones higiénico - sanitarias de los productos de uso y consumo humano, esta entidad realiza inspecciones a los establecimientos para corroborar que se estén llevando a cabo unas buenas prácticas sanitarias en toda la cadena de elaboración de los productos de uso o consumo. Es necesario la obtención de este permiso puesto que este certifica que las prácticas de almacenamiento, preparación y empaque de los cupcakes cumplen con las condiciones higiénico-sanitarias de forma óptima. Para obtener este permiso se debe ingresar a la página del ARCSA en donde se crea un usuario y contraseña; primero se declara el año en curso y también llenar todos los datos del establecimiento; una vez llenos los datos se presiona en aceptar y se genera el comprobante del valor a pagar con el cual se tiene que acercar a cancelar en el Banco del Pacífico desde de haber transcurrido 24 horas; después de cancelado se debe esperar 48 horas para ingresar nuevamente al portal e imprimir el permiso de funcionamiento del ARCSA (PERMISOSQUITO, s.f.)

### **4.3 Análisis del área de mercado.**

La planta de producción de la pastelería se encuentra ubicada en las calles Manuel Gómez y Pegaso del barrio Oyambarillo en la parroquia de Yaruquí en el distrito metropolitano de Quito;

los límites de la planta de producción están delimitados por una distancia en automóvil de una hora que abarcan a Quito (sector Norte, Centro y Sur de la ciudad), los valles de Cumbayá y Tumbaco (parroquias de Pifo, Puembo, Yaruquí, Checa, El Quinche), Pintag, Guayllabamba, Ascasubi y Cusubamba (perteneciente al cantón Cayambe), Sangolquí (perteneciente al cantón Rumiñahui).

#### ***4.3.1 Información demográfica.***

- La población del distrito metropolitano de Quito asciende a 2.781.641 millones de habitantes para finales del año 2020.
- El 53.2% de los habitantes son mujeres y el 46.8% son hombres.
- Siete de cada diez habitantes tienen un celular activado y de este porcentaje el 66.9% son celulares smartphone.
- El 72.6% de habitantes del distrito metropolitano de Quito usan internet.
- Ocho de cada 10 habitantes de entre 25 a 34 años manejan celulares smartphone.
- El 80.2% de habitantes de entre 15 a 24 años manejan celulares smartphone, siendo el 93.3% de la población que usa internet.
- Los habitantes mayores a 45 años ocupan el 44.9% de personas que usan internet (INEC, 2020)

Dentro de la ciudad de Quito y las parroquias que conforman en distrito metropolitano se puede evidenciar diferentes estratos sociales como:

Nivel A: las personas que pertenecen a este estrato social cuentan con todos los servicios básicos, cuentan hasta con 2 vehículos, cuentan con celulares, servicio de internet y computadoras. Realizan sus compras en centros comerciales y comida a domicilio. Poseen títulos

de 3 nivel y se desempeñan como científicos, miembros del poder ejecutivo, legislativo, administración pública y de empresas.

Nivel B: el 80 % de los habitantes que pertenecen a este estrato cuentan con un celular y servicio de internet, cuentan con los servicios básicos y poseen una computadora y manejan redes sociales. Se desempeñan como científicos, técnicos y profesionales de nivel medio.

Nivel C+: es el estrato social que abarca a la mayor parte de la población, el 70% de los habitantes cuentan con servicio de teléfono convencional, únicamente el 40% de las personas de este estrato cuentan con servicio de internet, una computadora y en promedio tienen 2 celulares por familia. Se desempeñan como trabajadores de servicios, comerciantes, operadores de maquinarias.

Nivel C-: el 50% los habitantes que pertenecen a este estrato social cuentan con servicio de teléfono convencional, únicamente el 11% de los habitantes cuentan con servicio de internet y una computadora. Se desempeñan como trabajadores de servicios, operadores de maquinarias, comerciantes y algunos de encuentran inactivos.

Nivel D: únicamente el 12% de los habitantes de este estrato social cuentan con servicio de teléfono convencional, como promedio cada familia cuenta con 1 celular y apenas el 9% cuenta con servicio de internet. Se desempeñan como trabajadores no calificados, trabajadores de los servicios, comerciantes, operadores de maquinarias y algunos se encuentran inactivos (Ecuador en cifras, 2011)

Como se puede apreciar dentro de la ciudad de Quito se encuentran estos diferentes estratos sociales, el proyecto se enfoca básicamente en los habitantes de los Niveles A, B, C+ que son las personas que cuentan básicamente con celulares Smart (con capacidad para visualizar la tienda virtual), tienen acceso a internet, por la naturaleza del medio en el que viven y se des

envuelven tienen la necesidad de adquirir productos mediante el uso de una tienda virtual; así también cuentan con los recursos económicos para adquirir productos por este medio.

#### **4.4 Análisis de la oferta.**

Se realizó un análisis de la oferta mediante una búsqueda electrónica puesto que la tienda virtual es una herramienta digital con la que la pastelería recepta los pedidos; para conocer a los principales competidores se empezó por investigar en las páginas web de cada pastelería que cuente con servicio a domicilio; por lo cual se logró identificar a las siguientes:

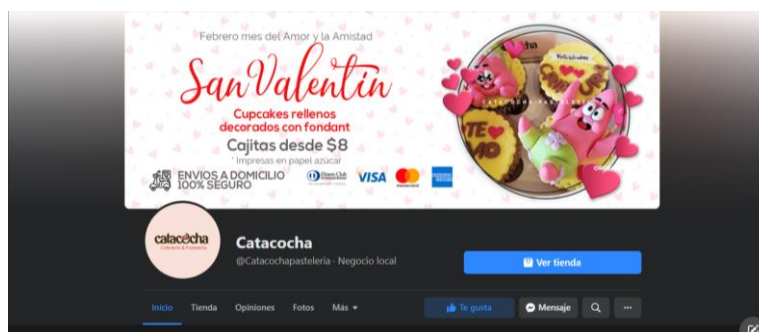
Se debe recalcar que el proyecto se centra en la elaboración de cupcakes y las pastelerías que se pudieron identificar como competencia se especializan en pasteles; aunque a petición del cliente pueden elaborar cupcakes para todo compromiso; así también, estas pastelerías a pesar que cuentan con entrega a domicilio se ubican en Quito y realizan entregas por la ciudad y hasta los valles pero en algunos casos no cubren las otras parroquias del distrito metropolitano como Puenbo, Pifo, Yaruquí, El Quinche, entre otros sectores y si lo hacen el costo de envío es más elevado por lo que representa un mayor gasto para el cliente. Y es así que el proyecto busca brindar un servicio para este sector que no cuenta con una pastelería que opere bajo un método de pedidos a través de una tienda virtual. Así obtenemos a las siguientes pastelerías que son consideradas como:

##### *Competencia principal*

1. Catacocha: es una pastelería – cafetería que se ubica en la calle Gonzalo Gallo OE7-242 y Jorge Piedra atrás del mercado Andalucía. Ofrece una variedad de cupcakes personalizados y maneja las siguientes características de negocio y políticas:
  - Cuenta con una página de Facebook e Instagram y una cuenta de WhatsApp empresarial.



- Los pedidos se reciben mediante la cuenta de WhatsApp empresarial con 2 días de anticipación dependiendo del diseño.
- Los pagos se realizan mediante transferencia.
- Cuenta con entregas a domicilio a toda la ciudad de Quito y hasta Cumbayá.
- No entregan a sectores que estén más alejados de Cumbayá.
- Manejan publicidad en sus redes sociales.
- Poseen en conjunto una cafetería en donde se exhiben todos los cupcakes que elaboran.
- Preparan también pasteles decorados en fondant.
- Sus precios varían dependiendo de la decoración y detalles que posea en cupcake. Estos precios van desde los \$2.50 en adelante.
- Sus productos también se encuentran en Uber eats.
- Ofrece cupcakes individuales y promociones de cajas de cupcakes personalizados con precios que van desde los 20 dólares la caja de 4 o 6 cupcakes hasta 28 dólares la caja de 6 cupcakes. Todo depende del tipo de decoración y personalización pida el cliente.



*Ilustración 3 Catacocha. Fuente: Tienda en página de Facebook*

2. Torta y fiesta: esta pastelería está ubicada en República del Salvador y Suiza Edificio Diamond Business Piso 5, toma pedidos mediante su tienda virtual y a través de

WhatsApp, realiza cupcakes personalizados entre una variedad de tortas y postres pero sus rutas de envío únicamente cubren la ciudad de Quito (norte y centro) sur de la ciudad y valles con recargo. Esta empresa maneja las siguientes políticas:

- El servicio a domicilio llega únicamente al valle de Tumbaco con recargo.
- Los pedidos se realizan mediante un formulario en la página web o a través de los números de contactos, ya sea por teléfono convencional o mediante WhatsApp.
- La forma de pago es mediante tarjeta de crédito (diferido a 3 – 6 – 12 meses), mediante transferencia bancaria. Se cancela el 50% al momento de realizar el pedido y el 50% cuando se entregue el pedido.
- Si se desea conocer las instalaciones se debe realizar una llamada establecer una cita previa. En el mismo local se pueden retirar los pedidos que no deseen con servicio a domicilio.
- Ofrece además servicio de alquiler de carpas, sillas, mesas y mantelería para fiestas y una amplia galería de fotografías con los nombres de cada uno de los productos que elabora; así como fotografías de los eventos que la empresa ha atendido y una pestaña que contiene los testimonios de los clientes.



*Ilustración 4 Torta & Fiesta. Fuente: Página Web en Google Chrome*

3. Cyrano: cuenta con su página web en la cual se pueden realizar los pedidos y con entrega a domicilio, se cancela con tarjeta de crédito, tarjeta de débito, transferencias bancarias.

Cubren los sectores de Quito y una vez a la semana el Valle de los Chillos y hasta Puenbo. En la página web de puede observar toda la lista de postres que ofrecen además del costo de cada uno de ellos. Dentro de sus políticas para realizar pedidos están:

- Los pedidos se realizan con 48 horas de anticipación, los pedidos deseados para menos tiempo de antelación se receptorán directamente en los locales o mediante comunicación al WhatsApp.
- Los pedidos se podrán cancelar únicamente hasta las 17h00 del mismo día en el que se realizó el pedido para que el cliente tenga un reembolso del 100%.
- El costo del envío es de \$2.50 incluido el IVA, a la ciudad de Quito; para los sectores del Valle de los Chillos y Tumbaco únicamente a hasta el sector de la Cerámica.
- El pago es mediante tarjeta de crédito, de débito o con una transferencia; de haber cancelado el pedido hasta antes de las 17h00 del mismo día este será devuelto mediante transferencia bancaria.
- Si los pedidos no se cancelaron antes de las 17h00 no se devolverá el 100% del dinero.
- Cuenta además con una línea directa de WhatsApp para receptor todas las quejas, preguntas o coordinar pedidos fuera del área de cobertura.
- Además de manejar los pedidos mediante la página web, Cyrano también se encuentra de la aplicación Uber Eats. Por lo que tiene más visibilidad ante los clientes que hacen pedidos mediante el uso de una aplicación.
- Cuenta con los siguientes locales:

Av. Portugal

Av. González Suárez

Av. Brasil

Cumbayá (C.C. La Esquina)

Granados

C.C. San Luis Shopping

Plaza del Rancho

C.C. Condado Shopping



*Ilustración 5 Cyrano. Fuente: Página Web en Google Chrome*

4. Marie pastelería – boutique: esta pastelería realiza pasteles con entrega a domicilio, los pedidos se pueden realizar mediante la página web o mediante WhatsApp, tiene entrega a toda la ciudad de Quito y los valles de Tumbaco y los Chillos. Dentro de las políticas de la empresa constan las siguientes:

- Realiza los pedidos mediante la página web, o por WhatsApp, y se debe cancelar el 50% cuando se realiza el pedido y el restante cuando se entrega el pedido.
- Los pedidos que sean para bodas u otro tipo de compromiso se deben realizar con mínimo un mes de antelación.
- Pedidos como postres y cupcakes se deben pedir con mínimo 72 horas de antelación.
- Esta pastelería no hace devoluciones de dinero, sino que se puede devolver en forma de vales compra por otro producto siempre y cuando se justifique la cancelación y esta sea con mínimo 8 días de antelación.

- Es responsabilidad del cliente revisar los colores, detalles, fecha de entrega, ingredientes y tipo de decoración solicitadas sea la solicitada caso contrario la pastelería no se responsabiliza por algún detalle especificado por el cliente.
- No se aceptan pedidos de tortas menores a 15 porciones. Y con mínimo 72 horas de antelación, si son tortas para matrimonio con mínimo 1 mes de antelación.
- Su planta de producción se encuentra ubicada en Syna 163 y Atahualpa y esta empresa también maneja un blog en donde presenta recetas con ingredientes y forma de preparación.



Ilustración 6 Marie. Fuente: Página Web en Google Chrome

### *Competencia secundaria con aplicaciones móviles*

Dentro de este grupo de competidores se encuentran algunas de las aplicaciones móviles que ofrecen comida a domicilio, su principal característica es que cuenta con una amplia lista de locales especializados en postres, aunque no todos ellos se especializan en cupcakes. Así que, se constituirían como competidores con productos sustitutos para Pícaro – pastelería.

- Uber eats: es una aplicación que cuenta con una amplia lista de establecimientos de comida, de entre ellos algunas pastelerías pero que no se especializan propiamente en cupcakes, pero si en pasteles lo que representa una competencia por productos sustitutos. Algunas de las empresas que tienen una alianza con Uber eats son:

Cyrano Pasteles mojaditos – Dulce arte

San Honoré Pastelería y macarons

Hansel y Gretel

- Rappi: es otra aplicación móvil que cuenta con una amplia lista de establecimientos de comida a domicilio y entre ellos algunas pastelerías que se especializan en tortas y pasteles pero que a la final se convierten en productos sustitutos y una amenaza para Pícaro – pastelería. Esta empresa cuenta con una cobertura más amplia por lo que cubre parroquias que están dentro del área de mercado del proyecto en estudio. Algunas de las empresas que tienen una alianza de distribución con Rappi son:

Panadería Ambato Bakery

Ckartheo Confections Passion for sugar

Arenas

*Competencia secundaria sin tiendas virtuales*

En las parroquias que conforman el área de mercado donde se establece la planta de producción y para donde distribuye sus productos, Pícaro – pastelería, también se establecen pastelerías caracterizadas por la preparación de pasteles de la forma tradicional, algunas de estas son:

- Pastelería FLORES en Tumbaco: la especialidad de esta pastelería es la preparación de tortas húmedas con relleno de frutas y cobertura de crema. La decoración no es muy relevante, pero se caracteriza por su muy buen sabor y por la frescura de todas sus tortas ya que son preparadas bajo pedido. Es poco probable encontrar muchas tortas en las estanterías, ya que toman pedidos de mínimo un día de antelación; no cuentan con

entregas a domicilio, pero como lo mencionó su buen sabor hace que muchas personas vayan directamente a comprar en el local ubicado en Tumbaco.

- Panadería y pastelería Los Reventaditos: esta pastelería se ubica en la parroquia de Yaruquí, una cuadra antes del parque central, es una de la primeras panaderías y pastelerías de la parroquia por lo que cuenta con mucha tradición y varios clientes fieles. Su especialidad es la elaboración de pasteles tradicionales con crema para toda ocasión, su oferta varía en los diferentes tipos de masas y rellenos. Cuenta con servicio a domicilio únicamente para los pasteles para compromisos sociales que debe armar en el lugar de la recepción.
- Panificadora Arem: esta es una panadería y pastelería que se encuentra ubicada en Pifo y se especializa en la preparación de pasteles para todo compromiso social, cuenta con varios tipos de masas y decoración en crema. También prepara otros tipos de postres para eventos como tortas de 3 leches, tortas selva negra y mousse de diferentes sabores. No cuenta con servicio a domicilio a menos que sea para entregar un pedido de un pastel para más de 100 personas, si es un postre para menos personas el costo de envío es adicional. La excelente atención y buen sabor de los pasteles hace que muchas personas vayan a retirar los pasteles en el local.

#### **4.5 Análisis FODA.**

Después de haber hecho un análisis previo de la competencia directa y la competencia indirecta que afecta a Pícaro – pastelería, se realiza un análisis FODA para el proyecto en el cual se exponen un análisis interno que consta de las fortalezas que son las características positivas y diferenciadoras que hacen al negocio único y las debilidades que son los puntos negativos que pueden afectar a la empresa e impedir que se logren los objetivos. Así también, un análisis FODA

consta de un análisis externo en donde se incluyen las amenazas que son los aspectos negativos que afectan a la empresa y para las cuales se debe presentar acciones y las oportunidades que son las situaciones positivas que deben ser aprovechadas para un crecimiento. Se logran identificar las siguientes fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

### **FORTALEZAS**

- Única pastelería que se especializa en la preparación y distribución de cupcakes para todo compromiso que opera en la parroquia de Yaruquí.
- Los cupcakes no contienen conservantes.
- Personal con amplios conocimientos en pastelería y comprometidos con las políticas de la empresa.
- Ingredientes de excelente calidad, de la zona y varios de ellos cultivados de forma orgánica.
- Permite personalizar los cupcakes y armarlos a gusto del cliente.

### **OPORTUNIDADES**

- La nueva tendencia en banquetes da apertura a incluir los cupcakes en remplazo de las tortas tradicionales.
- Los cupcakes al ser porciones individuales se disminuye la manipulación al momento de servirlos.
- Ampliación del mercado con nuevas propuestas de sabores.
- Poca competencia de pastelerías especializadas en cupcakes en la parroquia de Yaruquí.
- Ampliar los sectores de entrega a domicilio.
- Nuevos sabores de cupcakes.
- Opción para armar un cupcake a gusto del cliente.



- Se puede crear más adelante una aplicación móvil.

### **DEBILIDADES**

- Costos elevados en los empaques biodegradables, lo que influyen en el precio de venta.
- Una tendencia aún nueva en el mercado versus a pastelerías tradicionales posicionadas en el mercado.
- Cobertura de entrega a domicilio únicamente para Quito hasta ganar mercado.
- No poder visualizar en físico el producto.

### **AMENAZAS**

- La competencia puede producir los mismos productos bajo la misma tendencia.
- Cambios en las leyes municipales para los establecimientos de comercio.
- La principal competencia de Quito en cuanto a cupcakes puede ampliar sus entregas a domicilio hasta llegar a parroquias rurales de Quito.

Después, de haber realizado el análisis FODA del proyecto se puede identificar que la pastelería cuenta con varios aspectos diferenciadores que la convierten en un proyecto innovador, ya que actualmente no solo se vende un producto o servicio sino se vende una experiencia y el proceso que conlleva la preparación del producto hasta que este llegue al cliente. Ciertamente, existen Debilidades y amenazas que afectan al negocio que pueden ser mitigadas con una correcta operación de la pastelería y planes de marketing.

#### **4.6 Análisis de la demanda.**

Para tener datos certeros de la demanda se optó por realizar encuestas para conocer el nivel de aceptación de la propuesta de proyecto en las personas que conforman el segmento de mercado. Para realizar el cálculo de la muestra se tomará el universo que comprende la población del Distrito Metropolitano de Quito con un total de: 2.781.641 millones de habitantes. Se

estableció un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% para obtener un resultado; para ello se aplicará la siguiente fórmula (Torres, 2015)

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

n: tamaño de la muestra

Z: nivel de confiabilidad 1.96

P: probabilidad de ocurrencia 0.5

Q: probabilidad de no ocurrencia 0.5

N: población

e: error 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)2.781.641}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + 2.781.641(0.05)^2}$$

n= 385 habitantes a ser encuestados

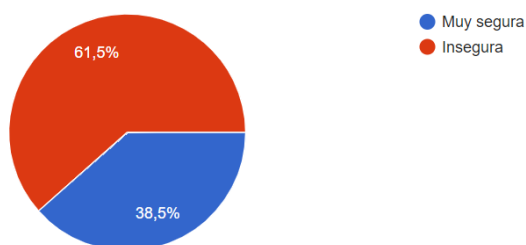
Para realizar el análisis de la demanda se tomó como opción hacer la encuesta en GOOGLE FORMS, esta herramienta permite enviar el link de la encuesta a varias personas lo que generó una pronta recopilación de los datos y una forma de llegar a cubrir más lugares para encuestar a las personas que se encuentran dentro del segmento meta del proyecto. Para la toma de la muestra se tomó el número de habitantes del Distrito Metropolitano de Quito; siendo así que las encuestas fueron dirigidas a personas de 20 años en adelante quienes forman parte del mercado meta al cual va dirigido el proyecto.

#### **4.6.1 Análisis de las encuestas.**

Dentro de los principales objetivos de aplicar una encuesta es determinar el nivel de aceptación del proyecto, dentro de las personas que conforman el mercado meta; el segundo objetivo es comprobar la existencia de potenciales consumidores de los productos que ofrece la pastelería al ser una idea nueva en el mercado que compite con el modelo tradicional de pasteles. Así se obtuvieron los siguientes resultados, **(ANEXO D)**

##### **Pregunta 1**

Cree usted que la seguridad de datos que brindan las tiendas virtuales para realizar compras en línea es:



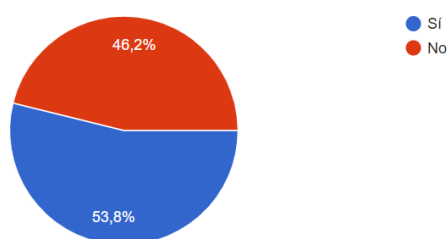
*Ilustración 7 Seguridad de datos de los clientes*

De todas las personas encuestadas se determinó que el 61.5% creen que no existe un correcto manejo en la seguridad de los datos de los clientes; los robos en línea por páginas fraudulentas han originado una gran desconfianza en los consumidores que prefieren evitar dar información como nombres y números de tarjetas de crédito o débito para realizar compras. Por otro lado; el 38.5% de las personas encuestadas piensan que realizar compras mediante tiendas virtuales mantiene seguros sus datos porque estas tiendas manejan un excelente sistema de seguridad y, además, al hacer compras frecuentes ya no tienen la necesidad de ingresar cada vez sus datos, sino que ya los tienen almacenados y configurados dentro del sistema de la tienda virtual.

Este es un punto donde Pícaro – pastelería tiene que trabajar bastante para ganarse la confianza de los clientes, brindando un sistema de seguridad de datos que impida el robo o mal uso de la información de los clientes. Ganarse la confianza de los consumidores representa tener clientes satisfechos y fieles a la marca y el producto.

### **Pregunta 2**

¿Cree usted que una tienda virtual es mucho más confiable en la recepción y entrega de pedidos que una tienda física?



*Ilustración 8 Nivel de confianza en una tienda virtual*

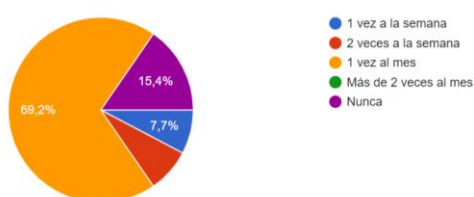
De las personas encuestadas el 53.8% contestaron que consideran confiable la recepción y entrega de pedidos mediante una tienda virtual, lo que demuestra que estas personas en alguna ocasión han realizado un pedido de productos mediante este tipo de comercio; aunque utilizan otra forma de pago que no sea mediante el uso de los datos de las tarjetas de crédito o débito; para contrastar, el 46.2% de las personas encuestadas consideran que no es confiable hacer pedidos de productos mediante una tienda virtual, seguramente porque sus pedidos no llegaron el día establecido o a la hora requerida, no llegaron en condiciones óptimas o con las mismas características que se mostraban en la fotografía que se presenta en la página en línea.

Este es uno de los pilares fundamentales para ganar clientes y conservar su fidelidad; puesto que, los pedidos siempre deben llegar a tiempo y con las mismas características que se presentan en las fotografías de la tienda, este es un cuestionamiento que muchas personas lo

hacen, lo que impide que se decidan a realizar un compran en una tienda en línea, el temor a no recibir el producto y ser estafado debe ser cambiado por confianza y fidelidad de los consumidores.

### Pregunta 3

¿Con que frecuencia compra pasteles para sus eventos sociales (cumpleaños, bodas, aniversarios, entre otros)?



*Ilustración 9 Frecuencia de compra de pasteles*

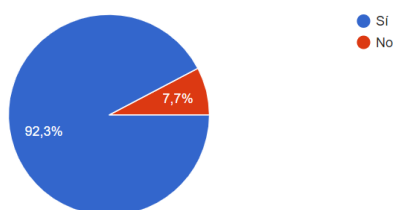
Del total de las personas encuestadas el 69.2% compran pasteles para sus eventos sociales 1 vez al mes; ya sean cumpleaños, bodas, aniversarios lo que deja en evidencia que sea cual sea el evento social se incluye necesariamente un pastel para complementar el menú del evento. El 15.4% de las personas encuestadas nunca compran pasteles para sus eventos, esto da pautas a analizar, que estas personas no compran pasteles para eventos porque prefieren que otra persona lo haga, es decir, contratan servicios de buffet en donde ya se ofrecen menús establecidos. Este es un grupo de clientes que debe ser convencido para que realice pedidos, mediante la tienda en línea, para esto se van a llevar a cabo algunos planes de marketing.

El 7.7% de los encuestados respondieron que realizan pedidos de pasteles para sus eventos 1 vez a la semana, lo que deja en evidencia que son personas mucho más activas en participar en eventos sociales, al igual que el 7.7% de los encuestados contestaron que compran pasteles para sus eventos 2 veces a la semana; este es un grupo de consumidores que pueden aceptar un producto sustituto como el que se ofrece la pastelería. Por último, ninguno de los

encuestados contestó que compran pasteles más de 2 veces al mes. Con estos resultados se puede apreciar que el 84.6% del total de encuestados si compran pasteles para los sus eventos sociales, es decir se des envuelven en un medio en donde asisten u organizan eventos de cualquier tipo, así también cuentan con los recursos económicos para hacerlo.

#### **Pregunta 4**

De existir a una tienda virtual especializada en cupcakes. ¿Estaría dispuesto a comprar cupcakes mediante esta forma?

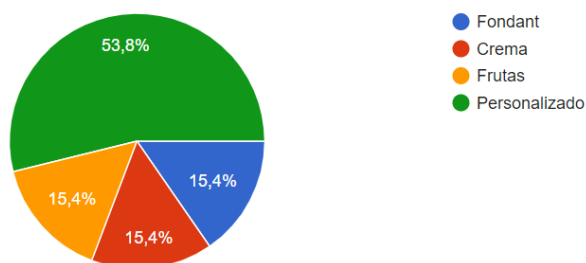


*Ilustración 10 Nivel de aceptación de la tienda de cupcakes virtual*

Para la preguntar 4 se presenta los siguientes resultados, el 92.3% de los encuestados contestó afirmativamente a la pregunta, lo que demuestra que el proyecto en cuestión tiene un nivel alto de aceptación, esto deja en evidencia que las personas se muestran interesadas por una idea innovadora como esta. Así también, conlleva un gran compromiso de parte de la empresa para captar y mantener a sus clientes; puesto que, muchos de ellos harán un primer pedido para probar la calidad, la confianza y el compromiso de la empresa al receptor y entregar un pedido, sino lleno sus expectativas estos clientes no volverán a hacer un pedido. Apenas en 7.7% de los encuestados contestaron que no hicieran sus pedidos de cupcakes mediante una tienda virtual, lo que demuestra que existe un porcentaje pequeño de potenciales clientes a quienes se debe capturar mediante publicidad de la pastelería.

#### **Pregunta 5**

¿Qué decoración en cupcake prefiere?

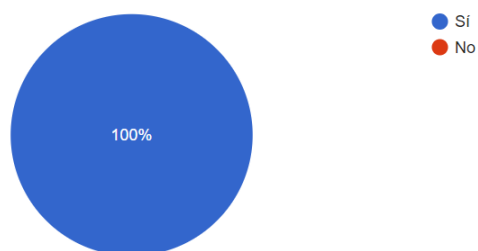


*Ilustración 11 Preferencia en el decorado de los cupcakes*

Los resultados de la pregunta 5 nos permite analizar algunos de los gustos de los clientes referentes a los cupcakes, así tenemos los siguientes resultados, el 53.8% de los encuestados respondieron que la decoración de cupcake que prefieren es personalizado, esta es una nueva tendencia en preparación y decoración puesto que los gustos de los clientes se plasman en un cupcake hecho a medida de las preferencias de cada cliente; es por eso que tiene el porcentaje más alto de aceptación. Para complementar la información los otros estilos de decoración que obtuvieron iguales resultados con un porcentaje del 15.4% son los tipos de decoración realizada con frutas, crema y fondant, lo que demuestra que a muchas personas les agrada las tendencias tradicionales, pero con sabores nuevos como los propone la pastelería.

### **Pregunta 6**

¿Desearía recibir una degustación previa a la realización del pedido para su evento?

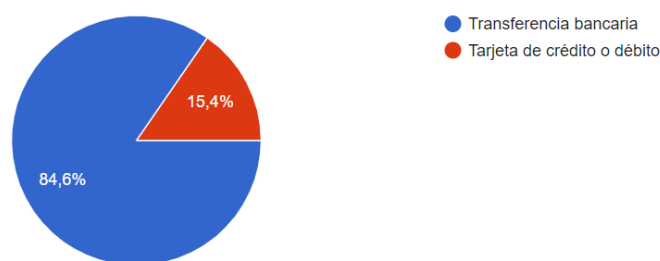


*Ilustración 12 Degustación previa al pedido*

El 100% de los encuestados contestaron afirmativamente a esta pregunta, esto demuestra que al ser una pastelería con una tienda virtual las personas no pueden ver físicamente el producto, los potenciales consumidores sienten la curiosidad de conocer el producto en vivo y directo y hasta de probarlo para reforzar sus deseos de realizar un pedido; esto genera un reto para la empresa, ganarse la confianza de los clientes y tomar como estrategia, hacer una degustación previa al pedido de los cupcakes para algún evento. Cabe recalcar que se ofrecerán degustaciones para pedidos superiores a los 100 cupcakes.

### Pregunta 7

¿Mediante cuál método de pago se siente más cómodo para comprar en línea?



*Ilustración 13 Preferencia para el pago*

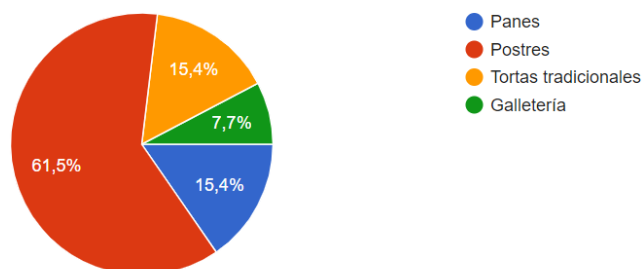
El 84.6% de los encuestados prefieren realizar sus pagos con transferencia bancaria puesto que consideran que es un método más seguro, esta pregunta va ligada a la pregunta 1 puesto que, las personas todavía sienten desconfianza de ingresar los datos en una página electrónica para realizar compras o pagos. Por otro lado, el 15.4% de los encuestados se sienten seguros de ingresar sus datos para que el pago se realice mediante la tarjeta de crédito o débito.

Esta es una parte importante de la consolidación de la tienda virtual ya que la seguridad de los datos de los clientes debe ser fundamental, para establecer confianza, compromiso y una buena imagen; por ello es necesario escoger una empresa confiable para la programación y desarrollo de la tienda virtual.



### Pregunta 8

¿Qué otros productos consideran que se deberían vender en la tienda virtual?



*Ilustración 14 Venta de productos adicionales*

De los encuestados el 61.5% piensa que se deben comercializar postres dentro de la tienda virtual, este dato brinda mucha información para conocer los gustos de los clientes, así como las expectativas hacia nuevos productos que deseen comprar. Así también, se observa un empate con el 15.4% de los clientes que prefieren que se debe comercializar varios tipos de panes y tortas tradicionales; lo que demuestra que los clientes convencionales también optan por mantener la tradición de tener para sus eventos tortas tradicionales y disfrutar de panes para el desayuno u otra hora del día. Finalmente, el 7.7% de los encuestados piensan que se deben incluir algunos tipos de galletas dentro de la oferta que se presenta en la tienda virtual; es el porcentaje con menor aceptación pero que se puede llevar a cabo; puesto que los ingredientes con los que se preparan los cupcakes no son distintos de los que se necesitan para la preparación de las galletas. Y siendo que el modelo de negocio es bajo pedido se pueden realizar al gusto y necesidad del cliente; todas estas opciones forman parte del grupo de las oportunidades que el negocio tiene para desarrollarse.

## ***4.6.2 Generadores de demanda.***

### *4.6.2.1 Eventos sociales.*

Los eventos sociales como matrimonios, bautizos, primera comunión, cumpleaños, aniversarios son los principales eventos que se llevan a cabo y para los cuales se requiere de un pastel dentro del menú; por lo que, el proyecto puede encajar muy bien ofreciendo un producto sustituto que llene las expectativas del cliente y sobre todo vaya de acuerdo a las nuevas tendencias. Además, hoy en día eventos como baby showers y despedidas de solteros, se han vuelto más comunes dentro del medio por lo que estos eventos también requieren de un postre dentro de su menú.

Solo en el 2019, antes de la pandemia, se llevaron acabó 56.865 matrimonios en Quito, lo que deja en evidencia la demanda de productos de pastelería; siendo que en eventos de esta categoría el pastel y el menú son claves dentro del buen gusto de la organización del evento. (INEC, 2019)

### *4.6.2.2 Eventos corporativos.*

Para finales del 2019 Quito fue ubicado en el puesto 11 de destinos preferidos en América del sur para realizar eventos, el turismo corporativo fue una de las tendencias antes de la pandemia, siendo el 65% de los eventos realizados en Quito, se vuelve la ciudad líder en la acogida de empresarios. Eventos como estos ofrecen a sus miembros Coffe break, brunch, almuerzos, justamente necesidades en las que perfectamente pueden encajar los cupcakes (Informa, 2020)

Esto incluye no solo a los eventos llevados a cabo en el sector centro de Quito sino también las empresas aledañas al aeropuerto; puesto que, muchas de las empresas que están en las inmediaciones de la terminal aérea llevan a cabo reuniones, conferencias o capacitaciones y al

igual requieren de brindar un menú para los asistentes en donde encajan perfectamente los cupcakes, ya sea para el Coffe break, brunch o postre en el almuerzo.

#### 4.7 Proyección de la demanda.

Tomando en cuenta los datos de la oferta y la demanda se determinó que el proyecto se enfoca en un total de población de 2.781.641 millones de habitantes del Distrito Metropolitano de Quito; así también se obtuvo mediante las encuestas realizadas la frecuencia de consumo de los clientes, obteniendo la siguiente tabla:

DEMANDA DE QUITO						
Población		1 vez a la semana	2 veces a la semana	1 vez al mes	más de 2 veces al mes	Nunca
Población Total	2.781.641	214.186,36	214.186,36	1.924.895,57	0	428.372,71

*Tabla 1. Demanda del Distrito Metropolitano.*

Claramente, se entiende que habrán meses de mayor venta que otros puesto que a la venta de cupcakes le afectan factores externos como fechas de celebración (día de San Valentín, día de la madre, navidad, entre otros) y eventos que no se pueden controlar como la pandemia del coronavirus por la cual se aplican medidas de restricción que suspenden la organización de eventos sociales que reúnan personas (siendo estos eventos los principales generadores de demanda). Por ello, se establece un crecimiento conservador del negocio de 8% en el primer año.

Así también, se debe tomar en cuenta que cada cupcake tiene un diferente valor conforme lo obtenido en las recetas estándar, pero se establece un promedio en el precio de venta para los cupcakes con cobertura de fondant de \$2.90; un precio promedio de \$1.50 para los cupcakes con cobertura de crema y \$3.40 como base para los cupcakes personalizados, con el fin de que al aplicar estos valores a las proyecciones y estados financieros se pueda establecer datos sobre la factibilidad del proyecto.

Habiendo obtenido los precios promedio de cada cupcake, se debe señalar que el negocio tiene alianzas estratégicas con tiendas y hosterías del sector, aparte de la recepción de los pedidos por la tienda virtual, detalladas en la siguiente tabla:

	Cupcake- cobertura de fondant	%	Cupcake- cobertura de crema	%	Personalizados	%
Nuestra Huerta	98	10%	165	10%	44	4%
Quiport	49	5%	132	8%	22	2%
Hostería Mi Huasipungo	29	3%	165	10%	33	3%
Hostería Colibrí	10	1%	132	8%	22	2%
Glamping Samay	10	1%	66	4%	22	2%
Pedidos tienda virtual	784	80%	990	60%	958	87%
<b>TOTAL</b>	<b>980</b>	<b>100%</b>	<b>1650</b>	<b>100%</b>	<b>1101</b>	<b>100%</b>

Tabla 2. Clientes de Pícaro-pastelería

De esta forma se obtiene la siguiente tabla de ventas proyectadas para el primer año:

	Cupcake C. Fondant	Cupcake C. Crema	Cupcake Personalizado	TOTAL unidades vendidas
	Cantidad	Cantidad	Cantidad	
<b>MES 1</b>	<b>980</b>	<b>1650</b>	<b>1101</b>	<b>3731</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 1.079,96	\$ 940,50	\$ 1.422,49	
<b>PRECIO TOTAL</b>	\$ 2.842,00	\$ 2.475,00	\$ 3.743,40	
<b>MES 3</b>	<b>1143</b>	<b>1925</b>	<b>1284</b>	<b>4352</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 1.259,67	\$ 1.097,00	\$ 1.659,19	
<b>PRECIO TOTAL</b>	\$ 3.314,91	\$ 2.886,84	\$ 4.366,30	
<b>MES 6</b>	<b>1440</b>	<b>2424</b>	<b>1618</b>	<b>5482</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 1.586,82	\$ 1.381,90	\$ 2.090,11	
<b>PRECIO TOTAL</b>	\$ 4.175,83	\$ 3.636,59	\$ 5.500,28	
<b>MES 9</b>	<b>1814</b>	<b>3054</b>	<b>2038</b>	<b>6906</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 1.998,93	\$ 1.740,80	\$ 2.632,93	
<b>PRECIO TOTAL</b>	\$ 5.260,34	\$ 4.581,05	\$ 6.928,77	
<b>MES 12</b>	<b>2285</b>	<b>3847</b>	<b>2567</b>	<b>8699</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 2.518,08	\$ 2.192,91	\$ 3.316,74	
<b>PRECIO TOTAL</b>	\$ 6.626,52	\$ 5.770,81	\$ 8.728,26	

Tabla 3. Proyección de ventas del primer año.

El horario de trabajo es de 8 horas diarias y el sábado se trabaja medio día por lo que tomando el total de cupcakes vendidos en el primer mes y dividido para 22 días se obtiene un total de 170 cupcakes elaborados por día laboral de entre las tres variedades más comercializadas y solicitadas por los clientes; así también, considerando el porcentaje de crecimiento al finalizar el primer año se elaborarán 395 cupcakes en promedio.

En resumen, se presenta la siguiente tabla con los datos de la producción y venta de los cupcakes del primer año de operación.

		<i>Cupcake C. Fondant</i>	<i>Cupcake C. Crema</i>	<i>Cupcake Personalizado</i>	<b>TOTAL</b>
<b>AÑO 1</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>7662</b>	<b>12900</b>	<b>8608</b>	<b>29170</b>
	<b>COSTO</b>	\$ 8.443,45	\$ 7.353,11	\$ 11.121,47	\$ 26.918,02
	<b>VENTAS</b>	\$ 22.219,60	\$ 19.350,29	\$ 29.267,01	\$ 70.836,90

Tabla 4. Ventas del primer año.

#### 4.7.1 Punto de equilibrio.

Se establece un punto de equilibrio para cada una de las categorías de los cupcakes con los que se obtuvieron las tablas anteriores; tomando en cuenta 3 cuentas principales para determinarlo; los cargos fijos, costo variable unitario y precio unitario.

Se aplicó el mismo procedimiento para las tres categorías de cupcakes; costos fijos totales (arriendo, depreciación, permisos de funcionamiento) dividido para precio (calculado en base a las recetas estándar) menos el costo variable unitario (Administración, Nómina, Marketing y publicidad, servicios básicos, Reparación y mantenimiento, materia prima), dando como resultado el punto de equilibrio; dentro de costos fijos tenemos las siguientes cuentas:

<b>CUPCAKES CON COBERTURA DE FONDANT</b>					
<i>Punto de equilibrio</i>	<b>Costos variables</b>	<b>Costos fijos</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo variable</b>	<b>Punto de equilibrio</b>
<i>AÑO 1</i>	\$ 17.819,43	\$ 5.080,00	\$ 2,90	\$ 0,61	2219

Tabla 5. Punto de equilibrio de cupcakes de cobertura de fondant.

<b>CUPCAKES CON COBERTURA DE CREMA</b>					
<i>Punto de equilibrio</i>	<b>Costos variables</b>	<b>Costos fijos</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo variable</b>	<b>Punto de equilibrio</b>
<i>AÑO 1</i>	\$ 23.139,19	\$ 5.080,00	\$ 1,50	\$ 0,79	7188

Tabla 6. Punto de equilibrio de cupcakes de cobertura de crema.

<b>CUPCAKES PERSONALIZADOS</b>					
<i>Punto de equilibrio</i>	<b>Costos variables</b>	<b>Costos fijos</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo variable</b>	<b>Punto de equilibrio</b>
<b>AÑO 1</b>	\$ 21.655,09	\$ 5.080,00	\$ 3,40	\$ 0,74	1911

*Tabla 7. Punto de equilibrio de cupcakes personalizados.*

Al tener cada producto una diferencia de al menos 50% en su precio se optó por obtener el punto de equilibrio de cada uno de ellos. En cada una de las tablas se muestra el punto de equilibrio de cada uno de los cupcakes, el cual indica que los ingresos son iguales a los gastos y la empresa no tiene ni pérdida ni ganancia.

Para los cupcakes de cobertura de fondant, el punto de equilibrio está en 2219 unidades lo que según la tabla de proyección de la demanda se alcanzará en el mes 12. Para los cupcakes de cobertura de crema el punto de equilibrio está en 7188 unidades lo que según el porcentaje de crecimiento se alcanzará en el mes 22; aunque este producto al no requerir de mucho tiempo y elementos para ser decorado (ende su precio es más bajo) se espera que su porcentaje de crecimiento sea mucho más alto que el 7% esperado para el segundo año para la empresa, lo que logrará que el punto de equilibrio se alcance antes del mes 22. Para los cupcakes personalizados el punto de equilibrio se establece en el mes 9.

#### **4.8 Pronóstico de ingresos y gastos**

La estimación de los ingresos y gastos se realizó en base a la proyección de la demanda que se presentó en las tablas anteriores; así como los costos y precios que se obtuvieron de las recetas estándar. Se estableció además un Food Cost del 38% para los cupcakes.

Se toma como base un escenario conservador de crecimiento del 8% el primer año, de 7% el segundo año, de 5% el tercer año, de 4.5% el cuarto año y a partir del quinto un crecimiento constante de 4% anual. Así también se consideró la inflación para los años posteriores (se debe considerar que la pandemia del Coronavirus afectó drásticamente la economía), para el segundo

año una inflación del 2.32%, para el tercer año una inflación del 1.38% y a partir del cuarto año una inflación del 1% (Stadista, 2020)

Es importante señalar además que los ingresos no incluyen el 12% de Iva, con lo que se obtiene la siguiente tabla:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>	\$ 62.336,47	\$ 66.700,03	\$ 69.701,53	\$ 72.838,10	\$ 75.751,62
<b>COSTO DE VENTA</b>	\$ 26.918,02	\$ 26.918,02	\$ 27.289,49	\$ 27.562,39	\$ 27.838,01
<b>TOTAL</b>	\$ 35.418,45	\$ 39.782,00	\$ 42.412,04	\$ 45.275,71	\$ 47.913,61
Administración	\$ 180,00	\$ 181,80	\$ 181,80	\$ 181,80	\$ 181,80
Nómina	\$ 33.202,32	\$ 33.866,37	\$ 33.866,37	\$ 33.866,37	\$ 33.866,37
Marketing y publicidad	\$ 450,00	\$ 443,25	\$ 436,60	\$ 430,05	\$ 423,60
Agua, luz, teléfono, gas	\$ 980,00	\$ 999,60	\$ 1.019,59	\$ 1.039,98	\$ 1.060,78
Reparación y mantenimiento	\$ 175,00	\$ 178,50	\$ 182,07	\$ 185,71	\$ 189,43
Otros	\$ 708,37	\$ 757,95	\$ 792,06	\$ 827,71	\$ 860,81
<b>Total Gastos</b>	35695,69	36427,47	36478,49	36531,62	36582,79
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 26.640,78</b>	<b>\$ 30.272,55</b>	<b>\$ 33.223,03</b>	<b>\$ 36.306,48</b>	<b>\$ 39.168,83</b>

Tabla 8. Proyección de ingresos y gastos hasta el año 5.

## 5. Diseño y arquitectura

### 5.1 Programa de espacio.

La idea de negocio es la implementación de una pastelería especializada en cupcakes que receta los pedidos a través de una tienda virtual, por lo que la empresa no dispondrá de una tienda física en donde el cliente llegue y pueda ver los cupcakes, pero Pícaro – pastelería debe disponer de una planta de producción en donde se preparen los diferentes cupcakes solicitados por los clientes; esta planta de producción debe estar debidamente distribuida en cuanto a espacios y dotada de los diferentes tipos de utensilios y equipos necesarios para la elaboración de los pedidos.

#### 5.1.1 Área de producción.

Dentro del área de producción se establece diferentes áreas funcionales con sus respectivos equipos y espacio suficiente para la libre circulación del personal en las diferentes áreas que comprenden la planta de producción. Para cumplir con las demandas de la producción y

cumpliendo las normas de bioseguridad la planta de producción debe contar con la siguientes áreas para preparar los cupcakes; un área de preparación con toda la batería liviana y dotada de la batería pesada para pesar, medir y mezclar los ingredientes; un área de horneado con un horno y cocina para hornear los cupcakes, un área de decorado y empackado con mesones para decorar y empackar los cupcakes, cada área de la planta de producción debe contar también con estanterías para guardar la materia prima, utensilios y material para el empackado.

Por ello se presenta la siguiente tabla con el porcentaje de espacio que cada área ocupa dentro de la planta de producción, así como su equivalencia en metros cuadrados.

Área	m <sup>2</sup>	Porcentaje de ocupación
Horno, cocina, mesón de trabajo, lavabo y batidora industrial	16,2	18%
Circulación del personal	40,5	45%
Estructura (paredes)	7,2	8%
Baño, cancelos y entrada	7,2	8%
Almacenamiento (estanterías, congeladores, y mesones para decorado)	14,4	16%
Oficina de la administración	4,5	5%
TOTAL DE METROS OCUPADOS	90	100%

*Tabla 9. Distribución de áreas por metros cuadrados*

Las medidas del espacio físico destinado para la planta de producción son de 7.90 metros por 11.40 metros obteniendo un total de 90 metros cuadrados de los cuales se debe restar el valor de espacio que utilizan los equipos de cocina como horno, cocina, batidora, refrigeradora; infraestructura como mesones y estanterías y mesones en el área de empackado; cuenta demás con un espacio de terreno de 60 metros cuadros en los cuales se puede llevar acabo el plan de manejo de desechos orgánicos y el plan de cultivo. **(ANEXO E)**

A continuación, se detallas las características de cada área



### *5.1.1.1 Cocina.*

La cocina es una de las áreas indispensables para el desarrollo del proyecto; ya que en ella se encuentran los equipos de horneado, y cocinado, esta área debe tener las siguientes características:

**Paredes:** las paredes deben ser lisas de baldosa lavable y de colores claros; anteriormente se orientaba únicamente al color blanco pero las nuevas tendencias señalan que se puede complementar el ambiente con colores claros de fácil limpieza.

**Techo:** el techo debe ser de material liso e impermeable para que no se acumule la suciedad.

**Iluminación:** las lámparas que iluminan el área de producción deben ser una luz clara de intensidad moderada para que no afecte la visión del personal que labora en la zona.

**Ventilación:** debido a las funciones que se llevan a cabo en el área se debe tomar en cuenta que habrá mucho calor por lo que se debe contar con un sistema de extracción e inyección de aire, se dispondrán de pequeñas ventanas con malla para únicamente permitir la circulación de aire y evitar el ingreso de plagas.

**Puertas de acceso:** esta área contará con una puerta de ingreso con una cortina de plástico y una puerta de salida de emergencia por el área de decorado y empaclado que al igual dispondrá de una cortina de plástico; la finalidad de las cortinas de plástico, es que impidan el ingreso de plagas como insectos, de basura arrastrada con el viento (hojas secas, polvo), se conserve la temperatura de las áreas.

**Extintor:** en el área de cocina y respetando la disposición de las autoridades se contará con un extintor que debe ser vaciado y llenado nuevamente puesto que el producto en su interior dura un año. Debe ser colocado a 1.20 metros sobre la superficie del piso en un área accesible dentro del área de producción.

#### *5.1.1.2 Área de almacenamiento.*

Área de almacenamiento – frío: varios de los productos que se utilizan para la preparación de los cupcakes son productos que necesitan refrigeración para prolongar su conservación por lo que se necesitan frigoríficos para enfriar, no se toma la opción de construir cuartos fríos por el alto presupuesto que se requiere para ello. En lugar de esto se dispone de dos frigoríficos horizontales de una puerta.

Área de almacenamiento – temperatura ambiente: otra parte de la materia prima se debe conservar a temperatura ambiente para que no se deteriore por lo que se dispondrá del uso de estanterías para mantenerlos ventilados, frescos y secos, cada ingrediente debe estar guardado en su frasco de plástico debidamente etiquetado, como por ejemplo el polvo de hornear, bicarbonato, levadura, sal, entre otros.

#### *5.1.1.3 Área de empleados, canceles.*

El área de empleados cuenta con un baño y espacio destinado para los canceles en donde el personal guardará su ropa, está situado a la entrada de la planta de producción puesto que el personal debe ingresar con su debido uniforme a la zona de preparación.

#### *5.1.1.4 Área de decoración y empaçado.*

Esta área debe contar con todos los mesones de acero inoxidable, y estanterías para que se puedan decorar los cupcakes; cada material debe estar en un espacio dentro de la estantería y debidamente etiquetado. Este espacio debe estar dotado de espacio suficiente para transitar puesto que desde este lugar se despachan los pedidos y se requiere de espacio para distribuir las cajas de cupcakes.

#### *5.1.1.5 Área de administración.*

Esta es un área pequeña dotada de un escritorio, silla, computadora e impresora que básicamente sirve para almacenar las facturas, toma de pedidos de los clientes, comunicación con

los clientes y proveedores, y desde donde se manejan las redes sociales y tienda virtual. Para llevar una mejor organización se destinó este espacio que tendrá paredes falsas (paneles modulares) para evitar disminuir espacio que puede ser utilizado en las otras áreas.

### **5.1.2 Equipamiento.**

Para la preparación y decorado de los cupcakes la pastelería debe contar con los siguientes equipos y utensilios; puesto que la disposición de equipos idóneos para la preparación y decorado logrará que se optimicen los recursos y sobre todo se logre un producto final óptimo. A continuación, se describen la batería liviana y pesa a utilizarse dentro de la pastelería:

Horno	Cucharones
Cocina	Espumaderas
Congelador vertical	Tamizadores
Enfriador vertical	Espátulas
Batidora industrial	Tablas de picar (varios colores)
Microondas	Jarras de plástico ( 1litro)
Balanza digital (30kg)	Licuada
Ollas de varios tamaños (set de 12)	Batidora
Sartenes de varios tamaños (set de 6)	Exprimidor manual
Bowls de varios tamaños (set de 8)	Exprimidor
Tazas medidoras	Moldes para cupcakes individuales
Mangas para decoración	Moldes para cupcakes (6 unidades)
Boquillas de varios modelos (set de 15)	Moldes para cupcakes (12 unidades)
Batidores de mano	Pinzas
Cuchillos de varios tipos	Rallador
Cucharetas	Cortador de masas
	Bandejas plásticas

## **6. El negocio y sus productos (cupcakes)**

### **6.1 Planta de producción.**

Pícaro – pastelería es una pastelería especializada en cupcakes que opera mediante una tienda virtual que recepta los pedidos; es así que el proyecto se compone de dos pilares, una planta de producción en donde se preparan los cupcakes y una tienda virtual que recepta los pedidos. En la planta de producción se manejan varias actividades que contribuyen a la

responsabilidad ambiental, optimizar el uso de los productos y garantizar un producto final de calidad. Por ello se exponen las siguientes prácticas que llevará a cabo la pastelería:

### ***6.1.1 Plan de manejo de desechos.***

Uno de los puntos fundamentales para la sostenibilidad del proyecto es el correcto manejo de los desechos; Pícaro – pastelería busca minimizar su impacto a nivel ambiental por lo que propone los siguientes pasos para el manejo de desechos:

#### ***6.1.1.1 Desechos orgánicos.***

Dentro del proceso de elaboración y decorado de los cupcakes se obtiene mermas de productos como frutas ya sean cáscaras, tallos u hojas que irían directamente a la basura, pero esto es lo que quiere evitar la pastelería, por lo que se propone:

Elaboración de mermeladas: como ejemplo se puede tomar a la piña, de la cual sobran los tallos que se procesarán para hacer una mermelada con los restos de pedazos de la piña. También, se podría adicionar zanahoria y obtener un sabor distinto. Un proceso que también se puede llevar a cabo con otras frutas.

Preparación de compost: la planta de producción cuenta con un terreno en el cual se establecerá un lugar para la preparación del compost (abono orgánico resultante de la descomposición de materia orgánica como hojas, tallos, cáscaras de frutas o vegetales), el lugar será de aproximadamente 3 metros de largo por 1 metro de ancho y 1.5 metros de profundidad para depositar los desechos orgánicos que no se puedan reusar como cáscaras de kiwi, hojas de frutilla, hojas de piña, cáscaras de sandía, entre otros. La materia orgánica se va mezclando con la tierra a la vez que se va descomponiendo lo que permite que se forme el compost que servirá para abonar las plantas que se cultivarán para usarlas en la preparación o decoración de los cupcakes.

### *6.1.1.2 Plásticos, latas, vidrio y cartón.*

Varios de los ingredientes que se utilizan para la preparación o decoración de los cupcakes vienen en empaques de plástico o cartón por lo que estos van a ser separados para posteriormente entregarlos a una de las personas del sector que se dedica a la recolección de estos materiales; puesto que, no hay aún una entidad municipal que se dedique a recorrer el sector recogiendo estos materiales para reciclaje; lo importante y destacable es el iniciar y mantener un hábito de reciclaje y cuidado del medio ambiente. El resto de desechos que no se pudieron reutilizar como fundas sucias de grasa, se desechan en la basura para que los carros recolectores se la lleven.

### *6.1.2 Plan de cultivo.*

Marcando una de las tendencias modernas de cultivo orgánico, Pícaro – pastelería, cultivará algunos productos que utilizará para la preparación y decoración de los cupcakes; como, por ejemplo, menta, cedrón, hierva luisa, frutillas, ají, entre otras, básicamente plantas que no requieran de gran espacio.

Para esto se dispondrá del espacio de terreno, en donde se ubica el espacio para la preparación del compost, se utilizarán cajas de madera para el cultivo de las frutillas y masetas para las plantas aromáticas, para aprovechar el abono orgánico también se cultivarán legumbres como lechuga en tubos, como se observa en las fotos.

La idea del proyecto es disminuir los costos y generar sostenibilidad mediante el uso de todos los productos y espacios a través de prácticas de cultivo amigables puesto que no se utilizarán insecticidas o pesticidas que dañen el medio ambiente o a la planta en sí. Se usarán los mismos productos cultivados como el ají como forma de control de plagas e insecticida para fumigar a los cultivos. Lo que le dará un valor agregado a los cupcakes, al contener productos orgánicos.



*Ilustración 15. Cultivos de la planta de producción.*

### **6.1.3 Control de plagas.**

El sector en donde se ubica la planta de producción es aún una zona rural en desarrollo por lo que se pueden observar más plagas como moscas y hormigas; para esto se instalarán cortinas de plástico para evitar el ingreso de moscas y mallas en las ventanas. Para el control de la plaga de hormigas se establecerán productos químicos en sectores estratégicos que no interfieran de ninguna manera con las áreas de elaboración ni empaque.

Otra alternativa que se usará es el cultivo de plantas de ají o ruda cerca de las entradas, estas plantas funcionan como repelentes de plagas naturales y funciona muy bien con la plaga de moscas; no ocupan mucho espacio, y es una solución natural para evitar el uso de químicos. Claro está que una correcta limpieza de todas las instalaciones es lo esencial para lograr prevenir la aparición de plagas.

### **6.2 Tienda virtual.**

El otro pilar del negocio es la tienda virtual en donde se receptorán los pedidos de los cupcakes, para esto se exponen las siguientes características de la tienda virtual. Al abrir la tienda virtual se presentan todos los íconos detallados en el siguiente orden

- **INICIO:** en esta parte se presenta el eslogan, un acceso rápido a la sección de los cupcakes que se comercializan y una galería con varias fotografías de los cupcakes que se ha elaborado. Así también, al final se encuentran algunos detalles de contacto, dirección y redes sociales y el ícono de donde aparece el precio acumulado del pedido en la parte superior derecha.

Se usará la plataforma PAYMENTEZ para los botones de cobro con tarjetas de crédito y débito; la entidad financiera con la cual se trabaja es Banco del Pacífico; puesto que, las dos empresas tienen una alianza estratégica para brindar el servicio de cobro en línea (Banco del Pacífico, 2017). Paymentez cobra una comisión por las transacciones, mientras que el banco realiza los siguientes cobros de comisión:

El banco cobra a los comercios afiliados una comisión por las ventas que hacen con las tarjetas de crédito (4.50%), débito y prepago (2.24%). Cuando las transacciones son en diferido con intereses la comisión es del 5% indistinto del plazo que le ofrecen al cliente y el valor por financiar la deuda es cobrada al cliente. Cuando las transacciones son en diferido sin intereses la comisión varía según el plazo 3 meses (6%), 6 meses (10%), 9 meses (12.50%), 12 meses (14%), porque el banco le paga al comercio en 24 horas, pero le cobra al cliente en 12 meses (Banco del Pacífico, s.f.)

De todas estas opciones Pícaro-pastelería ofrece la opción de plazo de 3 meses para sus clientes; así también, se da la opción para que los datos queden guardados en la tienda virtual que el cliente no tenga que ingresarlo cada vez que haga una compra.



*Ilustración 16 Pantalla de inicio de la tienda virtual.*

- **NOSOTROS:** dentro de esta pestaña se presenta una pequeña reseña del origen del negocio, el motivo para comenzar con este emprendimiento; así como el origen del nombre.
  - ✓ **Responsabilidad ambiental:** esta pestaña se encuentra dentro del icono NOSOTROS describen los empaques que se utilizan, biodegradables, que evitan contaminar el medio ambiente; también, en esta pestaña se explica cómo los desechos van a ser utilizados para transformarlos en abono y estos a su vez utilizados para el cultivo de plantas aromáticas y vegetales que se utilizarán en la preparación de los cupcakes.
  - ✓ **Preguntas frecuentes:** en esta pestaña se una lista de las preguntas que los clientes se plantean para realizar un pedido; a continuación, se detallan las preguntas.
    1. **¿Cómo realizar un pedido?** La página de la tienda virtual está diseñada para receiptar los pedidos con 2 días de anticipación, puesto que este tiempo ayuda a la empresa a organizar mejor los recursos y garantizar la hora y día de entrega. De requerir un pedido con menos tiempo de anticipación se deberá consultar directamente con la administración para coordinar los tiempos y recursos.



2. Pedidos para una tercera persona: enviar pedidos a otra persona es algo muy común hoy en día por lo que únicamente se deben poner los datos correctos en la pestaña de lugar de entrega para optimizar el tiempo y garantizar la entrega en el lugar establecido.
3. Costo de envío: el costo de envío es de \$2.50 dentro de las áreas de cobertura, este precio ya incluye el Iva.
4. Las áreas de cobertura son las siguientes: los valles de Tumbaco y Cumbayá, Norte, Centro y Sur (hasta Quitumbe). Para las zonas del Sur de la ciudad, valle de los Chillos y Cayambe se establecerá un costo adicional puesto que son lugares más alejados de la planta de producción.
5. ¿Como personalizar los cupcakes?:para ello se presenta la opción ARMA TU CUPCAKE, con esta se puede armar un cupcake con todas las características del gusto del cliente.
6. ¿Cuáles son las formas de pago?:las formas de pago que se manejan dentro de la empresa son las siguientes:
7. Transferencias: para esto se deben escoger los productos que se deseen y realizar una transferencia a la cuenta de la empresa, enviar el comprobante de la transferencia mediante WhatsApp o por correo para la verificación; una vez realizada la verificación se procede a la confirmación del pedido con fecha, lugar y hora de entrega Tarjeta de crédito o débito: se deben ingresar los datos para realizar los cobros de las tarjetas, conforme a las políticas de cada una de las entidades emisoras de la tarjeta; se guarda absoluta seguridad con los datos ingresados de los clientes. Por el momento no se maneja pago en efectivo.

8. ¿Como puedo cancelar un pedido?: para que la cancelación se haga efectiva se debe cancelar el mismo día que se hizo el pedido hasta las 6 de la tarde y comunicarse a la empresa por WhatsApp para confirmar la cancelación, caso contrario no se devolverá el dinero ya cobrado. La devolución del dinero se hará hasta 48 horas después de la cancelación.
9. ¿Qué pasa si nadie recibe el pedido?: si nadie recibe el pedido en el lugar señalado, este regresará a la planta de producción, si el cliente requiere nuevamente que sea enviado el pedido el costo de envío será cobrado nuevamente.
10. ¿Como puedo reservar una degustación?: se coordinarán las degustaciones para eventos que requieran más de 100 cupcakes en el lugar, hora y fecha señaladas con el recargo del 50% del valor total de los productos llevados para la degustación.
11. ¿Puedo solicitar un pastel?: si se requiere de un pastel el pedido se coordinará con la administración para lo cual se debe comunicar por cualquiera de los medios detallados en el ícono "CONTACTO"

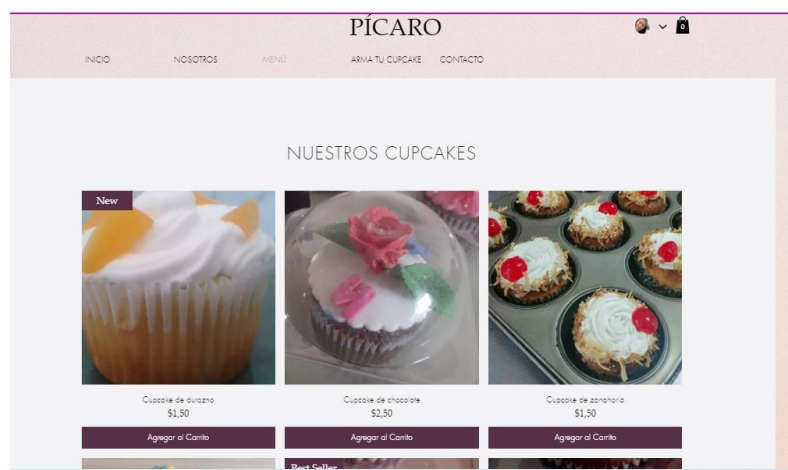


*Ilustración 17 Historia de Pícaro-pastelería.*



*Ilustración 18 Pantalla de preguntas frecuentes.*

- **MENÚ:** en este ícono se presentan todos los tipos de cupcakes con sus respectivas fotografías, el nombre, un detalle del tipo de masa, relleno, decoración, el costo individual y el botón para agregar al carrito.



*Ilustración 19 Cupcakes de la Pícaro-pastelería.*

- **ARMA TU CUPCAKE:** en este ícono se presentan diferentes tipos de ingredientes para las masas, los rellenos, y tipo de decoración y el cliente va armando su cupcake conforme a sus gustos y tipos de ingredientes utilizados se genera el precio por unidad. Se ofrecen varios tipos de masas, de rellenos y de decoración para que cada cliente los convine a su gusto.



Ilustración 20 Pantalla de ARMA TU CUPCAKE.

La página tiene guardado los precios de cada una de las opciones para formar los cupcakes; en variedad de masas, opción frutas se presentan 3 tipos de frutas; en la sección licores se presentan 2 tipos de licores. Así también, en rellenos, en la sección mermeladas se presentan 3 opciones. Cada uno tiene su número para identificarlo en el cuadro de la tienda virtual.

Variedad de masas		Rellenos		Cobertura
Frutas	Mango Naranja Frutilla	Mermelada	Frutilla Mora Guayaba	Frutas Crema batida Fondant Láminas comestibles
Cocteles	Daikiri mango Mojito (hierba buena)		Manjar Chocolate Crema pastelera Crema batida	
	Harina integral Clásico de vainilla Clásico de chocolate			

Tabla 10. Tipos de masas, rellenos y decoración de cupcakes

- CONTÁCTANOS:** es esta pestaña se abre una ventana para enviar un correo a la pastelería con alguna duda o comentario sobre pedidos o requerimientos que necesite el cliente. Los números de contactos; así como la dirección de la planta de producción. El tiempo de demora para contestar a los clientes no sobre pasa de 1 hora.



*Ilustración 21 Pantalla de CONTÁCTANOS de Picaro-pastelería.*

### **6.3 Menú de productos.**

Como se ha venido explicando, la pastelería se especializa en la preparación y comercialización de cupcakes mediante una tienda virtual; los cupcakes que constan en la lista de preparación son los siguientes, cada uno de ellos viene en 3 presentaciones, que son: con decoración de crema, decoración con fondant y con decoración de crema y frutas. Es necesario destacar que la decoración con fondant consta de una capa de fondant y decoración con letras o figuras pequeñas. La opción de cupcakes personalizados en donde se utilice fondant tendrá otro costo puesto que se requerirá utilizar más material para decorado lo que elevará su precio.

Lista de cupcakes
Cupcake de daikiri de mango
Cupcake de maracuyá
Cupcake de pisco sour
Cupcake de naranja
Cupcake de mojito (hierba buena)
Cupcake de daikiri de fresa
Cupcake de plátano
Cupcake de café
Cupcake de frutos rojos
Cupcake de red velvet
Cupcake de zanahoria y perejil
Cupcake de zanahoria
Cupcake de chocolate y licor de menta
Cupcake de chocolate
Cupcake clásico

*Tabla 11 Menú de cupcakes.*

Así también se debe recordar que dentro de la tienda virtual se ofrece la opción "ARMA TU CUPCAKE" en donde los clientes podrán escoger los tipos de masa, de relleno y de cobertura para decoración; esto dará como resultado otro tipo de cupcake que tendrá otro precio dependiendo los ingredientes que se utilice.

#### **6.4 Costos generales y precio de venta.**

Los costos y precios de venta se obtuvieron a partir de las recetas estándar de los cupcakes, así como de las recetas estándar de los tipos de cobertura para los cupcakes; las técnicas a utilizar en la preparación de los cupcakes no son complejas y se optimiza el uso de los ingredientes al manejar recetas estándar y aprovechar todas las mermas y transformar en abono los desechos. De esta manera obtenemos la siguiente tabla de costos para los cupcakes que están decorados con fondant; es importante recordar que estos cupcakes tienen una capa de fondant y una pequeña decoración con una figura o letras, si constara de más decoración con fondant, este cupcake entraría en la categoría de personalizados por lo que su precio sería más elevado.

Se estableció un Food Cost de 38% a 40% para los cupcakes, además del 12% de IVA, lo que se demuestra en la siguiente tabla para los cupcakes que tienen cobertura de fondant. Ver anexo de recetas. **(ANEXO F)**

El costo unitario de cupcake es el resultado del costo de cupcakes obtenido en las recetas estándar más el costo de la cobertura de fondant; dentro del precio sin IVA se encuentra un porcentaje del costo de los pirutines, las cajas para empacar y un porcentaje de costo de las tarjetas de presentación, es decir los insumos necesarios fuera de la materia prima para llegar a obtener un producto óptimo para la venta.

Item	Costo unitario	Cobertura de fondant	Costo unitario del cupcake	Precio sin IVA cobertura fondant	Precio (con IVA)	Food Cost %
Cupcake de daikiri de mango	\$ 0,44	\$ 0,67	\$ 1,11	\$ 2,79	\$ 3,12	40%
Cupcake de maracuyá	\$ 0,32	\$ 0,67	\$ 0,99	\$ 2,57	\$ 2,88	38%
Cupcake de pisco sour	\$ 0,52	\$ 0,67	\$ 1,19	\$ 2,98	\$ 3,33	40%
Cupcake de naranja	\$ 0,35	\$ 0,67	\$ 1,02	\$ 2,66	\$ 2,98	38%
Cupcake de mojito (hierba buena)	\$ 0,30	\$ 0,67	\$ 0,97	\$ 2,53	\$ 2,83	38%
Cupcake de daikiri de fresa	\$ 0,30	\$ 0,67	\$ 0,97	\$ 2,42	\$ 2,71	40%
Cupcake de plátano	\$ 0,32	\$ 0,67	\$ 0,99	\$ 2,58	\$ 2,88	38%
Cupcake de café	\$ 0,31	\$ 0,67	\$ 0,98	\$ 2,56	\$ 2,87	38%
Cupcake de frutos rojos	\$ 0,56	\$ 0,67	\$ 1,23	\$ 3,07	\$ 3,44	40%
Cupcake de red velvet	\$ 0,29	\$ 0,67	\$ 0,96	\$ 2,40	\$ 2,69	40%
Cupcake de zanahoria y perejil	\$ 0,26	\$ 0,67	\$ 0,93	\$ 2,41	\$ 2,69	38%
Cupcake de zanahoria	\$ 0,33	\$ 0,67	\$ 1,00	\$ 2,60	\$ 2,92	38%
Cupcake de chocolate y licor de menta	\$ 0,32	\$ 0,67	\$ 0,99	\$ 2,47	\$ 2,76	40%
Cupcake de chocolate	\$ 0,29	\$ 0,67	\$ 0,96	\$ 2,51	\$ 2,81	38%
Cupcake clásico	\$ 0,32	\$ 0,67	\$ 0,99	\$ 2,57	\$ 2,88	38%

Tabla 12. Costos y precios de venta de los cupcakes.

De la misma manera se realizó la tabla de costos y precios conforme a las recetas estándar para los cupcakes que tienen cobertura de crema a los cuales se estableció un Food Cost de 38% a 40%; así también se presenta en la tabla el precio incluido el IVA. El costo unitario de cupcake es el resultado del costo de cupcakes obtenido en las recetas estándar más el costo de la cobertura de crema; dentro del precio sin IVA se encuentra un porcentaje del costo de los pirutines, las cajas para empacar, un porcentaje de costo de las tarjetas de presentación, es decir los insumos necesarios fuera de la materia prima para llegar a obtener un producto óptimo para la venta.

Item	Costo unitario	Cobertura de crema	Costo unitario del cupcake	Precio sin IVA cobertura crema	Precio (con IVA)	Food Cost %
Cupcake de daikiri de mango	\$ 0,44	\$ 0,18	\$ 0,62	\$ 1,56	\$ 1,75	40%
Cupcake de maracuyá	\$ 0,32	\$ 0,18	\$ 0,50	\$ 1,30	\$ 1,45	38%
Cupcake de pisco sour	\$ 0,52	\$ 0,18	\$ 0,70	\$ 1,75	\$ 1,96	40%
Cupcake de naranja	\$ 0,35	\$ 0,18	\$ 0,53	\$ 1,33	\$ 1,49	40%
Cupcake de mojito (hierba buena)	\$ 0,30	\$ 0,18	\$ 0,48	\$ 1,25	\$ 1,40	38%
Cupcake de daikiri de fresa	\$ 0,30	\$ 0,18	\$ 0,48	\$ 1,19	\$ 1,33	40%
Cupcake de plátano	\$ 0,32	\$ 0,18	\$ 0,50	\$ 1,30	\$ 1,46	38%
Cupcake de café	\$ 0,31	\$ 0,18	\$ 0,49	\$ 1,29	\$ 1,44	38%
Cupcake de frutos rojos	\$ 0,56	\$ 0,18	\$ 0,74	\$ 1,85	\$ 2,07	40%
Cupcake de red velvet	\$ 0,29	\$ 0,18	\$ 0,47	\$ 1,18	\$ 1,32	40%
Cupcake de zanahoria y perejil	\$ 0,26	\$ 0,18	\$ 0,44	\$ 1,13	\$ 1,27	38%
Cupcake de zanahoria	\$ 0,33	\$ 0,18	\$ 0,51	\$ 1,33	\$ 1,49	38%
Cupcake de chocolate y licor de menta	\$ 0,32	\$ 0,18	\$ 0,50	\$ 1,24	\$ 1,39	40%
Cupcake de chocolate	\$ 0,29	\$ 0,18	\$ 0,47	\$ 1,23	\$ 1,38	38%
Cupcake clásico	\$ 0,32	\$ 0,18	\$ 0,50	\$ 1,30	\$ 1,46	38%

Tabla 13. Costos y precios de venta de los cupcakes.

Además; se tomó muy en cuenta el estudio de mercado en donde se evidenció los precios de venta de los cupcakes de la competencia los cuales van dentro del rango de precios calculado para los cupcakes de la pastelería.

Los cupcakes de la sección, "ARMA TU CUPCAKE" tendrán costos individuales con los cuales se formará el nuevo precio del cupcake, al cual se le sumará el costo de los pirutines, la caja para empacar, el costo de la tarjeta de presentación y el porcentaje de utilidad.

Variedad de masas		Precio	Rellenos		Precio	Cobertura		Precio
Frutas	Mango	\$ 0,44	Mermelada	Frutilla	\$ 0,15	Frutas	\$ 0,25	
	Naranja	\$ 0,35		Mora	\$ 0,15	Crema batida	\$ 0,25	
	Frutilla	\$ 0,30		Guayaba	\$ 0,13	Fondant	\$ 0,67	
Cocteles	Daikiri mango	\$ 0,44		Manjar	\$ 0,08	Láminas comestibles	\$ 1,00	
	Mojito (hierba buena)	\$ 0,30		Chocolate	\$ 0,09			
	Harina integral	\$ 0,28		Crema pastelera	\$ 0,08			
	Clásico de vainilla	\$ 0,32		Crema batida	\$ 0,18			
	Clásico de chocolate	\$ 0,29						

Tabla 14. Tipos de masas, rellenos y decoración de cupcakes.

## 6.5 Delivery.

Para la entrega a domicilio de los cupcakes se establece una alianza estratégica con la empresa "THE BOX" con sede en la parroquia de Yaruquí, con la cual se coordinarán las entregas; es decir, el cliente cancelará el precio de la entrega a domicilio y la pastelería cancelará este valor a la empresa de entregas. Se pretende para el segundo año de funcionamiento y tomando en cuenta el crecimiento de la demanda, contratar a una persona como parte de la empresa para que se encargue de las entregas a domicilio y también continuar con la alianza estratégica con la empresa "THE BOX".

## 6.6 Alianzas estratégicas.

La pastelería para incrementar sus ventas hace alianzas con varios negocios de comidas, empresas y hospedaje cercanos a la planta de producción en donde se pueden comercializar los cupcakes, una de las alianzas que se establece es con la tienda Nuestra Huerta ubicada en el



aeropuerto la cual se dedica a vender productos de consumo inmediato, frutas, verduras, entre otros productos y sobre todo que sean elaborados por personas de la zona, así la pastelería entregaría cupcakes a esta tienda y también se comprarían algunos de los productos que se venden en la tienda; sería una alianza ganar-ganar. Los primeros clientes con los cuales se establece una alianza son los siguientes:

Nuestra Huerta

Hostería Colibrí

Quiport

Glamping Samay

Hostería Mi Huasipungo

## **7. Recursos humanos**

### **7.1 Cultura organizacional.**

La cultura organizacional es un grupo de valores, comportamientos, políticas y creencias esenciales que se manifiestan en los símbolos, el lenguaje, y el comportamiento que es compartido por los miembros y distingue a la organización de las demás (TPM, 2007). De esta forma dentro de la cultura organizacional se establecen los valores, creencias, comportamientos, y principios que rigen a los miembros de la pastelería; por ello, dentro del manejo de recursos humanos se establecerán estrategias para que los miembros cumplan con los objetivos de la organización manteniendo los principios de la empresa que son:

- Motivación, formación y desarrollo
- Preparación para el puesto de trabajo
- Compromiso con los objetivos y valores de la empresa
- Orientación al servicio
- Compromiso para superar las expectativas de los clientes
- Análisis y diseño de puestos de trabajo para el reclutamiento

- Evaluación del trabajo

Se debe tomar en cuenta que se apoya el crecimiento y desarrollo de la población local por lo que se emplearan personas de la zona en donde funciona la planta de producción.

### **7.1.1 Misión.**

Somos una empresa destacada por la calidad e innovación que se dedica a preparar cupcakes para todo compromiso social y que los comercializa mediante una tienda virtual.

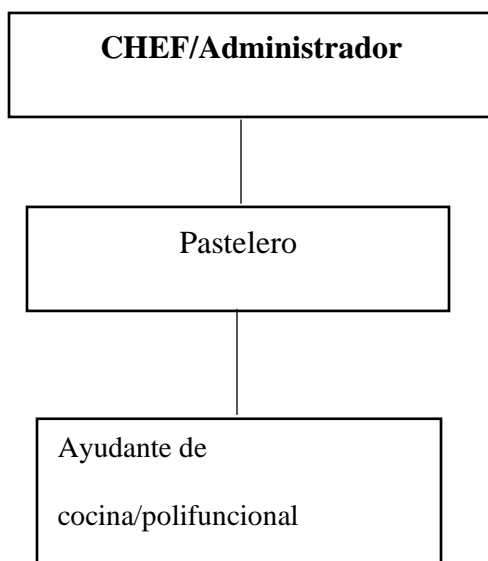
### **7.1.2 Visión.**

Ser una empresa líder en la preparación y comercialización de cupcakes para el 2023 manteniendo la calidad e innovación mediante una tienda virtual y la creación de más canales de venta.

### **7.1.3 Valores corporativos.**

Es de suma importancia mencionar los valores que regirán el funcionamiento operativo y administrativo de Pícaro-pastelería, estos son: compromiso, respeto, honestidad, integridad, motivación laboral.

## **7.2 Organigrama.**



*Ilustración 22 Organigrama de la empresa.*

Como se puede observar en la figura anterior, el organigrama de la empresa constituye de dos partes; la parte administrativa a cargo del gerente que a su vez es el mismo propietario y la parte operativa a cargo del chef pastelero y el ayudante de pastelería/polifuncional. Claramente es un organigrama muy básico con 3 empleados dentro de la empresa, pero a futuro se espera incrementar la nómina conforme crezca la producción y se amplíe el mercado.

### ***7.2.1 Descripción de los cargos.***

Una vez establecido el organigrama de la empresa se debe realizar una descripción de las responsabilidades de cada uno de los cargos para así poder establecer salarios, horarios de trabajo, entre otros aspectos. Cabe destacar que una vez al mes se debe coordinar mediante un horario una limpieza profunda de las instalaciones en la cual participará todo el personal.

## **(ANEXO G)**

### ***7.2.1.1 Uniformes.***

Es importantes señalar que la empresa proveerá uniformes para los trabajadores, los mismos que deben ser usados correctamente; así como cumplir con las normas de higiene y seguridad como lavado de manos, uñas cortas, cabello recogido, entre otras para asegurar los buenos procesos de producción y calidad de los productos.

### **7.3 Nómina y salarios.**

Una vez realizado el organigrama de la pastelería y el detalle de las funciones que cada cargo debe cumplir, se realiza el cálculo de los salarios, así como las bonificaciones de cada uno de los cargos de los empleados conforme a la ley vigente en el Ecuador para el año en curso.

De esta forma se procede a calcular las siguientes aportes y bonificaciones:

- **Afiliación al IESS:** la afiliación al seguro social es un derecho irrenunciable y obligatorio para el empleado, tanto para empleados públicos como privados; bajo la ley laboral se

debe aportar el 9.45% del salario y el empleador debe aportar el 11.15% (PRIMICIAS, 2020)

- Décimo tercer sueldo: el período de cálculo del décimo tercer sueldo está comprendido desde el 1 de diciembre del año anterior al 30 de noviembre del año en curso; se calcula sumando todas las remuneraciones recibidas por el trabajador durante el período y dividido para 12 (Ecuador on line, 2020)
- Décimo cuarto sueldo: es una bonificación equivalente a un salario básico unificado (400 dólares) del año en curso, la fecha límite de pago para la región sierra y amazónica es el 15 de agosto (Expreso, 2021)
- Fondos de reserva: un derecho para los trabajadores desde el mes 13 de relación laboral, para su cálculo se considera el 8.33% de la remuneración percibida; se puede depositar directamente al empleado o acumular (CPN, 2021)
- Vacaciones: el empleado tiene derecho a 15 días de vacaciones a partir del primer año de trabajo bajo el mismo empleador y a partir del quinto año se suma un día más a las vacaciones (El Universo, 2020)

El costo de salarios mensual debe ser calculado con todas las bonificaciones que reciben los empleados, para tener un costo de nómina preciso que servirá para el cálculo del presupuesto requerido para el funcionamiento de la empresa. **(ANEXO H)**

## **8. Plan de marketing**

Un plan de marketing es una herramienta que permite conjugar elementos centrales como el precio, la plaza, la promoción y el producto y como este conjunto interactúa con el consumidor y el mercado. Un correcto plan de marketing permitirá que los productos de Pícaro-pastelería se

posicionen en el mercado y generen preferencia entre los consumidores, para ello se presentarán los siguientes elementos de marketing que la pastelería utilizará.

Tomando todos estos puntos se puede exponer que el producto son cupcakes preparados con varios ingredientes y diferentes coberturas para todo compromiso social; el precio está dado por el resultado de las recetas estándar así como el promedio de precios que maneja la competencia; en cuanto a la plaza (lugar de venta del producto) la pastelería recibe los pedidos a través de una tienda virtual por lo que no dispone de un lugar físico para que los clientes puedan llegar a comprar los cupcakes pero maneja la planta de producción. Al no tener una tienda física, la promoción del producto se vuelve algo fundamental por lo que se presentan varias alternativas dentro de la promoción del producto; así como el logotipo que distingue a la pastelería de entre las demás en el mercado.

### 8.1 Logotipo.



*Ilustración 23 Logotipo de la empresa.*

Pícaro – pastelería para llegar a posicionarse en la mente del consumidor necesita de una imagen que le represente y conecte con el consumidor; así también, que sea distinguible entre la competencia existente en el mercado. Para ello se estableció la siguiente cromática para el logotipo con los siguientes colores; cabe señalar que todos los colores tienen un significado positivo y negativo por lo que es necesario una correcta combinación de los mismos y la utilización de las líneas y tipo de letra empleada en el logotipo:

- *Rosado*: este color denota sentimientos de cariño, generosidad y amor que combinan perfectamente con el eslogan que representa a la empresa "HECHO CON CARIÑO", demostrando todos estos sentimientos que se ponen para la elaboración de los cupcakes.
- *Amarillo*: este color relacionado con la luz del sol denota alegría, optimismo y juventud, influye mucho en la persuasión de la conducta humana porque está ligado a las emociones.
- *Celeste*: color está relacionado con el aire y el agua, significa lealtad, compromiso, confianza y seguridad, algunos de los valores que se encuentran dentro de las políticas de desarrollo de la empresa.
- *Líneas curvas*: estas líneas por su parte denotan elegancia, suavidad y vitalidad por lo que representan nuevamente la elegancia y la energía con la que se preparan los cupcakes y ánimo de conectar con el cliente y posicionarse en su mente.

## **8.2 Medios publicitarios.**

### **8.2.1 Redes sociales.**

Actualmente, una excelente forma de dar a conocer un proyecto es mediante la publicidad en redes sociales; sus ventajas son: que se puede subir muchos posts de publicidad (siempre y cuando no vaya en contra de las políticas de privacidad), esta misma publicación puede ser reenviada; además, que se pueden ver los reviews de las publicaciones para conocer la opinión de los clientes sobre el producto o servicio. Para esto se establece la creación de una página de FACEBOOK, INSTAGRAM, y una cuenta empresarial de WHATSAPP con lo que los clientes tendrán varios canales de comunicación con la empresa, a la vez una buena forma de interacción y publicidad. Es importante que las cuentas de Facebook e Instagram tengan un envío rápido para la tienda virtual, con esto los clientes podrán acceder de forma ágil a la tienda en línea y realizar

sus pedidos. La recolección de correos electrónicos para enviar información y publicidad sobre nuevas promociones; así como para recibir feedback es otra de las estrategias para lograr una cercanía con el cliente.

### **8.2.2 Boca a boca.**

Es una forma de publicidad directa que ayuda a promocionar la marca entre el mercado y los consumidores; aparte de ser gratuita es muy poderosa si se logra captar la atención y satisfacer las necesidades de los clientes a través de la conservación de la calidad que se ofrece; caso contrario puede resultar una peligrosa arma en contra del negocio.

### **8.2.3 Tarjetas y empaques.**

En las cajas de los cupcakes que se entregan se debe colocar una tarjeta de presentación en donde se encontrarán las formas de contacto, y sobre todo que tienen a disposición la tienda virtual para realizar los pedidos. En cuanto a los empaques, estos son de materiales biodegradables para evitar aumentar la contaminación, en estos empaques también viene impreso el logotipo de la empresa por lo que se hará alianzas con la empresa Ecolpack empaques, para la adquisición de las cajas de cupcakes de diferentes tamaños.

## **9. Análisis de la rentabilidad del proyecto**

Tomando en cuenta toda la exhaustiva investigación y datos descritos anteriormente se establecerán los estados financieros proyectados para determinar que el proyecto es factible y el cual logrará rentabilidad. Se tomarán en cuenta los datos de ingresos y gastos; así como los costos de inversión para que el proyecto se realice y en qué año será recuperada la inversión.

### **9.1 Estado de pérdidas y ganancias.**

En el estado de pérdidas y ganancias se puede observar los ingresos y gastos que la empresa incurre y la utilidad bruta y neta que el negocio a dejado. Este balance esta proyectado para 5 años con las siguientes observaciones:

<b>Ingresos</b>	Crecimiento mensual de la demanda durante primer año	8%
	Crecimiento mensual de la demanda durante segundo año	7%
	Crecimiento mensual de la demanda durante el tercer año	5%
	Crecimiento mensual de la demanda durante el cuarto año	4,5%
	Crecimiento mensual de la demanda durante el quinto año	4%
<b>Costos</b>	Incremento anual del	1,50%
<b>Administración</b>	Incremento anual del	1%
<b>Nómina</b>	Incremento anual del	2%
<b>Marketing y publicidad</b>	Disminuye al año en	1,5%
<b>Agua, luz, teléfono, gas</b>	Incremento anual del	2%
<b>Otros</b>	Se mantiene en el porcentaje anual	1%
<b>Arriendo</b>	Incremento anual del	1%
<b>Depreciación</b>	Línea recta a 10 años	
<b>Permisos de funcionamiento</b>	Incremento anual del	1%
<b>Reparación y mantenimiento</b>	Incremento anual del	2%
<b>Inflación</b>	Incremento para el segundo año del	2,32%
	Incremento para el tercer año del	1,38%
	Incremento a partir del cuarto año del	1%

*Tabla 15. Datos porcentuales para la proyección del balance de pérdidas y ganancias.*

Dentro de la depreciación de debe considerar que se tomó el método de línea recta con un tiempo de 10 años de vida útil para la batería pesada, 5 años de vida útil para los utensilios y 3 años para los equipos de computación. Así también el rubro otros es el 1% de los ingresos de la empresa, el mismo que se mantiene para la proyección de los 5 años.



<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
<b>Ventas</b>					
Cupcakes fondant	\$ 22.219,60	\$ 23.774,97	\$ 24.844,85	\$ 25.962,86	\$ 27.001,38
Cupcakes crema	\$ 19.350,29	\$ 20.704,81	\$ 21.636,52	\$ 22.610,17	\$ 23.514,57
Cupcakes personalizados	\$ 29.267,01	\$ 31.315,71	\$ 32.724,91	\$ 34.197,53	\$ 35.565,43
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 70.836,90</b>	<b>\$ 75.795,48</b>	<b>\$ 79.206,28</b>	<b>\$ 82.770,56</b>	<b>\$ 86.081,39</b>
<b>COSTO DE VENTA</b>					
Cupcakes fondant	\$ 8.443,45	\$ 8.443,45	\$ 8.559,97	\$ 8.645,57	\$ 8.732,02
Cupcakes crema	\$ 7.353,11	\$ 7.353,11	\$ 7.454,58	\$ 7.529,13	\$ 7.604,42
Cupcakes personalizados	\$ 11.121,47	\$ 11.121,47	\$ 11.274,94	\$ 11.387,69	\$ 11.501,57
<b>Total de Costos</b>	<b>\$ 26.918,02</b>	<b>\$ 26.918,02</b>	<b>\$ 27.289,49</b>	<b>\$ 27.562,39</b>	<b>\$ 27.838,01</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 43.918,88</b>	<b>\$ 48.877,46</b>	<b>\$ 51.916,79</b>	<b>\$ 55.208,18</b>	<b>\$ 58.243,38</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>					
Administración	\$ 180,00	\$ 181,80	\$ 181,80	\$ 181,80	\$ 181,80
Nómina	\$ 33.202,32	\$ 33.866,37	\$ 33.866,37	\$ 33.866,37	\$ 33.866,37
Marketing y publicidad	\$ 450,00	\$ 443,25	\$ 436,60	\$ 430,05	\$ 423,60
Agua, luz, teléfono, gas	\$ 980,00	\$ 999,60	\$ 1.019,59	\$ 1.039,98	\$ 1.060,78
Reparación y mantenimiento	\$ 175,00	\$ 178,50	\$ 182,07	\$ 185,71	\$ 189,43
Otros	\$ 708,37	\$ 757,95	\$ 792,06	\$ 827,71	\$ 860,81
<b>Total Gastos Operativos</b>	<b>\$ 35.695,69</b>	<b>\$ 36.427,47</b>	<b>\$ 36.478,49</b>	<b>\$ 36.531,62</b>	<b>\$ 36.582,79</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS</b>	<b>\$ 8.223,19</b>	<b>\$ 12.449,99</b>	<b>\$ 15.438,30</b>	<b>\$ 18.676,56</b>	<b>\$ 21.660,59</b>
<b>CARGOS FIJOS</b>					
Arriendo	\$ 4.800,00	\$ 4.848,00	\$ 4.896,48	\$ 4.945,44	\$ 4.994,90
Depreciación	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00
Permisos de Funcionamiento	\$ 50,00	\$ 50,50	\$ 51,01	\$ 51,52	\$ 52,03
<b>Total cargos fijos</b>	<b>\$ 5.080,00</b>	<b>\$ 5.128,50</b>	<b>\$ 5.177,49</b>	<b>\$ 5.226,96</b>	<b>\$ 5.276,93</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 3.143,19</b>	<b>\$ 7.321,49</b>	<b>\$ 10.260,81</b>	<b>\$ 13.449,60</b>	<b>\$ 16.383,66</b>
Repartición a empleados (15%)	\$ 471,48	\$ 1.098,22	\$ 1.539,12	\$ 2.017,44	\$ 2.457,55
<b>Saldo</b>	<b>\$ 2.671,71</b>	<b>\$ 6.223,27</b>	<b>\$ 8.721,69</b>	<b>\$ 11.432,16</b>	<b>\$ 13.926,11</b>
Impuesto a la renta (25%)	\$ 785,80	\$ 1.830,37	\$ 2.565,20	\$ 3.362,40	\$ 4.095,91
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 1.885,91</b>	<b>\$ 4.392,89</b>	<b>\$ 6.156,49</b>	<b>\$ 8.069,76</b>	<b>\$ 9.830,19</b>

Tabla 16. Estado de pérdidas y ganancias proyectado a 5 años.

## 9.2 Inversión total de proyecto.

En la inversión total del proyecto se toman en cuenta todo el presupuesto requerido para comprar los equipos, utensilios, maquinaria, equipos de computación y desarrollo de la tienda virtual por la cual la pastelería va a receptor los pedidos.

Es necesario considerar que en el capital de trabajo se tomó en cuenta 3 meses de salarios, 3 meses de arriendo y 1 mes de insumos, dándonos como resultado la siguiente inversión.

**(ANEXOS I)**

<b>INVERSIÓN</b>		
<b>COCINA:</b> Equipo pesado/instalaciones		\$ 2.650,00
Fregaderos		
Mesones de acero inoxidable		
Campanas y extractores		
Estanterías		
<b>COCINA:</b> EQUIPO / Utensilios		\$ 11.966,72
<b>GENERALES Y ADMINISTRATIVOS</b>		\$ 5.480,00
Computadora e impresora		
Muebles de oficina		
Lockers		
Desarrollo de la tienda virtual		
<b>CONSTRUCCIÓN</b> (adecuación)		\$ 4.950,00
Instalación de equipos	\$ 1.500,00	
Obra civil	\$ 3.000,00	
Sistema de extracción	\$ 450,00	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		\$ 11.000,58
Sueldo	\$ 8.300,58	
Arriendo	\$ 1.200,00	
Insumos	\$ 1.500,00	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 36.047,30</b>

### **9.3 Rentabilidad del proyecto.**

Luego de haber realizado el flujo de caja proyectado a 5 años y el detalle de la inversión total requerida para el proyecto se analizará si el proyecto en cuestión es o no rentable; es decir, si queda ganancia después de descontar la inversión inicial. El EBITDA (indicador financiero) es la utilidad operativa, pero sin tener en cuenta los gastos que no implican desembolso de efectivo, en este caso las depreciaciones, como se ve en la tabla:

	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 3.143,19	\$ 7.321,49	\$ 10.260,81	\$ 13.449,60	\$ 16.383,66
Depreciación		\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00
<b>EBITDA</b>	<b>\$ -36.047,30</b>	<b>\$ 3.373,19</b>	<b>\$ 7.551,49</b>	<b>\$ 10.490,81</b>	<b>\$ 13.679,60</b>	<b>\$ 16.613,66</b>

Tabla 17. Cálculo de EBITDA

Con estos datos se elabora la siguiente tabla:

	0	1	2	3	4	5
Net Cash Flow	\$ -36.047,30	\$ 3.373,19	\$ 7.551,49	\$ 10.490,81	\$ 13.679,60	\$ 16.613,66
5 años						\$ 25.500,00
Flujo de caja total	\$ -36.047,30	\$ 3.373,19	\$ 7.551,49	\$ 10.490,81	\$ 13.679,60	\$ 42.113,66
CF acumulado		\$ 3.373,19	\$ 10.924,68	\$ 18.042,30	\$ 24.170,41	\$ 30.293,25
VP flujo de caja	\$ -36.047,30	\$ -32.674,11	\$ -21.749,43	\$ -3.707,13	\$ 20.463,28	\$ 50.756,54
Pay Back	\$ -36.047,30	\$ 2.907,92	\$ 5.611,99	\$ 6.721,02	\$ 7.555,12	\$ 20.050,86
Pay Back acumulado	\$ -36.047,30	\$ -33.139,38	\$ -27.527,39	\$ -20.806,37	\$ -13.251,25	\$ 6.799,61
		\$ 2.907,92	\$ 8.519,91	\$ 15.240,93	\$ 22.796,05	\$ 42.846,91

Tabla 18. Cifras de rentabilidad de la pastelería.

Con esta tabla se lograron determinar los datos (VAN y TIR) de sirvieron para demostrar la rentabilidad del proyecto y el PAYBACK como criterio de liquidez.

TIR	21,4%
VAN	\$ 42.846,91
Pay Back	4,31
VP flujo de caja	3,15
Tasa de descuento	16%

Tabla 19. Cifras de rentabilidad y liquidez.

Como se puede observar el proyecto obtiene una tasa de rentabilidad (TIR) de 21.4% (superior a la tasa de descuento de 16%) lo cual es bueno e indica que el proyecto es rentable; de la misma manera obtenemos un VAN positivo lo que demuestra que se ha cumplido con la tasa de descuento establecida y además se obtuvo una ganancia.

Además, obtenemos un PAY BACK (tiempo de retorno de la inversión) de 4.31, lo que indica que el dinero de la inversión será recuperado en 4 años y 3 meses, así demostrado en la tabla cifras de rentabilidad de la pastelería.

## 10. Conclusiones

En base a lo investigado y expuesto sobre el plan de factibilidad de la implementación de una pastelería que recepta los pedidos por medio de una tienda virtual se resuelven las siguientes conclusiones:

- Pícaro-pastelería es una idea nueva de negocio que se especializa en la producción de cupcakes innovadores (preparados con licores y productos de la zona) los cuales son empacados en cajas biodegradables que ayudan a reducir la contaminación ambiental.
- La idea de negocio de la pastelería se centra en ofrecer sus productos mediante una tienda virtual que permite interactuar a los clientes y el vendedor de manera más rápida, así como brindar un servicio más personalizado lo que le convierte a la pastelería como una opción amigable y rápida de receptar pedidos de cupcakes al ahorrar tiempo a los clientes en ir a visitar una tienda física.
- La preparación y comercialización de cupcakes es una idea innovadora para optar por una nueva opción de postres para eventos como remplazo de los pasteles tradicionales, puesto que los cupcakes permiten controlar el tamaño de la porción para cada uno de los comensales; así como, obtener un estándar en la decoración y que la misma no se estropee al momento de distribuirlos a los comensales.
- Las alianzas estratégicas con proveedores y empresas para entregar los cupcakes son muy importantes y necesarias para lograr un escenario ganar/ganar entre empresas.
- El estudio de la oferta y la demanda, además, de la realización de estados financieros proyectados demostraron que el proyecto en cuestión es viable y rentable; siendo que se logrará recuperar la inversión para el cuarto año.

## Referencias Bibliográficas

BancodelPacífico. (s.f.). Recuperado el 15 de Abril de 2021, de

<https://www.bancodelpacifico.com/pacificard/soluciones-para-tu-negocio/afiliacion-de-comercios>

BancodelPacífico. (12 de Diciembre de 2017). Recuperado el 15 de Abril de 2021, de

<https://bancopacificoprensa.ec/alianza-bp-y-paymentez-cambiara-la-historia-del-ecommerce-ecuador-2/>

CPN. (2021). Recuperado el 21 de Abril de 2021, de

<https://www.cpn.fin.ec/blog/2021/01/15/sabes-que-son-los-fondos-de-reserva-y-para-que-sirven/#:~:text=Los%20Fondos%20de%20Reserva%20como,durante%20sus%20a%C3%B1os%20de%20trabajo.>

Ecuadorencifras. (1 de Diciembre de 2011). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 20 de Marzo de

2020, de Ecuador en cifras: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Estratificacion\\_Nivel\\_Socioeconomico/111220\\_NSE\\_Presentacion.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf)

EcuadorenDirecto. (23 de Agosto de 2020). *EcuadorenDirecto*. Recuperado el 11 de Abril de

2021, de EcuadorenDirecto: <https://ecuadorendirecto.com/2020/08/23/la-humanidad-ya-ha-consumido-los-recursos-naturales-de-la-tierra-reservados-para-2020/>

Ecuadoronline. (2020). Recuperado el 21 de Abril de 2021, de

[http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/decimo-tercer-sueldo/#:~:text=El%20d%C3%A9cimo%20tercer%20sueldo\(d%C3%A9cima,percibido%20durante%20el%20a%C3%B1o%20calendario.](http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/decimo-tercer-sueldo/#:~:text=El%20d%C3%A9cimo%20tercer%20sueldo(d%C3%A9cima,percibido%20durante%20el%20a%C3%B1o%20calendario.)

*El Comercio*. (28 de Abril de 2018). Recuperado el 11 de Abril de 2021, de El Comercio:

<https://www.elcomercio.com/tendencias/decoracion-pasteles-flores-letras-reposteria.html>

*El comercio*. (16 de Enero de 2021). Recuperado el 28 de Febrero de 2021, de El comercio:

<https://www.elcomercio.com/actualidad/aplicaciones-digitales-iva-catastro-sri.html>

Expreso. (11 de Marzo de 2021). *Expreso*. Recuperado el 21 de Abril de 2021, de

<https://www.expreso.ec/actualidad/economia/decimo-cuarto-sueldo-pagaran-99893.html#:~:text=El%20d%C3%A9cimo%20cuarto%20sueldo%2C%20m%C3%A1s,d e%20su%20cargos%20o%20remuneraci%C3%B3n>.

INEC. (2019). *INEC*. Recuperado el 26 de Marzo de 2021, de INEC:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/matrimonios-divorcios/>

INEC. (5 de Diciembre de 2020). *INEC*. Recuperado el 20 de Marzo de 2021, de INEC:

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tras-las-cifras-de-quito/#:~:text=En%20el%202020%20Quito%20ser%C3%A1,Estad%C3%ADstica%20y%20Censos%20\(INEC\)](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tras-las-cifras-de-quito/#:~:text=En%20el%202020%20Quito%20ser%C3%A1,Estad%C3%ADstica%20y%20Censos%20(INEC)).

Informa, Q. (16 de Junio de 2020). *Quito Informa*. Recuperado el 26 de Marzo de 2021, de Quito

Informa: <http://www.quitoinforma.gob.ec/2020/06/16/turismo-de-reuniones-quito-entre-los-11-destinos-preferidos-de-america-del-sur-para-realizar-eventos-internacionales/>

Ministeriodeambiente. (s.f.). *Ministeriodeambiente*. Recuperado el 11 de Abril de 2020, de

Ministeriodeambiente: [http://huella-ecologica.ambiente.gob.ec/huella\\_nacional.php](http://huella-ecologica.ambiente.gob.ec/huella_nacional.php)

Municipio de Quito. (s.f.). *Municipio de Quito*. Recuperado el 11 de Abril de 2021, de Municipio

de Quito: <https://www.quito.gob.ec/index.php/quito-por-temas/territorio-habitat-y-vivienda/98-la-secretaria-lidera-los-procesos-de-desarrollo-arquitectonico-urbano-territorial-del-espacio-publico>

PERMISOSQUITO. (s.f.). *PERMISOSQUITO*. Recuperado el 22 de Marzo de 2021, de

PERMISOSQUITO: <https://permisosquito.com/permisos-funcionamiento-panaderias-cafeterias-quito/>

*PRIMICIAS*. (2020). Recuperado el 21 de Abril de 2021, de PRIMICIAS:

[https://www.primicias.ec/noticias/economia/afiliados-iess-podran-ver-  
aportes/#:~:text=Estos%20son%20los%20porcentajes%3A,aporta%20el%209%2C15%25](https://www.primicias.ec/noticias/economia/afiliados-iess-podran-ver-aportes/#:~:text=Estos%20son%20los%20porcentajes%3A,aporta%20el%209%2C15%25)

Primicias. (2020). *Primicias*. Recuperado el 11 de Abril de 2021, de Primicias:

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/apertura-negocios-ecuador-tiempo-empresas/>

RevistaLíderes. (s.f.). *RevistaLíderes*. Recuperado el 11 de Abril de 2021, de RevistaLíderes:

<https://www.revistalideres.ec/lideres/cupcake-da-paso-nuevas-microempresas.html>

SRI. (s.f.). *SRI*. Recuperado el 22 de Marzo de 2021, de SRI:

[https://www.sri.gob.ec/web/guest/generacion-de-clave-por-primera-  
vez#%C2%BFc%C3%B3mo-ingreso](https://www.sri.gob.ec/web/guest/generacion-de-clave-por-primera-vez#%C2%BFc%C3%B3mo-ingreso)

*Stadista*. (Diciembre de 14 de 2020). Recuperado el 2 de Mayo de 2021, de

<https://es.statista.com/estadisticas/1190037/tasa-de-inflacion-ecuador/>

TendenciasTecnológicas. (29 de Septiembre de 2020). *TendenciasTecnológicas*. Recuperado el 11

de Abril de 2021, de TendenciasTecnológicas: [https://assets.ey.com/content/dam/ey-  
sites/ey-com/es\\_ec/topics/advisory/ey-tendencias-tecnologicas-13-04-2020.pdf](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_ec/topics/advisory/ey-tendencias-tecnologicas-13-04-2020.pdf)

Torres, M. (2015). Tamaño de la muestra para una investigación de mercado. (Boletín electrónico

2). Recuperado el 15 de Abril de 2021, de

[http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL\\_02\\_BAS02%20D  
ETERMINACION%20TAMA%C3%91O%20MUESTRA.pdf](http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL_02_BAS02%20D<br/>ETERMINACION%20TAMA%C3%91O%20MUESTRA.pdf)

TPM. (2007). Recuperado el 21 de Abril de 2021, de

<https://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/cultura.pdf>

Universo, E. (28 de Septiembre de 2020). Recuperado el 21 de Abril de 2021, de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/09/28/nota/7993762/como-es-calculo->

vacaciones-trabajador-

ecuador/#:~:text=El%20C%C3%B3digo%20de%20Trabajo%20establece,extraordinarias  
%20u%20otra%20retribuci%C3%B3n%20accesoria.


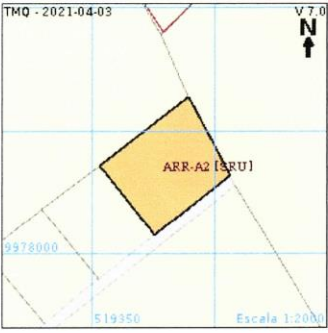
Universo, E. (21 de Enero de 2021). *El Universo*. Recuperado el 4 de Marzo de 2021, de El  
Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2021/01/07/nota/9316303/inflacion-ecuador-2020-indice-negativo-enero-2021/>



## Anexo A: IRM

3/4/2021

INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA

INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA		Municipio del Distrito Metropolitano de Quito						
IRM - CONSULTA								
*INFORMACIÓN PREDIAL EN UNIPROPIEDAD			*IMPLANTACIÓN GRÁFICA DEL LOTE					
<b>DATOS DEL TITULAR DE DOMINIO</b> C.C./R.U.C.: 1700286345 Nombre o razón social: CORO GOMEZ JOSE BENJAMIN								
<b>DATOS DEL PREDIO</b> Número de predio: 5191611 Geo clave: Clave catastral anterior: 10535 06 001 000 000 000 En derechos y acciones: SI								
<b>ÁREAS DE CONSTRUCCIÓN</b> Área de construcción cubierta: 85.00 m2 Área de construcción abierta: 0.00 m2 Área bruta total de construcción: 85.00 m2								
<b>DATOS DEL LOTE</b> Área según escritura: 1848.00 m2 Área gráfica: 1507.63 m2 Frente total: 43.87 m Máximo ETAM permitido: 10.00 % = 184.80 m2 [SRU]								
Zona Metropolitana: AEROPUERTO Parroquia: YARUQUI Barrio/Sector: OYAMBARILLO Dependencia administrativa: Administración Zonal Tumbaco Aplica a incremento de pisos:								
<b>VÍAS</b>								
<b>Fuente</b>	<b>Nombre</b>	<b>Ancho (m)</b>				<b>Referencia</b>	<b>Nomenclatura</b>	
SIREC-Q	39647	12				5 m a 6m del eje vial	0	
<b>REGULACIONES</b>								
<b>ZONIFICACIÓN</b> Zona: A2 (A1002-35) Lote mínimo: 1000 m2 Frente mínimo: 20 m COS total: 70 % COS en planta baja: 35 %		<b>PISOS</b> Altura: 8 m Número de pisos: 2				<b>RETIROS</b> Frontal: 5 m Lateral: 3 m Posterior: 3 m Entre bloques: 6 m		
<b>Forma de ocupación del suelo:</b> (A) Aislada <b>Uso de suelo:</b> (ARR) Agrícola Residencial Rural		<b>Clasificación del suelo:</b> (SRU) Suelo Rural <b>Factibilidad de servicios básicos:</b> NO						
<b>AFECTACIONES/PROTECCIONES</b>								
<b>Descripción</b>	<b>Tipo</b>	<b>Derecho de vía</b>	<b>Retiro (m)</b>	<b>Observación</b>				
<b>OBSERVACIONES</b> SOLICITAR LA ACTUALIZACION DEL RECORRIDO CATASTRAL GRAFICO EN EL AREA DE AVALUOS Y CATASTROS DETERMINANDO LA DELIMITACION Y UBICACION EXACTA DE LA PROPIEDAD. AREA DE TERRENO GRAFICADA EN EL SISTEMA DE INFORMACION GEOGRAFICA (SICMA) ES MUCHO MAYOR A LA INGRESADA EN EL CATASTRO SOLICITAR DEFINICION Y REPLANTEO DEL NUEVO PROYECO VIAL DISEÑADO POR LA ADM ZONAL DE TUMBACO. AREA DE PROTECCION A 1,50M DEL CANAL DE RIEGO SECTOR OYAMBARILLO PARROQUIA DE YARUQUI. SE TRATA DE DERECHOS Y ACCIONES. Previa a iniciar cualquier proceso de edificación o habilitación del suelo, procederá con la regularización de excedentes o diferencias de áreas del lote en la Dirección Metropolitana de Catastros, conforme lo establece el CÓDIGO MUNICIPAL, TITULO II.								
<b>NOTAS</b> - Los datos aquí representados están referidos al Plan de Uso y Ocupación del Suelo e instrumentos de planificación complementarios, vigentes en el DMQ. - Esta información consta en los archivos catastrales del MDMDQ. Si existe algún error acercarse a las unidades desconcentradas de Catastro de la Administración Zonal correspondiente para la actualización y corrección respectiva. - Este informe no representa título legal alguno que perjudique a terceros. - Este informe no autoriza ningún trabajo de construcción o división de lotes, tampoco autoriza el funcionamiento de actividad alguna. - "ETAM" es el "Error Técnico Aceptable de Medición", expresado en porcentaje y m2, que se acepta entre el área establecida en el Título de Propiedad (escritura), y la superficie del lote de terreno proveniente de la medición realizada por el MDMDQ, dentro del proceso de regularización de excedentes y diferencias de superficies, conforme lo establecido en el Artículo 481.1 del COOTAD; y, a la Ordenanza Metropolitana 0126 sancionada el 19 de julio de 2016. - Para iniciar cualquier proceso de habilitación de la edificación del suelo o actividad, se deberá obtener el IRM respectivo en la administración zonal correspondiente. - Este informe tendrá validez durante el tiempo de vigencia del PUOS. - Para la habilitación de suelo y edificación los lotes ubicados en área rural solicitará a la EPMAPS factibilidad de servicios de agua potable y alcantarillado.								

[https://pam.quito.gob.ec/mdmq\\_web\\_irm/irm/irm.jsf](https://pam.quito.gob.ec/mdmq_web_irm/irm/irm.jsf)

## Anexo B: Patente municipal



**GAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**  
**FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN O ACTUALIZACIÓN**  
**DEL REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS TRIBUTARIAS – RAET (PATENTE)**  
**PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD**

DD/MM/AAAA  
 Fecha:

A. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE	
APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS:	<input style="width: 100%;" type="text"/>
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:	<input style="width: 100%;" type="text"/>
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	<input style="width: 100%;" type="text"/>
FECHA DE REINICIO DE ACTIVIDADES:	<input style="width: 100%;" type="text"/>

INSCRIPCIÓN:       ACTUALIZACIÓN:

En caso de Inscripción llenar todos los campos del formulario, en caso de Actualización, llenar solo los campos que se requiera actualizar información.

B. DATOS DE UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE			
PROVINCIA:	<input style="width: 100%;" type="text"/>	CANTÓN:	<input style="width: 100%;" type="text"/>
PARROQUIA:	<input style="width: 100%;" type="text"/>	BARRIO:	<input style="width: 100%;" type="text"/>
CALLE PRINCIPAL:	<input style="width: 80%;" type="text"/>	No:	<input style="width: 20%;" type="text"/>
CALLE SECUNDARIA:	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
REFERENCIA DE UBICACIÓN:	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
CORREO ELECTRÓNICO:	<input style="width: 40%;" type="text"/>	TELÉFONO:	<input style="width: 40%;" type="text"/>
		CEL:	<input style="width: 40%;" type="text"/>

C. DATOS DEL DOMICILIO TRIBUTARIO DEL CONTRIBUYENTE (ESTABLECIMIENTO MATRIZ)					
NO. ESTABLECIMIENTO:	<input style="width: 100%;" type="text"/>	PROVINCIA:	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
CANTÓN:	<input style="width: 100%;" type="text"/>	PARROQUIA:	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
BARRIO:	<input style="width: 100%;" type="text"/>				
CALLE PRINCIPAL:	<input style="width: 80%;" type="text"/>	No:	<input style="width: 20%;" type="text"/>		
CALLE SECUNDARIA:	<input style="width: 100%;" type="text"/>				
CONJUNTO:	<input style="width: 40%;" type="text"/>	EDIFICIO:	<input style="width: 40%;" type="text"/>	PISO:	<input style="width: 20%;" type="text"/>
MANZANA:	<input style="width: 40%;" type="text"/>	VÍA:	<input style="width: 40%;" type="text"/>	KM:	<input style="width: 20%;" type="text"/>
REFERENCIA DE UBICACIÓN:	<input style="width: 100%;" type="text"/>				
CORREO ELECTRÓNICO:	<input style="width: 40%;" type="text"/>	TELÉFONOS:	1	<input style="width: 40%;" type="text"/>	2
				<input style="width: 40%;" type="text"/>	<input style="width: 40%;" type="text"/>

D. ESTABLECIMIENTOS EN EL CANTÓN QUITO					
NO. ESTABLECIMIENTO:	<input style="width: 100%;" type="text"/>	PARROQUIA:	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
BARRIO:	<input style="width: 100%;" type="text"/>				
CALLE PRINCIPAL:	<input style="width: 80%;" type="text"/>	No:	<input style="width: 20%;" type="text"/>		
CALLE SECUNDARIA:	<input style="width: 100%;" type="text"/>				
CONJUNTO:	<input style="width: 40%;" type="text"/>	EDIFICIO:	<input style="width: 40%;" type="text"/>	PISO:	<input style="width: 20%;" type="text"/>
MANZANA:	<input style="width: 40%;" type="text"/>	VÍA:	<input style="width: 40%;" type="text"/>	KM:	<input style="width: 20%;" type="text"/>
REFERENCIA DE UBICACIÓN:	<input style="width: 100%;" type="text"/>				
CORREO ELECTRÓNICO:	<input style="width: 40%;" type="text"/>	TELÉFONOS:	1	<input style="width: 40%;" type="text"/>	2
				<input style="width: 40%;" type="text"/>	<input style="width: 40%;" type="text"/>

Ulenar la información de al menos uno de los establecimientos ubicados en el Cantón Quito.

E. EN CASO DE ARTESANOS CALIFICADOS POR LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO	
No. DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	<input style="width: 100%;" type="text"/>
FECHA DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	<input style="width: 100%;" type="text"/>

## Anexo C: LUAE

## FORMULARIO DECLARATIVO CRTAU-01

Del cumplimiento de las condiciones mínimas en materia de Reglas Técnicas de Arquitectura y Urbanismo para las actividades de equipamientos y servicios o comercio con relación de compatibilidad permitida con el uso de suelo en edificaciones existentes para la emisión de LUAE



Del Anexo del libro Innumerado "Del Régimen Administrativo del suelo en el Distrito Metropolitano de Quito" sancionado con la Ordenanza Metropolitana No. 172 del 30 de diciembre de 2011 y su Ordenanza Metropolitana Reformativa No. 432 del 13 de septiembre de 2013.

INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE*		INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO*	
101   NOMBRES Y APELLIDOS		201   RUC / RISE	
102   C.I. / PASAPORTE No.		202   NOMBRE COMERCIAL	
103   NÚMERO TELEFÓNICO		203   ESTABLECIMIENTO No.	204   PREDIO No.
104   CORREO ELECTRÓNICO		205   DIRECCIÓN	
106   DIRECCIÓN DOMICILIO		206   ÁREA ÚTIL	m2 207   TIPO DE USO

REGLAS TÉCNICAS*		
ELEMENTO	CUMPLIMIENTO	REFERENCIA
301   La altura del establecimiento medida desde el piso hasta el tumbado es igual o mayor 2,30m. (REFERENCIA 1)	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	1
302   El establecimiento tiene en su interior una circulación con un ancho libre o sin obstáculos de mínimo 90 cm. (REFERENCIA 2)	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	2
303   La puerta de Ingreso al establecimiento mide al menos 90 cm de ancho para pasar. (REFERENCIA 3)	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	
304   La puerta de Ingreso al establecimiento mide al menos 2,05 m de alto para pasar. (REFERENCIA 3)	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	
305   El establecimiento tiene puertas de vidrio, ventanas o claraboyas por donde Ingrese luz natural	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI EL ESTABLECIMIENTO ESTÁ DENTRO DE UN CENTRO COMERCIAL	3
306   El establecimiento se ventila por: (REFERENCIA 4)	<input type="checkbox"/> Ventana o puerta al exterior <input type="checkbox"/> Ventilación mecánica <input type="checkbox"/> Ductos <input type="checkbox"/> No se ventila	
307   El establecimiento tiene al menos un medio baño dentro del mismo, entendiendo al medio baño como el cuarto de baño con un inodoro y un lavamanos. (REFERENCIA 5)	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	4
308   El cuarto de baño del establecimiento tiene una altura mayor o igual a 2,30 m, medido desde el piso hasta el tumbado. (REFERENCIA 5)	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	
309   Todos los lados del baño tienen por lo menos 90 cm de ancho. (REFERENCIA 5)	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	
310   El baño se ventila por: (REFERENCIA 4)	<input type="checkbox"/> Ventana al exterior <input type="checkbox"/> Ventilación mecánica <input type="checkbox"/> Ductos <input type="checkbox"/> No se ventila	5
311   El establecimiento fue diseñado y declarado como área útil para uso comercial o de oficinas y no es una adaptación de un espacio de circulación comunal, estacionamiento cubierto o bodega sin regularizar.	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	

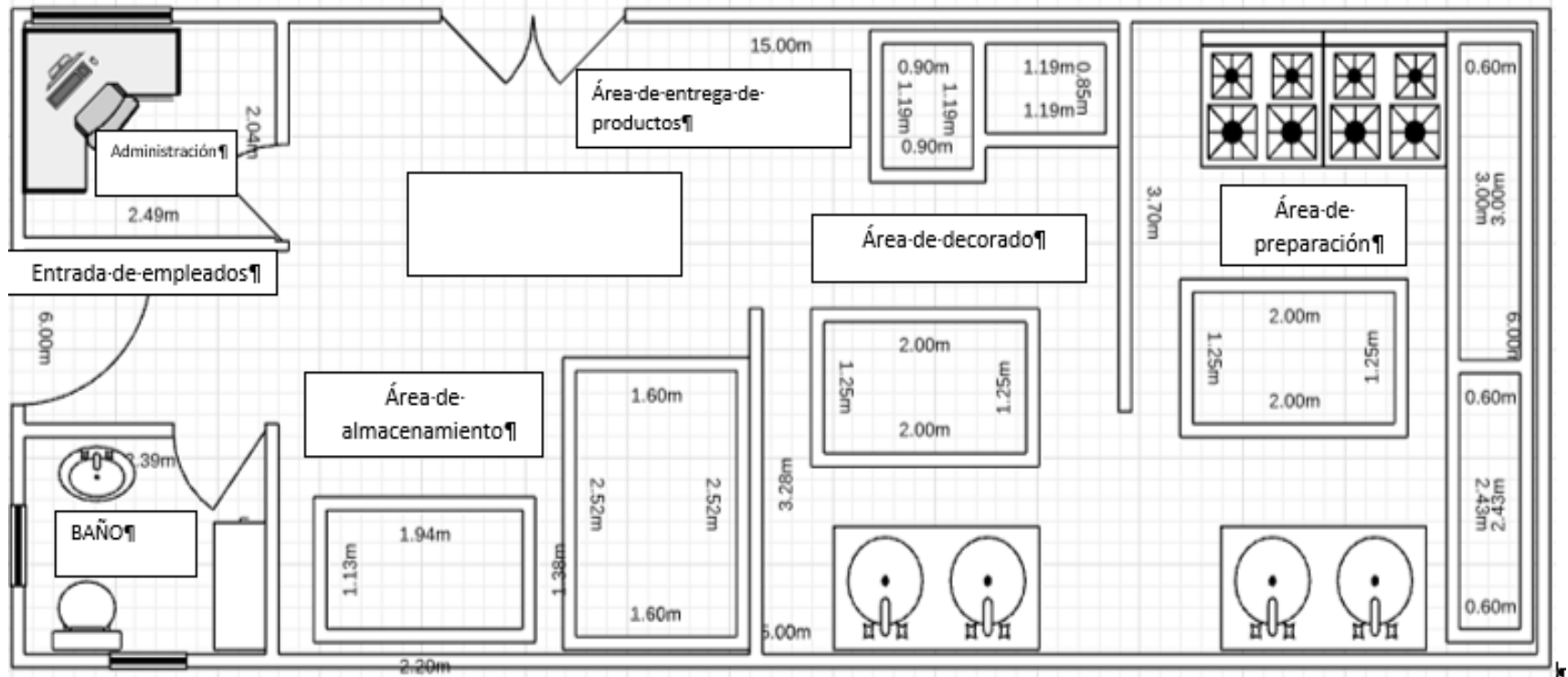
Yo, \_\_\_\_\_ (NOMBRE DEL TITULAR DE LUAE/ REPRESENTANTE LEGAL) portador del documento de Identificación No. \_\_\_\_\_ (No. CÉDULA / PASAPORTE), por mis propios derechos (o en legal representación de la persona jurídica identificada en este documento), declaro que lo consignado en este formulario se encuentra en absoluta correspondencia con la verdad y que conozco y entiendo las consecuencias del incumplimiento de estas reglas técnicas o de su falsa declaración.

_____	_____	_____
FIRMA TITULAR LUAE / REPRESENTANTE LEGAL	C.I./PASAPORTE	FECHA (dd/mm/aaaa)

\* REVISAR LAS INDICACIONES DE CÓMO LLENAR EL FORMULARIO EN EL INSTRUCTIVO EN LA PÁGINA SIGUIENTE  
FORMULARIO GRATUITO.



Anexo E: Plano de la planta de producción



## Anexo F: Recetas estándar

Cupcake clásico

<b>Rendimiento</b>	1,435
<b>Tamaño de porción</b>	0,120
<b>Numero de Porciones</b>	12 Porciones

Item No.	Cantidad	Unidad	Item	Costo	Costo total
30	0,500	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,45
4	0,250	kilogramo	Azúcar granulada	\$ 1,00	\$ 0,25
1	0,200	litro	Aceite	\$ 2,25	\$ 0,45
35	0,200	litro	Leche	\$ 0,80	\$ 0,16
65	0,055	kilogramo	Polvo de hornear	\$ 3,15	\$ 0,17
32	3,000	unidades	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,45
20	0,400	litro	Crema de leche	\$ 4,50	\$ 1,80
6	0,050	kilogramo	Azúcar pulverizada	\$ 1,80	\$ 0,09

\$ 3,823

*Food Cost*

*por* \$ 0,320

*porción*

Cupcake de chocolate

<b>Rendimiento</b>	2,730
<b>Tamaño de porción</b>	0,120
<b>Numero de Porciones</b>	23 Porciones

Item No.	Cantidad	Unidad	Item	Costo	Costo total
30	1,000	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,90
17	0,250	kilogramo	Chocolate negro	\$ 5,60	\$ 1,40
4	0,200	kilogramo	Azúcar granulada	\$ 1,00	\$ 0,20
45	0,200	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,40
32	6,000	unidades	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,90
65	0,120	kilogramo	Polvo de hornear	\$ 3,15	\$ 0,38
46	0,200	litro	Manjar de leche	\$ 4,20	\$ 0,84
28	0,100	kilogramo	Frutilla	\$ 2,00	\$ 0,20
49	0,050	kilogramo	Menta fresca	\$ 7,00	\$ 0,35
20	0,250	litro	Crema de leche	\$ 4,50	\$ 1,13

\$ 6,693

*Food Cost*

*por* \$ 0,294

*porción*

### Cupcake de chocolate y licor de menta

<b>Rendimiento</b>	6,118
<b>Tamaño de porción</b>	0,120
<b>Numero de Porciones</b>	51 Porciones

Item No.	Cantidad	Unidad	Item	Costo	Costo total
30	0,600	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,54
45	0,460	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,92
4	0,480	kilogramo	Azúcar granulada	\$ 1,00	\$ 0,48
32	12,000	unidad	Huevos	\$ 0,15	\$ 1,80
8	0,200	kilogramo	Cacao en polvo	\$ 5,80	\$ 1,16
36	0,088	kilogramo	Levadura seca	\$ 7,25	\$ 0,64
35	0,550	litro	Leche	\$ 0,80	\$ 0,44
38	0,120	litro	Licor de menta	\$ 13,00	\$ 1,56
45	0,460	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,92
6	1,500	kilogramo	Azúcar pulverizada	\$ 1,80	\$ 2,70
8	0,340	kilogramo	Cacao en polvo	\$ 5,80	\$ 1,97
35	0,340	litro	Leche	\$ 0,80	\$ 0,27
38	0,160	litro	Licor de menta	\$ 13,00	\$ 2,08
49	0,100	kilogramo	Menta fresca	\$ 7,00	\$ 0,70

\$ 16,182

*Food Cost*  
*por* \$ 0,317  
*porción*

### Cupcake de zanahoria

<b>Rendimiento</b>	3,442
<b>Tamaño de porción</b>	0,120
<b>Numero de Porciones</b>	29 Porciones

Item No.	Cantidad	Unidad	Item	Costo	Costo total
4	0,500	kilogramo	Azúcar granulada	\$ 1,00	\$ 0,50
1	0,330	litro	Aceite	\$ 2,25	\$ 0,74
23	0,015	litro	Esencia de vainilla blanco	\$ 9,40	\$ 0,14
32	3,000	unidad	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,45
30	0,500	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,45
14	0,030	kilogramo	Canela en polvo	\$ 2,75	\$ 0,08
7	0,030	kilogramo	Bicarbonato	\$ 2,00	\$ 0,06
68	0,022	kilogramo	Sal	\$ 0,45	\$ 0,01
72	0,500	kilogramo	Zanahoria	\$ 0,45	\$ 0,23
56	0,250	kilogramo	Nuez sin cáscara	\$ 12,00	\$ 3,00
66	0,340	kilogramo	Queso crema	\$ 7,00	\$ 2,38
45	0,230	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,46
24	0,015	litro	Esencia de vainilla negro	\$ 7,30	\$ 0,11
6	0,500	kilogramo	Azúcar pulverizada	\$ 1,80	\$ 0,90

\$ 9,510

*Food Cost*  
*por* \$ 0,332  
*porción*

**Cupcake de zanahoria y perefil**

<b>Rendimiento</b>	3,392
<b>Tamano de porcion</b>	0,120
<b>Numero de Porciones</b>	28 Porciones

Item No.	Cantidad	Unidad	Item	Costo	Costo total
4	0,500	kilogramo	Azúcar granulada	\$ 1,00	\$ 0,50
1	0,330	litro	Aceite	\$ 2,25	\$ 0,74
23	0,015	litro	Esencia de vainilla blanco	\$ 9,40	\$ 0,14
32	3,000	unidad	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,45
30	0,500	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,45
14	0,030	kilogramo	Canela en polvo	\$ 2,75	\$ 0,08
7	0,030	kilogramo	Bicarbonato	\$ 2,00	\$ 0,06
68	0,022	kilogramo	Sal	\$ 0,45	\$ 0,01
72	0,500	kilogramo	Zanahoria	\$ 0,45	\$ 0,23
58	0,200	kilogramo	Perejil	\$ 3,50	\$ 0,70
66	0,340	kilogramo	Queso crema	\$ 7,00	\$ 2,38
45	0,230	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,46
24	0,015	litro	Esencia de vainilla negro	\$ 7,30	\$ 0,11
6	0,500	kilogramo	Azúcar pulverizada	\$ 1,80	\$ 0,90
				\$ 7,210	

**Food Cost**  
**por** \$ 0,255  
**porcion**

**Cupcake de red velvet**

<b>Rendimiento</b>	2,205
<b>Tamano de porcion</b>	0,120
<b>Numero de Porciones</b>	18 Porciones

Item No.	Cantidad	Unidad	Item	Costo	Costo total
30	0,300	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,27
35	0,260	litro	Leche	\$ 0,80	\$ 0,21
4	0,300	kilogramo	Azúcar granulada	\$ 1,00	\$ 0,30
32	2,000	unidad	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,30
45	0,140	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,28
8	0,025	kilogramo	Cacao en polvo	\$ 5,80	\$ 0,15
23	0,015	litro	Esencia de vainilla blanco	\$ 9,40	\$ 0,14
19	0,020	litro	Colorante Rojo	\$ 24,00	\$ 0,48
69	0,020	litro	Vinagre	\$ 1,75	\$ 0,04
7	0,015	kilogramo	Bicarbonato	\$ 2,00	\$ 0,03
6	0,500	kilogramo	Azúcar pulverizada	\$ 1,80	\$ 0,90
45	0,200	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,40
66	0,260	kilogramo	Queso crema	\$ 7,00	\$ 1,82
35	0,030	litro	Leche	\$ 0,80	\$ 0,02
				\$ 5,333	

**Food Cost**  
**por** \$ 0,290  
**porcion**



**Cupcake de frutos rojos**

<b>Rendimiento</b>	1,745
<b>Tamano de porcion</b>	0,120
<b>Numero de Porciones</b>	15 Porciones

Item No.	Cantidad	Unidad	Item	Costo	Costo total
30	0,440	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,40
36	0,030	kilogramo	Levadura seca	\$ 7,25	\$ 0,22
68	0,005	kilogramo	Sal	\$ 0,45	\$ 0,00
66	0,200	kilogramo	Queso crema	\$ 7,00	\$ 1,40
35	0,030	litro	Leche	\$ 0,80	\$ 0,02
32	2,000	unidad	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,30
24	0,020	litro	Esencia de vainilla negro	\$ 7,30	\$ 0,15
4	0,200	kilogramo	Azúcar granulada	\$ 1,00	\$ 0,20
54	0,100	kilogramo	Mora	\$ 2,00	\$ 0,20
26	0,100	kilogramo	Frambuesas	\$ 9,50	\$ 0,95
3	0,100	kilogramo	Arándanos frescos	\$ 9,50	\$ 0,95
66	0,200	kilogramo	Queso crema	\$ 7,00	\$ 1,40
51	0,200	kilogramo	Mermelada de mora	\$ 9,75	\$ 1,95
				\$ 8,136	

**Food Cost**  
**por** \$ 0,559  
**porcion**

**Cupcake de café**

<b>Rendimiento</b>	2,425
<b>Tamano de porcion</b>	0,120
<b>Numero de Porciones</b>	20 Porciones

Item No.	Cantidad	Unidad	Item	Costo	Costo total
30	0,500	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,45
7	0,030	kilogramo	Bicarbonato	\$ 2,00	\$ 0,06
68	0,005	kilogramo	Sal	\$ 0,45	\$ 0,00
45	0,250	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,50
4	0,400	kilogramo	Azúcar granulada	\$ 1,00	\$ 0,40
32	4,000	unidad	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,60
24	0,045	litro	Esencia de vainilla negro	\$ 7,30	\$ 0,33
9	0,060	kilogramo	Café instantáneo	\$ 23,00	\$ 1,38
6	0,500	kilogramo	Azúcar pulverizada	\$ 1,80	\$ 0,90
45	0,350	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,70
9	0,045	kilogramo	Café instantáneo	\$ 23,00	\$ 1,04
				\$ 6,356	

**Food Cost**  
**por** \$ 0,315  
**porcion**

**Cupcake de plátano**

<b>Rendimiento</b>	1,865
<b>Tamano de porcion</b>	0,120
<b>Numero de Porciones</b>	16 Porciones

Item No.	Cantidad	Unidad	Item	Costo	Costo total
45	0,125	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,25
32	4,000	unidad	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,60
24	0,045	litro	Esencia de vainilla negro	\$ 7,30	\$ 0,33
4	0,350	kilogramo	Azúcar granulada	\$ 1,00	\$ 0,35
30	0,650	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,59
65	0,025	kilogramo	Polvo de hornear	\$ 3,15	\$ 0,08
7	0,010	kilogramo	Bicarbonato	\$ 2,00	\$ 0,02
68	0,015	kilogramo	Sal	\$ 0,45	\$ 0,01
64	5,000	unidad	Plátano seda	\$ 0,06	\$ 0,30
20	0,450	litro	Crema de leche	\$ 4,50	\$ 2,03
71	0,125	litro	Yogurt natural	\$ 3,50	\$ 0,44
				\$	4,982

*Food Cost*  
*por* \$ 0,321  
*porcion*

**Cupcake de daikiri de fresa**

<b>Rendimiento</b>	1,807
<b>Tamano de porcion</b>	0,120
<b>Numero de Porciones</b>	15 Porciones

Item No.	Cantidad	Unidad	Item	Costo	Costo total
67	0,200	litro	Ron blanco	\$ 8,50	\$ 1,70
6	0,240	kilogramo	Azúcar pulverizada	\$ 1,80	\$ 0,43
28	0,400	kilogramo	Frutilla	\$ 2,00	\$ 0,80
30	0,250	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,23
45	0,040	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,08
36	0,022	kilogramo	Levadura seca	\$ 7,25	\$ 0,16
68	0,010	kilogramo	Sal	\$ 0,45	\$ 0,00
32	1,000	unidad	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,15
35	0,120	litro	Leche	\$ 0,80	\$ 0,10
24	0,015	litro	Esencia de vainilla negro	\$ 7,30	\$ 0,11
45	0,080	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,16
6	0,250	kilogramo	Azúcar pulverizada	\$ 1,80	\$ 0,45
35	0,120	litro	Leche	\$ 0,80	\$ 0,10
				\$	4,463

*Food Cost*  
*por* \$ 0,296  
*porcion*

**Cupcake de mojito (hierba buena)**

<b>Rendimiento</b>	1,370
<b>Tamano de porcion</b>	0,150
<b>Numero de Porciones</b>	9 Porciones

Item No.	Cantidad	Unidad	Item	Costo	Costo total
45	0,150	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,30
4	0,130	kilogramo	Azúcar granulada	\$ 1,00	\$ 0,13
32	2,000	unidad	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,30
30	0,200	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,18
35	0,100	litro	Leche	\$ 0,80	\$ 0,08
36	0,015	kilogramo	Levadura seca	\$ 7,25	\$ 0,11
6	0,100	kilogramo	Azúcar pulverizada	\$ 1,80	\$ 0,18
45	0,050	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,10
39	0,400	unidad	Lima	\$ 1,25	\$ 0,50
31	0,005	kilogramo	Hierba buena	\$ 5,50	\$ 0,03
67	0,100	litro	Ron blanco	\$ 8,50	\$ 0,85
					\$ 2,756

**Food Cost**  
*por* \$ 0,302  
**porcion**

**Cupcake de naranja**

<b>Rendimiento</b>	1,060
<b>Tamano de porcion</b>	0,120
<b>Numero de Porciones</b>	9 Porciones

Item No.	Cantidad	Unidad	Item	Costo	Costo total
30	0,200	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,18
65	0,020	kilogramo	Polvo de hornear	\$ 3,15	\$ 0,06
32	2,000	unidad	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,30
5	0,200	kilogramo	Azúcar morena	\$ 1,00	\$ 0,20
45	0,100	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,20
55	0,200	kilogramo	Naranja	\$ 1,50	\$ 0,30
24	0,020	litro	Esencia de vainilla negro	\$ 7,30	\$ 0,15
35	0,050	litro	Leche	\$ 0,80	\$ 0,04
52	0,150	litro	Mermelada de naranja	\$ 11,25	\$ 1,69
					\$ 3,117

**Food Cost**  
*por* \$ 0,353  
**porcion**

### Cupcake de Pisco Sour

<b>Rendimiento</b>	1,427
<b>Tamano de porcion</b>	0,120
<b>Numero de Porciones</b>	12 Porciones

Item No.	Cantidad	Unidad	Item	Costo	Costo total
30	0,375	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,34
65	0,022	kilogramo	Polvo de hornear	\$ 3,15	\$ 0,07
68	0,015	kilogramo	Sal	\$ 0,45	\$ 0,01
45	0,100	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,20
4	0,100	kilogramo	Azúcar granulada	\$ 1,00	\$ 0,10
32	2,000	unidad	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,30
40	0,200	unidad	Limón meyer	\$ 0,75	\$ 0,15
63	0,060	litro	Pisco	\$ 40,00	\$ 2,40
24	0,010	litro	Esencia de vainilla negro	\$ 7,30	\$ 0,07
35	0,125	litro	Leche	\$ 0,80	\$ 0,10
6	0,250	kilogramo	Azúcar pulverizada	\$ 1,80	\$ 0,45
63	0,050	litro	Pisco	\$ 40,00	\$ 2,00
				\$ 6,187	

*Food Cost*  
*por* \$ 0,520  
*porcion*

### Cupcake de maracuyá

<b>Rendimiento</b>	1,040
<b>Tamano de porcion</b>	0,120
<b>Numero de Porciones</b>	9 Porciones

Item No.	Cantidad	Unidad	Item	Costo	Costo total
45	0,100	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,20
4	0,100	kilogramo	Azúcar granulada	\$ 1,00	\$ 0,10
35	0,060	litro	Leche	\$ 0,80	\$ 0,05
48	0,100	kilogramo	Maracuyá pulpa	\$ 3,40	\$ 0,34
30	0,145	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,13
18	0,015	kilogramo	Coco rallado	\$ 7,00	\$ 0,11
32	2,000	unidad	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,30
65	0,020	kilogramo	Polvo de hornear	\$ 3,15	\$ 0,06
45	0,060	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,12
6	0,100	kilogramo	Azúcar pulverizada	\$ 1,80	\$ 0,18
66	0,120	kilogramo	Queso crema	\$ 7,00	\$ 0,84
48	0,100	litro	Maracuyá pulpa	\$ 3,40	\$ 0,34
				\$ 2,767	

*Food Cost*  
*por* \$ 0,319  
*porcion*

**Cupcake de daikiri de mango**

<b>Rendimiento</b>	1,450
<b>Tamano de porcion</b>	0,120
<b>Numero de Porciones</b>	12 Porciones

<b>Item No.</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Item</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo total</b>
30	0,250	kilogramo	Harina	\$ 0,90	\$ 0,23
65	0,020	kilogramo	Polvo de hornear	\$ 3,15	\$ 0,06
40	0,010	unidad	Limón meyer	\$ 0,75	\$ 0,01
68	0,010	kilogramo	Sal	\$ 0,45	\$ 0,00
45	0,150	kilogramo	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 0,30
4	0,125	kilogramo	Azúcar granulada	\$ 1,00	\$ 0,13
32	2,000	unidad	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,30
43	0,250	kilogramo	Mango	\$ 1,50	\$ 0,38
44	0,085	litro	Mango Pulpa	\$ 6,00	\$ 0,51
67	0,030	litro	Ron blanco	\$ 8,50	\$ 0,26
25	0,400	kilogramo	Fondant	\$ 8,00	\$ 3,20

\$ 5,365

**Food Cost**

**por** \$ 0,444  
**porcion**

## Anexo G: Descripción de los cargos

Nombre del cargo	Chef/Administrador
Horario	Jornada diurna de lunes a viernes (sábado medio día)
Reporta a	N/A
Área	Administración y cocina.
Sexo	Indistinto
Estado civil	Indiferente
Personas a cargo	Pastelero y ayudante de pastelería
Preparación académica	Título de tercer nivel en artes culinarias/administración de alimentos y bebidas.
Experiencia mínima	1 a 2 años es administración de empresas de alimentos y bebidas.
Cualidades requeridas	<p>Conocimiento en pastelería y decoración.  Conocimiento en sanidad.  Conocimiento contable y financiero.  Saber planificar y organizar.  Buena actitud.  Predispición para trabajar en equipo.  Comprometido con el trabajo.  Trabajar bajo presión.  Liderar.  Paciente.  Creativo e innovador.  Buena presencia.  Habilidades en relaciones interpersonales.</p>
Idiomas	Español/Inglés.
Responsabilidades principales	<p>Representar a la empresa.  Buscar proveedores y negociar precios.  Realizar pedidos y revisar el inventario.  Autorizar operaciones.  Realizar reuniones motivacionales e informativas.  Coordinar y supervisar al personal.  Capacitar al personal.  Realizar y mejorar las recetas estándar.  Realizar marketing de la empresa.  Reclutamiento del personal.  Realizar compras y facturación.  Contactarse con los proveedores.  Tomar las ordenes de los clientes.  Supervisar la calidad de la producción</p>
Riesgos laborales	Quemaduras, golpes, estrés.

Nombre del cargo	Pastelero
Horario	Jornada diurna de lunes a viernes (sábado medio día)
Reporta a	Chef/Administrador
Área	Cocina
Sexo	Indistinto
Estado civil	Indiferente
Personas a cargo	Ayudante de pastelería/polifuncional
Preparación académica	Título de tercer nivel en artes culinarias o afines.
Experiencia mínima	1 a 2 años en empresas de alimentos y bebidas.
Cualidades requeridas	<p>Conocimiento en pastelería y decoración.  Conocimiento en sanidad.  Buena presencia  Buena actitud.  Predispición para trabajar en equipo.  Comprometido con el trabajo.  Trabajar bajo presión.  Responsable  Paciente.  Creativo e innovador.</p>
Idiomas	Español
Responsabilidades principales	<p>Producción de los productos.  Mantener la calidad del producto.  Seguir las recetas estándar.  Mantener la limpieza del área de trabajo.  Realizar el mise en place.  Gestionar la solicitud de la materia prima.  Reportar la cantidad de desperdicio y desecho.  Realizar la decoración de los productos.  Realizar el empaque de los productos.</p>
Riesgos laborales	Quemaduras, golpes, estrés.

Nombre del cargo	Ayudante de pastelería/polifuncional
Horario	Jornada diurna de lunes a viernes (sábado medio día)
Reporta a	Pastelero
Área	Cocina
Sexo	Indistinto
Estado civil	Indiferente
Personas a cargo	N/A
Preparación académica	Título de tercer nivel en artes culinarias (o por gradurase) o afines.
Experiencia mínima	1 año en empresas de alimentos y bebidas.
Cualidades requeridas	Buena presencia Conocimiento en sanidad. Conocimiento básico en repostería Buena actitud. Predispición para trabajar en equipo. Comprometido con el trabajo. Trabajar bajo presión. Responsable Paciente. Creativo e innovador.
Idiomas	Español
Responsabilidades principales	Ayudar en la producción de los productos. Ayudar en la decoración del producto. Realizar el empaque de los productos. Sacar la basura. Lavar, secar y guardar los utensilios. Mantener limpias las instalaciones. Mantener en orden la materia prima
Riesgos laborales	Quemaduras, golpes, estrés.



## Anexo H: Nómina de empleados

PRESUPUESTO MENSUAL DE PERSONAL								
PUESTO	SALARIO BASE	IESS Patronal (11.15%)	Prop. 13ro	Prop. 14to	Fondo de Reserva 8,33%	UNIFORME	ALIMENTACIÓN	Costo por empleado
Chef/Administrador	\$ 1.000,00	\$ 111,50	\$ 83,33	\$ 33,33	\$ 83,30	\$ 14,17	\$ 44,00	\$ 1.369,63
Pastelero	\$ 550,00	\$ 61,33	\$ 45,83	\$ 33,33	\$ 45,82	\$ 14,17	\$ 44,00	\$ 794,47
Ayudante de pastelería	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,32	\$ 14,17	\$ 44,00	\$ 602,75
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.950,00</b>	<b>\$ 217,43</b>	<b>\$ 162,50</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 162,44</b>	<b>\$ 42,50</b>	<b>\$ 132,00</b>	<b>\$ 2.766,86</b>

## Anexo I: Costos de equipo y utensilios

N.	ITEM	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
1	Horno	\$ 6.200,00	1	\$ 6.200,00
2	Cocina	\$ 350,00	1	\$ 350,00
3	Congelador vertical	\$ 800,00	1	\$ 800,00
4	Enfriador vertical	\$ 790,00	1	\$ 790,00
5	Batidora industrial	\$ 1.500,00	1	\$ 1.500,00
6	Microondas	\$ 120,00	1	\$ 120,00
7	Balanza digital (30kg)	\$ 240,00	1	\$ 240,00
8	Ollas de varios tamaños (set de 12)	\$ 120,00	2	\$ 240,00
9	Sartenes de varios tamaños (set de 6)	\$ 70,00	1	\$ 70,00
10	Bowls de varios tamaños (set de 8)	\$ 75,00	2	\$ 150,00
11	Tazas medidoras	\$ 6,45	2	\$ 12,90
12	Mangas para decoración	\$ 3,94	20	\$ 78,80
13	Boquillas de varios modelos (set de 15)	\$ 26,25	3	\$ 78,75
14	Batidores de mano	\$ 7,50	5	\$ 37,50
15	Cuchillos de varios tipos	\$ 10,24	6	\$ 61,44
16	Cucharetas	\$ 2,54	4	\$ 10,16
17	Cucharones	\$ 2,75	4	\$ 11,00
18	Espumaderas	\$ 2,51	4	\$ 10,04
19	Tamizadores	\$ 2,84	6	\$ 17,04
20	Espátulas	\$ 5,37	4	\$ 21,48
21	Tablas de picar (varios colores)	\$ 12,55	4	\$ 50,20
22	Jarras de plástico ( 1litro)	\$ 1,75	12	\$ 21,00
23	Licuadaora	\$ 170,00	1	\$ 170,00
24	Batidora	\$ 120,00	1	\$ 120,00
25	Exprimidor manual	\$ 5,00	1	\$ 5,00
26	Exprimidor	\$ 120,00	1	\$ 120,00
27	Moldes para cupcakes individuales	\$ 0,94	200	\$ 188,00
28	Moldes para cupcakes (6 unidades)	\$ 3,85	24	\$ 92,40
29	Moldes para cupcakes (12 unidades)	\$ 6,99	24	\$ 167,76
30	Pinzas	\$ 2,30	3	\$ 6,90
31	Rallador	\$ 4,50	2	\$ 9,00
32	Cortador de masas	\$ 4,45	3	\$ 13,35
33	Bandejas plásticas	\$ 8,50	24	\$ 204,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 11.966,72</b>

N.	ITEM	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
1	Fregaderos (con mesón)	\$ 390,00	1	\$ 390,00
2	Mesones de acero inoxidable	\$ 700,00	2	\$ 1.400,00
3	Campanas y extractores	\$ 500,00	1	\$ 500,00
4	Estanterías	\$ 90,00	4	\$ 360,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.650,00</b>

N.	ITEM	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
1	Computadora e impresora	\$ 1.600,00	1	\$ 1.600,00
2	Muebles de oficina	\$ 650,00	1	\$ 650,00
3	Lockers	\$ 80,00	3	\$ 240,00
4	Desarrollo de la tienda virtual	\$ 2.990,00	1	\$ 2.990,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 5.480,00</b>