



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TEMA:

Estudio de factibilidad para la implementación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana.

AUTORAS:

**Salazar León, Diana Karolina
Soledispa Yáñez, Martha Daniela**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTORA:

Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Diana Karolina Salazar León, Martha Daniela Soledispa Yáñez** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTORA

Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Diana Karolina Salazar León

DECLARO QUE:

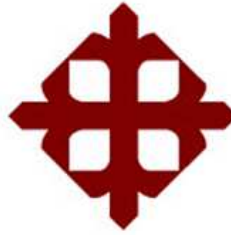
El Trabajo de Titulación "**Estudio de factibilidad para la implementación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana**", previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017

LA AUTORA

Diana Karolina Salazar León



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Martha Daniela Soledispa Yánez**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación "**Estudio de factibilidad para la implementación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana**", previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017

LA AUTORA

Martha Daniela Soledispa Yánez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Diana Karolina Salazar León

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Titulación **“Estudio de factibilidad para la implementación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017

LA AUTORA:

Diana karolina Salazar León



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Martha Daniela Soledispa Yánez

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Titulación **“Estudio de factibilidad para la implementación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017

LA AUTORA:

Martha Daniela Soledispa Yánez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Estudio de factibilidad para la implementación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana**, presentado por las estudiantes **Salazar León Diana Karolina, Soledispa Yánez Martha Daniela**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	TT SALAZAR LEON-SOLEDISPA YANEZ.docx (D25808921)
Presentado	2017-02-16 23:46 (-05:00)
Presentado por	elsie.zerda@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	elsie.zerda.ucsg@analysis.urkund.com
Mensaje	TT SALAZAR LEÓN- SOLEDISPA YÁNEZ Mostrar el mensaje completo
0% de esta aprox. 22 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 0 fuentes.	

**Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs.
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

Agradecimiento

Este proyecto se lo dedico a Dios por ser mi ayuda incondicional en este proceso, porque ha sido mi guía y el mentor de sabiduría e inteligencia para así poder culminar con éxito una gran etapa de mi vida. A mis padres Carlos Salazar Romero y América León Astudillo; por todo el esfuerzo al brindarme la mejor educación con valores éticos y morales en toda mi etapa de vida y que desde lejos me apoyaron totalmente con palabras de aliento que con esfuerzo todo es posible y que las metas se cumplen si uno se las propone.

A mi hija Khloe Valentina por ser mi valiente razón de luchar por mis metas y demostrarme a mí misma que las barreras no existen que uno mismo se las pone para no continuar con sus sueños, a mis hermanos Carlos Erick Salazar León, Valeria Katherine Salazar León por apoyarme moralmente en el transcurso de mi carrera.

En especial agradezco a mi Tutora Ing. Elsie Zerda Barreno por su paciencia, dedicación y guía en el trabajo de titulación, por haber brindado sus conocimientos en mis estudios académicos.

Diana Karolina Salazar León

Agradecimiento

Le doy gracias a Dios por ser mi guía incondicional en este proceso de mi vida de estudiante a profesional, por ser quien forja mi camino cada día y permitirme ser mejor en cada ámbito de mi vida.

´Todo lo puedo en Cristo que me fortalece` Filipenses 4:13

Le agradezco a mi padre Kleber Soledispa que me cuida y me bendice desde el cielo y a mi madre Vilma Yáñez que siempre creyeron firmemente en que cumpliría mi meta, por haberse esforzado en brindarme su apoyo constante y su amor incondicional.

Agradezco a mi hermano Junior Soledispa por siempre tener una palabra de amor y de aliento para no desmayar y darme su mano para seguir adelante, a mi sobrino hijo Sebastián Soledispa por ser mi empuje día a día, por transmitirme la fuerza cuando siento que se me van y ser la luz que ilumina mi camino.

Agradezco a mi cuñada María Lourdes Alcivar por su paciencia y su empuje para seguir adelante, a Marlene Barre por siempre estar pendiente de mí y por darme ánimos. A mis mamitas Angelita, María y Gladys Yáñez a mis papitos Pablo Yáñez y Carlos Velastegui a mis primos Carlos, Diego, Xavier Ortiz, por su apoyo moral en el transcurso de mi carrera.

En especial agradezco a mi Tutora Ing. Elsie Zerda Barreno por la paciencia, dedicación y guía en el trabajo de titulación, por haberme brindado sus conocimientos en el transcurso de la carrera universitaria.

Martha Daniela Soledispa Yáñez

Dedicatoria

Este proyecto va dedicado especialmente a Dios y a su hijo Jesús por haberme brindado su amor eterno y que sin la ayuda de ellos no se puede continuar con lo propuesto, a mis padres Carlos Salazar y América León por guiarme y haber confiado en mí a pesar de difíciles circunstancias, a mi hija Khloe Valentina por ser mi luz y cambiar 360 grados mi vida ya que ser mamá es el mejor regalo que el creador me dio, a mi mejor amiga Daniela Soledispa Yánez por estar siempre ahí en los momentos difíciles y compañera de instantes tristes, risas y éxitos en toda nuestra etapa universitaria y fuera de ella, a todas las personas que fueron pocas que formaron parte de mi proceso por brindarme sus consejos y motivación en mis estudios.

En especial a mi papi Carlos Salazar que siempre confió en mí alentándome que no desmaye, sea fuerte y siga mis sueños por lo que cumplí con el objetivo que le prometí eso lo llena de orgullo que realice mis metas ya que concluí una etapa de mis estudios y continuar con más proyectos. A todos los amo.

Diana Karolina Salazar León

Dedicatoria

El presente proyecto va dedicado en especial a Dios por ser mi guía y mi fortaleza para no desmayar, a mi papi Kleber Soledispa que siempre me inculco el amor por lo nuestro y que el crear es parte de nuestras vidas, a mi mami Vilma Yáñez quien es mi pilar fundamental, por ser el espejo en el que me quiero reflejar por sus virtudes infinitas, quien me ha enseñado que el querer es poder, a mi hermano Junior Soledispa y mi sobrino hijo Sebastián Soledispa por ser mi apoyo y brindarme palabras de aliento, a mi cuñada María Lourdes Alcivar y a Marlene Barre por sacarme sonrisas en mis momentos más difíciles, a mi mejor amiga Diana Salazar por compartir alegrías, triunfos, tristezas a lo largo de nuestros estudios universitarios y vida diaria.

A mis mamitas Angelita, María y Gladys Yáñez, a mis papitos Pablo Yáñez y Carlos Velastegui por sus consejos para ser una mejor persona. A mis abuelitas Margarita Marcillo y Esperanza Soledispa por estar pendiente de cada logro obtenido. A mis amigos que aunque son pocos siempre han estado dispuestos a brindarme su apoyo incondicional. Los amo muchísimo.

Martha Daniela Soledispa Yáñez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs.
TUTOR

Lcda. Grace Mogollón Claudett, Mgs.
DIRECTORA DE LA CARRERA O DELEGADA

Eco. Luis Albán Alaña, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

CPA. Laura Vera Salas, Mgs.
OPONENTE

Índice General

Introducción	1
Planteamiento del problema.....	3
Formulación del problema	3
Preguntas de investigación.....	4
Justificación del tema.....	4
Objetivos	6
Objetivo General	6
Objetivo Específicos.....	6
Capítulo 1	7
Marco Teórico.....	7
Teoría de la Innovación	7
Teoría del Emprendimiento.....	7
Gestión de Calidad	9
Control de calidad.	9
Proceso técnico-operativo	10
Proceso de operación del establecimiento	10
Marco Conceptual	10
Marco Legal	11
Registro Único de Turismo	13
Licencia Anual de Funcionamiento	13
Permisos:	14
Requisitos según Ministerio del Ambiente, (2015):.....	14
Permiso Único de Funcionamiento (ARCSA 2016)	14
Permiso Anual de Funcionamiento (Ministerio del Interior, 2016)	15

Permiso de Cuerpo de Bomberos	15
Requisitos:	15
Permiso de Uso de Suelo.....	15
Requisitos:	15
Procedimientos:	16
Patente Municipal:.....	16
Requisitos:	16
Permisos de ARCSA	16
Procedimiento:	17
Marco Referencial.....	17
Proyecto Gubernamental Chileno “CORFO innova”	18
Pastelería Chilena “Sweet fusión”	19
Pastelería España “Moulin Chocolat”	19
Pastelería en México “Quality Bakery”	20
Capítulo 2.....	21
Análisis Situacional.....	21
Amenaza de los nuevos competidores	26
Poder de Negociación de los Compradores o Clientes	26
Poder de Negociación de los Proveedores.....	27
Amenazas de Productos Sustitutos	27
Rivalidad entre los Competidores Existentes	27
Análisis de Macro Entorno.....	28
Factores Políticos	28
Factores Económicos	28
Factores Tecnológicos	29

Factor Socio Cultural	30
Factor Ambiental	31
Capítulo 3	33
Metodología de la Investigación	33
Método de Investigación	33
Enfoque de la Investigación	33
Técnicas de Investigación.	33
Investigación de Campo	33
Investigación Documental	34
Tipos de Estudios	34
Investigación Descriptiva	34
Diseño de la Investigación a efectuar.....	34
Universo - Población	34
Muestra.....	35
Tamaño de la muestra.....	35
Presentación y resultados: Tablas y gráficos.....	36
Focus Group	47
Resumen de Encuestas y Focus Group.....	48
Capítulo 4.....	49
Estudio Organizacional	49
Razón Social.....	49
Logo.....	49
Misión.....	49
Visión	49
Valores.....	50

Análisis FODA.....	50
Análisis Interno	50
Fortalezas	50
Debilidades	50
Análisis Externo	50
Oportunidades	50
Amenazas	50
Organigrama.....	51
Funciones del personal.....	51
Administrador:.....	51
Contador:	51
Cajera/ Ventas:	51
Chef Pastelero:	52
Asistente Pastelera:.....	52
Servicios Generales:	52
Asistente de servicios:	52
Mercado Objetivo.....	52
Objetivo General	52
Objetivos Específicos	52
Localización	53
Macro Localización	53
Micro Localización	53
Distribución física del espacio	53
Horario de Funcionamiento.....	54
Productos a ofrecer	54

Causas de la Investigación	57
Plan de Marketing	57
Segmentación de Mercado	57
Estrategias de Posicionamiento	58
Infraestructura	58
Estrategias de marketing	58
Marketing Mix.....	58
Producto.....	58
Precio.....	59
Plaza	59
Promoción	60
Presupuesto de marketing	60
Capítulo 5	61
Estudio Financiero de la pastelería	61
Conclusiones	80
Recomendaciones.....	81
Listado de Referencias	82
Apéndices.....	88

Índice de Figuras

<i>Figura 1</i> Pastelería Chilena “CORFO innova”	18
<i>Figura 2</i> Pastelería Chilena “Sweet fusión”	19
<i>Figura 3</i> Pastelería España “Moulin Chocolat”	19
<i>Figura 4</i> Pastelería en México “Quality Bakery”	20
<i>Figura 5.</i> Dulce de higos de Guayaquil	22
<i>Figura 6.</i> Torta de maduro con pasas.....	22
<i>Figura 7.</i> Dulce de pechiche	22
<i>Figura 8.</i> Chucula	22
<i>Figura 9.</i> Alfajores.....	23
<i>Figura 10.</i> Rompopo	23
<i>Figura 11.</i> Huevos mollos.	23
<i>Figura 12.</i> Bizcochuelo.....	24
<i>Figura 13.</i> Dulce de camote.....	24
<i>Figura 14.</i> Cocada negra y blanca	24
<i>Figura 15.</i> Manjar de leche.....	25
<i>Figura. 16.</i> Arroz con leche	25
<i>Figura 17.</i> Conserva de guayaba	25
<i>Figura 18.</i> Champú de maíz.	25
<i>Figura 19.</i> INEC. (2012). Análisis sectorial	29
<i>Figura 20.</i> INEC. (2010). Así es Guayaquil cifra a cifra.....	35
<i>Figura 21.</i> INEC. (2010). Así es Guayaquil cifra a cifra.....	35
<i>Figura 22.</i> INEC. (2015). Clasificación de residuos	35
<i>Figura 23.</i> Género de los encuestados.	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 24.</i> Edad de los encuestados.....	¡Error! Marcador no definido.

<i>Figura 25.</i> Nacionalidad de los encuestados.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 26.</i> Conocimiento de los dulces tradicionales.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 27.</i> Indicador si ha probado los dulces tradicionales.	39
<i>Figura 28.</i> Análisis del motivo para compra estos productos.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 29.</i> Reconocimiento del producto.	41
<i>Figura 30.</i> Fusión de sabores tradicionales.	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 31.</i> Opciones de función de sabores.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 32.</i> Análisis si compraría y compartiría esta fusión de sabores.	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 33.</i> Precio de los dulces.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 34.</i> Ubicación de la pastelería.	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 35.</i> Sugerencia de sabores.	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 36.</i> Logo de la Pastelería.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 37.</i> Estructura Organizacional Dulces Tradiciones S.A.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 38.</i> Macro Localización.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 39.</i> Micro Localización.	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 40.</i> Distribución del espacio.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 41.</i> Cake pops de torta de maduro con pasas y almendras..	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 42.</i> Cupcakes de Huevos mollos	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 43.</i> Cupcakes de chocolate artesanal.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 44.</i> Tartaletas de guayaba.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 45.</i> Alfajores de manjar y cocada artesanal.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 46.</i> Cheesecake de higos.	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 47.</i> Shots de arroz con leche.	¡Error! Marcador no definido.

Figura 48. Shots de Rompopo. **¡Error! Marcador no definido.**

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Tipo de genero</i>	39
Tabla 2 <i>Edad de los encuestados</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 3 <i>Nacionalidad de los encuestados</i>	39
Tabla 4 <i>Conocimiento de los dulces Ecuatorianos</i>	39
Tabla 5 <i>Indicador si ha probado los dulces tradicionales</i>	39
Tabla 6 <i>Análisis del motivo para comprar estos productos</i>	40
Tabla 7 <i>Reconocimiento del producto</i>	41
Tabla 8 <i>Fusión de sabores tradicionales</i>	42
Tabla 9 <i>Opciones de fusión de sabores</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 10 <i>Análisis de si compraría y compartiría esta fusión de sabores</i>	44
Tabla 11 <i>Precios por porción</i>	45
Tabla 12 <i>Ubicación de la pastelería</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 13 <i>Sugerencias de sabores</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 14 <i>Segmentación de mercado</i>	57
Tabla 15 <i>Proveedores</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 16 <i>Precios de productos</i>	59
Tabla 17 <i>Presupuesto de marketing</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 18 <i>Inversión Inicial de la pastelería</i>	61
Tabla 19 <i>Balance Inicial</i>	63
Tabla 20 <i>Proyección de gastos de RRHH 1er año</i>	64
Tabla 21 <i>Proyección de gastos de RRHH 2do año</i>	64
Tabla 22 <i>Proyección de gastos de RRHH a 5 años</i>	65

Tabla 23 <i>Depreciación tangible</i>	66
Tabla 24 <i>Depreciación 5 años</i>	66
Tabla 25 <i>Depreciación intangible</i>	67
Tabla 26 <i>Tabla de amortización prestamo anual</i>	67
Tabla 27 <i>Tabla de amortización prestamo mensual</i>	68
Tabla 28 <i>Ingreso de ventas</i>	69
Tabla 29 <i>Costos de operaciones</i>	70
Tabla 30 <i>Costos de operaciones</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 31 <i>Costos de operaciones</i>	72
Tabla 32 <i>Detalle de gastos mensuales</i>	73
Tabla 33 <i>Tabla de perdidas y ganancias</i>	74
Tabla 34 <i>Flujo de caja</i>	75
Tabla 35 <i>Balance general</i>	76
Tabla 36 <i>Evaluación financiera</i>	78
Tabla 37 <i>Ratios financieros</i>	78
Tabla 38 <i>Escenarios</i>	79

Resumen

Este proyecto tiene como objetivo analizar la factibilidad económica y financiera para la implementación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana, que contribuya con el desarrollo gastronómico. Se aplicó un estudio descriptivo que tiene como propósito interpretar las realidades del objeto de estudio, analizar la actividad gastronómica en la zona, los motivos por que el turista no conoce el producto y que los motivaría a consumir los dulces tradicionales con el fin de establecer su estructura o comportamiento y generar un desarrollo sostenible. Para el proceso de investigación se aplicó dos técnicas de campo y documental, se realizaron las encuestas como fuente primaria y también el focus group, así como fuentes secundarias para conseguir información. Se realizó un estudio de mercado para determinar los productos y servicios a ofertar, establecer el grado de aceptación que tendrá la pastelería, analizar las estrategias de Marketing a desarrollarse para promocionar el producto. Para finalizar se desarrolló el estudio técnico-financiero, de costos, gastos y organizacional del proyecto de la implementación de la pastelería “Dulces Tradiciones” y se determinó la rentabilidad o viabilidad de este proyecto.

Palabras Clave: Pastelería, tradición, innovación, fusión de sabores, costa ecuatoriana

Abstract

This project aims to analyze the economic and financial feasibility for the implementation of a bakery that fuses modern techniques with the traditional flavors of the Ecuadorian coast, which contributes to gastronomic development. A descriptive study was applied that aims to interpret the realities of the object of study, analyze the gastronomic activity in the area, the reasons why the tourist does not know the product and that would motivate them to consume the traditional sweets in order to establish their structure or behavior and generate sustainable development. For the research process two fields and documentary techniques were applied, surveys were conducted as a primary source and also the focus group, as well as secondary sources to obtain information. A market study was carried out to determine the products and services to be offered, to establish the degree of acceptance of the bakery, to analyze the marketing strategies to be developed to promote the product. Finally, the technical-financial study of costs and expenses was developed and organizational aspects of the implementation of the "Dulces Tradiciones" (Sweets Traditions), bakery and the profitability or viability of this project were determined.

Key Words: Pastry, tradition, innovation, fusion of flavors, Ecuadorian coast

Introducción

Ecuador país rico en cultura, flora y fauna, permite al turista disfrutar de diversidad de atractivos y de la rica gastronomía tanto en platos típicos como en dulces representativos de la costa. Este proyecto va dirigido al rescate de los dulces tradicionales de la costa ecuatoriana fusionando sus sabores con presentaciones modernas sin perder su identidad.

La región Litoral o Costa tiene de 100 a 200 km, de superficie relativamente plana, aunque tiene cadenas montañosas que están situadas a pocos kilómetros del litoral. Su clima es cálido y húmedo, su temperatura media es de 23°C a 25°C. La región litoral o costa es una de las cuatro regiones naturales del Ecuador la misma que está conformada por la provincia del Guayas, Santa Elena, Manabí, El Oro, Los Ríos y Esmeraldas; la provincia más destacada es el Guayas con una población de 3 645 483 (INEC, 2010) en toda la costa se puede encontrar variedad de dulces tradicionales.

La Pastelería en Ecuador tiene un espacio dentro del mercado de la dulcería, ya que por este medio hace que tanto visitantes nacionales como extranjeros degusten de los sabores tradicionales sin considerar de qué región vengan estos dulces. En la actualidad se está tomando en cuenta las rutas gastronómicas y cada provincia está desarrollando ferias gastronómica a fin de impulsar los negocios en fiestas patronales para que de esta manera se tengan un acercamiento con el consumidor y conozca de la variedad de productos dentro de la gastronomía ecuatoriana, rica en platos típicos así como en dulces y postres.

En la antigua Jerusalén nace la historia de los dulces con el descubrimiento de la miel y el azúcar, ingrediente principal para preparaciones con frutos secos paralelamente mientras crecía el uso de la miel y el azúcar se fue desarrollando la pastelería y repostería. Gracias a los colonizadores Cortez, Colón y Pizarro se pudo introducir el azúcar al continente americano por la necesidad de conservación de las frutas y lácteos. Por ejemplo se calentaba el azúcar con la leche para que su duración sea de largo tiempo; esto daba como resultado la leche condensada.

En la actualidad en la costa ecuatoriana se mantiene las recetas tradicionales de los dulces representativos de cada una de sus regiones, mostrando al mundo sus dulces

ancestrales mejorando con ello, el turismo gastronómico tanto a nivel nacional e internacional.

En la provincia del Guayas su tradición gastronómica se ha fusionado con otras culturas que la han enriquecido, como valor agregado le adicionan a su consumo tradiciones y leyendas. La provincia de Manabí cuenta con una amplia gastronomía, con más de 300 variedades de platos. Las recetas para preparar dulces van de generación en generación sin perder tradición, hay que recalcar que cada provincia de la Costa Ecuatoriana tiene su propia identidad dulcera.

En el Ecuador se ha creado La Sociedad Ecuatoriana de la Gastronomía (SEG), como nueva embajadora de la gastronomía del país, mediante esta entidad se busca establecer una marca y fortalecer la identidad culinaria y su promoción turística a nivel internacional.

La pastelería en el Ecuador como una rama de la gastronomía se debe reinventar, crear nuevas presentaciones e innovarse permanentemente con las corrientes de la modernidad pastelera pero conservando su sabor tradicional, dando con ello una fusión de dulces, para captar el mercado de los clientes que buscan productos sanos, sabores nuevos, con colores y formas diferentes para consumo frecuente. Guayas presenta tres rutas de aventura y tres rutas alimentarias: La del pescador (Playas y alrededores), de la Fe (Daule y Nobol), de la Aventura (Bucay, El Triunfo y el Empalme), del Azúcar, del Cacao (rumbo al sur) y del Arroz (Daule, Santa Lucia y el Empalme). De robustecer el mercado de los dulces fusionados con recetas ancestrales y las modernas, harán tendencias que permitan generar rutas para degustar los dulces tradicionales de la costa ecuatoriana identificando oportunidades para la creación de nuevos negocios.

Este proyecto se presentará estructurado de la siguiente manera:

Capítulo Uno, contiene las teorías y disposiciones legales que sustenten la investigación; en el capítulo dos presenta la situación actual de la dulcería tradicional, capítulo tres, se desarrollará el tipo de investigación a aplicar y resultados sobre los hallazgos encontrados, en el capítulo cuatro se presenta la propuesta para la creación de la pastelería fusión, el capítulo cinco incluye la información sobre la factibilidad financiera y económica del plan de negocio. Por último se presentan las conclusiones y recomendaciones respectivas.

Planteamiento del problema

La Costa Ecuatoriana es considerada como una de las regiones más visitadas por su variedad de recursos naturales como: playas, ríos y una extensa flora y fauna que atrae a muchos turistas nacionales y extranjeros. También es conocida por ofrecer una gastronomía diversa para sus visitantes, encontrando platos típicos de diferentes precios y además dulces en variedad de sabores. Para el turista es muy importante conocer los dulces autóctonos de Esmeraldas, Guayas y Manabí, que son las provincias que se destacan por contar con tradiciones en la elaboración de dulces y postres con ingredientes típicos de la costa lo que forman parte de la historia de la gastronomía, constituyéndose iconos de cada localidad. Por lo general cada familia tiene una historia con recetas ancestrales pasándolas de generación en generación. Hay que rescatar el ímpetu de los productores que trabajan arduamente para mantener esta actividad, sin embargo los artesanos se resisten a las tendencias cambiantes sobre las presentaciones modernas que exigen la repostería actual, desaprovechando oportunidades de negocios para satisfacer necesidades de un mercado que busca nuevos sabores.

Los fabricantes localizados en las provincias mencionadas mantienen un gran legado para la elaboración de estos dulces lo que representaría un atractivo turístico al poner a disposición de turistas el arte de su preparación y elaboración de dulce tradicional. Falta difusión de estos dulces tradicionales y el aporte de ello a la rama de la gastronomía que es la repostería.

Actualmente Ministerio de Turismo solo promociona en la costa las playas, gastronomía de platos típicos pero no de dulces con los sabores tradicionales por tanto existe una escasa afluencia de turistas gastronómicos que busquen otras opciones de postres con ingredientes ancestrales con presentaciones modernas. Cabe anotar la poca innovación de las recetas ancestrales y la creación de nuevas propuestas para consumir los dulces tradicionales sin perder la identidad de la región.

Formulación del problema

La implementación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana ¿Será un negocio rentable?

Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son los dulces tradicionales de la Costa Ecuatoriana?
- ¿Cuáles son los ingredientes tradicionales que podrían ser utilizados en diseños de nuevos productos de la Pastelería moderna?
- ¿Cuáles son las ciudades con mayor tradición pastelera?
- ¿Cuáles son los productos que se presentaran en la pastelería?
- ¿Qué tipo de recomendaciones serán tomadas en consideración?

Justificación del tema

Ecuador, país con gran biodiversidad que quiere que cada año el turismo enfocado en la gastronomía aumente y por qué no realizarlo por medio de los dulces que dan tanto colorido y permiten fomentar más negocios y así incentivar el desarrollo económico y turístico. El turismo cultural tiene también como manifestación al turismo culinario, ya que hay turistas que piensan que la mejor manera de experimentar la cultura de un país es por medio de la comida y en realidad la comida tradicional de un destino permite la conexión con la tierra, las tradiciones y el contacto con la gente local que permite compartir historias.

La conexión que el viaje tiene con la comida se presenta en los turistas que deliberadamente planean sus viajes en función de la comida y los que incorporan una experiencia culinaria en su itinerario sin que sea su motivación principal para viajar.

La gastronomía y el turismo responsable, por su carácter cultural que atrae a turistas con la curiosidad de conocer más allá del turismo masivo de sol y playa, da valor a la gastronomía local convirtiéndose en materia prima para un turismo responsable.

En la actualidad la pastelería fusión ha tomado gran parte del mercado pastelero internacionalmente, haciendo combinaciones de sabores y colores extraordinarios, que llevan al consumidor a seguir experimentando, incluso en Madrid cada año presentan la feria Madrid Fusión donde se encuentran dos mundos el convencional y el de la formalidad, que superan los límites de la creatividad.

El lenguaje de la Post Vanguardia intenta demostrar que la fusión de sabores y presentaciones modernas puede ser posible sin perder la identidad cultural, y que las tendencias gastronómicas puedan crecer nacional e internacionalmente. (Madrid Fusión, 2016)

En México también tiene fuerte acogida la Pastelería fusión, ya que apuestan en combinar sabores, colores y texturas de sus productos tradicionales ya que se cree que es una nueva forma de brindar al turista nacional y extranjero su gastronomía dulcera con presentaciones modernas, todo aquello con el fin de extender el turismo gastronómico. "En mi repostería siempre trato de fusionar el entorno que nos rodea. En Asturias tenemos unos productos de primera calidad y estoy fusionando con toda la cultura gastronómica de México" (Sierra, 2015 p.1)

En Ecuador no debe ser la excepción ya que es un país muy rico en gastronomía y en variedad de dulces por lo cual se podría realizar el proyecto de Pastelería fusión de sabores tradicionales con dulces modernos sin perder la identidad del país. Por esta razón se realizará el proyecto que se basa en este concepto, aumentando la curiosidad del turista gastronómico que pueda probar un producto tradicional con una presentación moderna conocida como son los cupcakes, las tartas, los cheesecake, los shots, etc.

El proyecto ayudará al desarrollo económico porque la materia prima que se usará para la preparación de los productos de la pastelería fusión será totalmente con dulces tradicionales provenientes de los diferentes cantones de la Costa Ecuatoriana, fomentando trabajo y emprendimiento en este arte de repostería.

En Ecuador ya hay ejemplos de innovación, fusión, y creación de empresas de pastelería y repostería que generan ingresos económicos y permiten seguir experimentando como en la localidad de Mindo donde hay familias que se dedican a la elaboración del derivado de chocolate fusionándolo con diferentes tipos de frutos secos, en alfajores y en diferentes tipos de bombones, todo está en la creatividad y la gana de superación que se tenga, otro ejemplo latente es el de la provincia de Manabí donde varios de sus cantones se dedican a esta actividad en especial el cantón Rocafuerte que ha empezado a realizar ferias dulceras para dar a conocer sus productos y que no se pierda la tradición.

Generar la innovación de productos para tener reconocimiento tanto nacional e internacionalmente y ser reconocidos por fusionar productos tradicionales con productos modernos sin perder la esencia nativa, creando fuentes de empleo, talleres donde se puedan capacitar con las nuevas técnicas de repostería y así poder realizar convenios

con las empresas ecuatorianas que se dedican a la exportación de dulces y de frutas de la Costa.

En Ecuador es rentable tener pastelería que brinden lo que el cliente necesita y llamaría la atención si se le puede brindar al cliente nuevas alternativas, ejemplo de fusión cupcakes de café, shots de rompopo, alfajores personalizados, mini cupcakes de huevitos mollos, cheesecake de higos, etc. Son uno de los tantos ejemplos que se podrían fusionar en sabores y colores, dándole un plus al producto nacional.

En los últimos tiempos se está dando relevancia a esta noción de fusión de productos y sabores pero a nivel de productos típicos pero no en la repostería. De cierta manera existen turistas gastronómicos que acuden a poblados cercanos en busca de dulces elaborados con ingredientes y con base a recetas tradicionales, con el proyecto que se presenta se proporcionará una pastelería en donde los podrán adquirir y degustar dentro de un ambiente de confort, incentivando el consumo frecuente y el compartir con familiares y amigos.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la factibilidad económica y financiera para la implementación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana, que contribuya con el desarrollo gastronómico.

Objetivo Específicos

1. Identificar los postres tradicionales de la gastronomía ecuatoriana las técnicas en la preparación de recetas ancestrales, para mantener su identidad cultural.
2. Desarrollar un estudio de mercado con las técnicas de recolección de información para determinar los gustos y preferencias de los clientes de postres tradicionales.
3. Determinar la factibilidad económica y financiera para la implementación de una pastelería especializada en postres.

Capítulo 1

Marco Teórico

Teoría de la Innovación

Según West. (1990), la creatividad y la necesidad por mejorar los productos y el poder del consumidor para fomentar un pensamiento de empresario constituyen un factor clave para el proceso productivo y el desenvolvimiento económico a través de las innovaciones que ejerciera.

Entre las teorías de (West, 1990), puede indicar: La innovación es una secuencia de actividades por las cuales un nuevo elemento es introducido en una unidad social con la intención de beneficiar la unidad, una parte de ella o a la sociedad en su conjunto.

El elemento no necesita ser enteramente nuevo o desconocido a los miembros de la unidad, pero debe implicar algún cambio discernible o reto en el estatus quo (West, 1990)

En Economía, Schumpeter. (1912) fue quien introdujo este concepto en su teoría de las innovaciones; en la que define como el establecimiento de una nueva función de producción. La economía y la sociedad cambian cuando los factores de producción se combinan de una manera novedosa. Sugiere que invenciones e innovaciones son la clave del crecimiento económico y quienes implementan ese cambio de manera práctica en los emprendedores.

Para poder aplicar estas teorías lo cual estará basada en una nueva combinación de factores que puede darse en la introducción de un nuevo producto al mercado con nuevas tendencias ante las exigencias del turista; empleando un nuevo método de producción o de comercialización de bienes dando así apertura a nuevos mercados y abarcando con una fuente de materias primas o bienes manufacturados con una reorganización de una o varias industrias.

Teoría del Emprendimiento

El empresariado innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio el mismo. Por esto es lo que define al empresariado innovador que busca el cambio responde a él y lo explota como una oportunidad (Drucker, 1988).

Esta teoría será aplicada mediante ejecución de ideas y plasmarlas a la realidad donde se necesitará de un producto innovador que pueda promover a emprender un proyecto por lo que el emprendimiento suele ser un propósito de acción, que requiere esfuerzos y entereza para hacer frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto.

Schumpeter (1942). Señaló que el emprendimiento aparece ligado a la innovación, al mundo comercial, gracias a la tecnología se vuelve pequeño y los recursos, tierra, capital y trabajo pasan a un segundo plano dando mayor importancia a la organización y al conocimiento. Emprendedor es un individuo que organiza y opera una o varias empresas, asumiendo cierto riesgo financiero en el emprendimiento mediante la toma de decisiones para su organización.

David McClelland (1965). Define al emprendedor como alguien que ejercita algún control sobre los medios de producción y produce más de lo consume, a fin de vender o cambiar este exceso para conseguir un ingreso individual o doméstico. Se encuentra que las características del emprendedor son, por una parte, un tipo especial de comportamiento y por otra, un interés de ocuparse en actividades que implican emprender por su prestigio y por su riesgo.

En Ecuador, los emprendedores se encuentran en las aulas de colegios y universidades, en microempresas que dan sus primeros pasos; en empresas que se expanden en los mercados internacionales, no hay edad promedio tampoco un método definido para alcanzar sus metas y cada vez son más en el Ecuador; según estudios como (GEM, 2015). De la firmeza del emprendedor depende en gran medida que el modelo no se derrumbe; el emprendedor exitoso siempre logra el capital o el gran proyecto. El proceso emprendedor comprende todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y crear organizaciones para concretarlas (Freire, 2005).

Existen once elementos comunes a los grandes emprendedores (precisamente sus iniciales forman la palabra emprendedor) se nombrará dos de ellas de las cuales se identificará el proyecto:

1. Moderación en la ambición del dinero: Paradójicamente; la mayoría de los estudios muestra que solo un 20% de los emprendedores consideran que el dinero es su principal motivación para emprender. La gran mayoría ve el dinero

como una consecuencia inevitable del emprender exitosamente, no como un objetivo en sí mismo.

2. Pasión: Emprender es estar dedicado en mente, cuerpo y alma todo el tiempo al proyecto; aunque esto pueda afectar un poco las amistades y las relaciones familiares.
3. Mediante estas dos teorías estará enfocado para la creación del proyecto en la cual se hará énfasis en lo aprendido en la universidad para así enfrentar la competitividad de los empresarios y las exigencias del visitante; innovando cada vez los dulces y postres teniendo en cuenta la tradición que destaca en el país.

Gestión de Calidad

La teoría de la gestión de la calidad ha sido desarrollada con las contribuciones de los líderes de la calidad (Deming, 1982; Juran, 1988) las enseñanzas de estos autores muestran aspectos comunes para desarrollar una cultura de la calidad, como entre otros, el liderazgo, la formación, la participación de los empleados, la gestión de procesos, la planificación y las medidas de la calidad para la mejora continua. A partir de las mismas identificando diferentes dimensiones para garantizar su éxito: enfoque basado en el cliente, compromiso de la dirección, planificación de la calidad, dirección basada en hechos, gestión de personas, aprendizaje, gestión de procesos, y cooperación con los proveedores (Tarí, J. & García, M. 2009)

Control de calidad.

La calidad depende de la forma que se dé el servicio y del control que se maneje dentro de la empresa, para llegar a la satisfacción del cliente debe tomarse varias medidas a consideración y así verificar que lo que se ofrece al consumidor está dentro de los estándares de servicio de calidad.

Tener en buenas condiciones el sistema de producción de los alimentos como maquinaria en buen estado y esterilizada, higiene personal, higiene de utensilios de trabajo, cumplimiento de los estándares de preparación de los productos que la pastelería ofrece para que la producción sea eficaz y aseguren la elaboración de los productos que ofrecemos.

La pastelería debe tener el control en la materia prima para que la fabricación del producto se de calidad, mantener el control de que los proveedores cumplan con las especificaciones antes establecidas y evitar cualquier tipo de ingrediente de producción que no sea adecuado para la preparación de los dulces y genere problemas al momento de combinarlo con el producto final.

El control de proceso es importante para el producto que se va a servir ya que debe haber una ficha técnica de cada dulce que se elabora en la pastelería para llevar el control y así brindar un servicio de calidad con las porciones, preparación y presentación adecuadas del dulce que desee el cliente (Ishikawa, 1986)

Proceso técnico-operativo

Proceso de operación del establecimiento

La pastelería cuenta con el local totalmente adecuado en exterior con fachada haciendo referencia a las fusiones que se realizaran en los productos y en el interior con decoración acogedora referente a lo que se ofrecen brindando comodidad, seguridad, servicio de calidad, facilidad de adquirir lo que desea consumir y atención totalmente personalizada.

Marco Conceptual

Turismo gastronómico.- Puede ser comprendido como una modalidad de turismo cultural que permite conocer los hábitos y la manera de vivir de la comunidad visitada a través de sus representaciones gastronómicas (Mascarenhas, 2010, p. 779).

Pastelería.- Es el arte de decorar alimentos dulces, como pastas, pasteles y bollería. También hace referencia al local donde se fabrican estos alimentos o al lugar en el que se venden (Hernán y Sastre, 2014, p.6).

Pastelería tradicional.- Es aquella donde los alimentos se elaboran de forma artesanal, es decir manualmente o con ayuda de pequeños utensilios, sin auxilio de máquinas complejas o de uso continuo, siguiendo los métodos y recetas tradicionales y elaborando individualmente cada producto, por lo que cada pieza obtenida es distinta a las demás, logrando el carácter exclusivo y personal del alimento (Hernán y Sastre, 2014, p.9).

Servicio.- Los servicios son el resultado de una actividad productiva que modifica las condiciones de consumo unidades o facilita el intercambio de productos o activos

financieros. No se pueden negociar por separado de su producción. En el momento de completar su producción, deben haber sido suministrados a los consumidores (OMT, 2008).

Gastronomía Fusión.- Es un concepto usado para definir la mezcla de condimentos o ingredientes representativos de varias zonas de un mismo país, o de diferentes países o culturas entre sí, así como diversos modos de preparar y presentar los alimentos (El Universal, 2013).

Demanda turística.- Puede ser definida de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque tiene, no obstante, unas características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, las cuales se deben tener en cuenta para no caer en simplificaciones y para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían producir por el hecho de obviarlas (Martínez & Domínguez, 2000 p.3).

Oferta turística: “Las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado” (Fisher & Espejo, 2004, p. 243).

Comunidad: “La comunidad no sólo abarca el espacio geográfico y sus habitantes, sino también las características propias de éstos y las relaciones y manifestaciones que se generen entre los habitantes de las mismas” (Monterrubio, 2009, p. 105).

Marco Legal

Según la Ley de Turismo el Art. 1 “Tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción el desarrollo y la regulación del sector turístico las potestades del Estado y las obligaciones, derechos de los prestadores y de los usuarios” (Ley de Turismo, 2014).

En el capítulo 2 de la Ley de Turismo. “De las Actividades Turísticas y quienes las ejercen (Ley de Turismo, 2014). Art.5 Considera que las Actividades turísticas son las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento
- Servicio de Alimentos y Bebidas.

- Transportación; cuando se dedica principalmente al turismo, inclusive al transporte aéreo marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.
- Operación, cuando las agencias de viaje provean su propio transporte.
- La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.
- Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Requisitos de acuerdo al numeral 2 de la Ley Turismo del Servicio de Alimentos y Bebidas:

1. Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatuto.
2. Copia del nombramiento o representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil.
3. Copia del trámite del ingreso para la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE) del año en curso (Trámite otorgado por el Municipio de Quito a través de la administración zonal correspondiente a la jurisdicción del establecimiento turístico).
4. Copia a color de cedula de identidad y papeleta de votación, pasaporte (extranjeros) del representante legal.
5. Copia a color del Registro Único de Contribuyentes (RUC) actualizado.
6. Copia del resultado de búsqueda fonética emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).
7. Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos del establecimiento turístico a registrarse debidamente firmado por el representante legal (original y copia).
8. Original y copia del formulario de declaración de activos fijos para la cancelación del UNO POR MIL (el formulario solicitarlo en las ventanillas de atención al cliente de las oficinas de Quito Turismo).

Art. 43.- Definición de las Actividades de Turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la Ley (Ley de Turismo, 2014)

Registro Único de Turismo

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo. Toda persona natural, empresarios y establecimientos turísticos, debe contar con el Registro Único de Turismo que se efectuará por una sola vez y cualquier cambio o de no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de \$100,00 al infractor, y se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única de funcionamiento. (Ministerio de Turismo, 2004).

La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa y la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concederse un registro.

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aun cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional (Ministerio de Turismo, 2004)

El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del ministerio. (Ministerio de Turismo, 2004).

Licencia Anual de Funcionamiento

Art.55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se otorgue y los sesenta días del calendario del año siguiente (Ministerio de Turismo, 2004)

Art.56.- Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento.- A la persona natural o jurídica n cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la ley de turismo (Ministerio de Turismo, 2004),

Art. 57.- Autoridad Administrativa.- El Ministerio de Turismo concederá la licencia única anual de funcionamiento exceptuándose aquellos establecimientos turísticos que se encuentren ubicados dentro de la jurisdicción cantonal de los municipios a los cuales a través del proceso de descentralización se haya transferido esta competencia.

En cuyo caso son estos organismos los que otorgaran el instrumento administrativo mencionado (Ministerio de Turismo, 2004)

Art.58.- Establecimiento de requisitos.- El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que los requerimientos que a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constara la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción. Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto.

Este particular constara obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias (Ministerio de Turismo, 2004)

Permisos:

Se deberá ingresar a la página www.ambiente.gob.ec y seleccionar la opción de Sistema Único de Información Ambiental, en el área de servicio escogerá la alternativa de regulación ambiental. Luego se podrá ingresar toda la información de la propuesta, vía internet se recibirá la contraseña del Ministerio para poder cargar la información referente al proyecto (Ministerio del Ambiente, 2015)

Requisitos según Ministerio del Ambiente, (2015):

- Verificación o copia de Permiso de Cuerpo de Bomberos.
- Verificación o copia de Permiso de Ministerio de Salud Pública.
- Verificación o copia de Patente Municipal.

Permiso Único de Funcionamiento (ARCSA 2016)

- Fotocopia Legible de la cedula de Ciudadanía.
- Fotocopia Legible del RUC.
- Fotocopia Legible de la Patente (En caso de tenerla).
- Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud.
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

- Permiso de Uso de Suelo.

Permiso Anual de Funcionamiento (Ministerio del Interior, 2016)

- Copia de Cedula de Identidad.
- Copia de Registro Único de Contribuyente (RUC).
- Copia de obtención del registro de categorización del negocio y pago del 1 x 1000 (Ministerio de Turismo).
- Copia de pago seguridad industrial (Cuerpo de Bomberos).
- Copia de Pago de Patente (Comisaria Municipal).
- Copia del título de propiedad o contrato de arriendo del local, lista de precios de los productos a ofrecer.

Permiso de Cuerpo de Bomberos

Se obtendrá un documento donde el cuerpo de bomberos autorice la aprobación del negocio (Agencia Nacional Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, 2015)

Requisitos:

- Presentar la solicitud del permiso del Municipio.
- Copia de cedula.
- Copia de Ruc.
- Copia de factura de un extintor de 10 libras.
- Inspección de este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.
- El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.

Permiso de Uso de Suelo

Es un documento el cual indica si la actividad que se desea realizar cuenta con los requisitos permisibles y deberán manifestar las condiciones adicionales que deberá cumplir la empresa. (Municipio de Guayaquil, 2014)

Requisitos:

- Carpeta membretada de la Municipalidad.
- Certificado de no ser deudor
- Tasa de certificado de Catastro y Avalúos.

- Tasa de recepción de documentos.
- Tasa de Uso de Suelo.

Procedimientos:

- El usuario debe solicitar llenar el formulario.
- Debe cancelar la tasa administrativa en tesorería.
- Ingresar la documentación (Solicitud y Tasa) en el Departamento de Planificación.
- Verificar si es de inspección, caso contrario se procede la elaboración del documento y entrega del mismo para que se proceda con el permiso de funcionamiento (Departamento de Rentas).

Patente Municipal:

Es un requerimiento que deben realizar todas las personas naturales, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimientos de la respectiva jurisdicción municipal para obtener el Registro de la Patente Municipal (Municipio de Guayaquil, 2014)

Requisitos:

- Solicitud dirigida al Señor Alcalde.
- Copia de cedula de ciudadanía, certificado de votación.
- Tasa de \$ 3,00 dólares para el ingreso de la solicitud.
- Copia de la Tasa para Servicios Contra incendios del Cuerpo de Bomberos actualizado.
- Copia del contrato de arriendo notariado (En caso que el local sea arrendado).
- Predio Urbano vigente.
- Declaraciones del SRI del año anterior/ balances.
- Copia del RUC.
- Copia del Certificado de Salud Ocupacional.
- Copia del Certificado del Uso de Suelo.

Permisos de ARCSA

Mediante el ingreso a la página web de ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria):

[Http: //permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/](http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/), se emite el documento habilitante para su correcto funcionamiento del establecimiento sujeto a control y vigilancia sanitaria; los responsables es la Dirección de Buenas Prácticas y Permisos (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2016)

Procedimiento:

- Ingresar al sistema <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Generar Usuario y contraseña si es primera vez, caso contrario utilice el ya creado (Manual para crear Usuario)
- Llene la solicitud
- Verifique el código y los requisitos
- Los siguientes requisitos no son necesarios adjuntarlos porque serán revisados en línea con las otras instituciones pertinentes.
- Número de Cédula del propietario o representante legal del establecimiento
- Número de Cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren (Perfil de representantes técnicos de Plantas operadoras de alimentos).
- Número de Registro Únicos de Contribuyentes (RUC/RISE)
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.
- Categorización del Ministerio de Turismo, si fuera el caso
- Imprima el pago para cancelar el valor indicado
- Después de 24 horas de haberse generado la Orden de Pago podrá acercarse a cualquier sucursal del Banco del Pacífico a cancelar el valor.
- Después de 48 horas se validará su pago y podrá imprimir su factura y permiso de funcionamiento.

Marco Referencial

Mediante una búsqueda exhaustiva de proyectos referentes a pastelerías que fusionan técnicas modernas con los sabores tradicionales, se identificaron cuatro pastelerías y un artículo muy importante de los que se dará referencia en fusión de diferentes países, las cuales son:

Proyecto Gubernamental Chileno “CORFO innova”



Figura 1 Reinventando la cocina Chilena. Tomado de 70 casos de innovación. Recuperado de http://www.corfo.cl/archivos/70_Casos_de_Innovacion.pdf

CORFO (2007). Innova Chile es una importante agencia encargada de impulsar la innovación de los proyectos empresariales productivos. Su creación fue en el año 2005 a partir de una fusión de los fondos FDI y Fontec; con un propósito el cual sea potenciado y centrado los esfuerzos de CORFO en la innovación de una sola entidad y ganar eficiencia y evitar el mal gasto de recursos.

Su trabajo es proyectado en torno a las necesidades de sus usuarios, acompañándolos en todas las etapas del ciclo innovador. Busca entregar un apoyo de mejor calidad a las pequeñas, medianas y grandes empresas, que les permita innovar en sus procesos productivos.

El proyecto muestra un enfoque de 70 casos que apoya esta agencia lo cual se denomina una de ellas en el área de cocina: “Misión Gastronómica a Paris” Reinventando la cocina Chilena por lo tanto una veintena de integrantes del comité Agro-Gastronómico viajaron a Paris en Octubre del 2006, gracias a un proyecto de Difusión y Transferencia Tecnológica co-financiado por INNOVA Chile, con el fin de conocer cómo se relaciona la comida francesa con sus productos locales. Todo para crear una nueva gastronomía Chilena (CORFO, 2007).

Pastelería Chilena “Sweet fusión”



Figura 2. Pastelería Sweet Fusión. Tomado de Sweet fusión Recuperado de <http://www.sweetfusion.cl/sobre-nosotros/>

Sweet fusión (2016). Bajo la inquietud de ofrecer servicios personalizados de calidad y con productos netamente artesanales los chefs Franziska Rosner y Diego Retamal crearon Sweet fusión, no se trabaja con pre mezclas ni aditivos logrando los mejores sabores, siempre brindando ideas innovadoras de creación y desarrollo propio siempre desafiándose a crear nuevas recetas.

Tratan de plasmar un recuerdo y vivencia a los clientes para que retornen con las mejores sensaciones de probar nuevamente sus productos

Pastelería España “Moulin Chocolat”



Figura 3. Pastelería fusión Moulin choco. Tomado de Moulin chocolat. Recuperado de <http://www.moulinchocolat.com/>

La pastelería fusión Moulin chocolat en Madrid, que se convertiría para los visitantes golosos en la mayor atracción. Todo esto fue gracias a Ricardo Vélez que junto a su

equipo de trabajo brinda los mejores postres con sabores tanto tradicionales como sabores modernos siempre innovando y creando. (Veliz, 2006)

Ricardo Vélez creó un libro "Sensaciones dulces" para mostrar que la pastelería es más fácil de lo que parece y que las fusiones de sabores usando utensilios tradicionales en conjunto con la innovación es la mayor aportación que se puede realizar al mundo moderno.

Pastelería en México "Quality Bakery"



Figura 4. Pastelería fusión Moulin choco 1. Tomado de Moulin chocolat. Recuperado de <http://www.moulinchocolat.com/>

Quality Bakery (1997), esta pastelería abrió sus puertas hace 19 años y desde entonces ofrecen los productos artesanales de la mejor calidad. Quality Bakery es una Pastelería 100% tradicional que combina los sabores Franco-Americanos, en conjunto a sus pasteleros 100% mexicanos que hacen de sus eventos momentos inolvidables con la variedad de delicias que ofrece.

Capítulo 2

Análisis Situacional

Los dulces se caracterizan por ser la identidad de un país, formando parte de la historia gastronómica, detrás de cada delicia se encuentran diferentes historias familiares con recetas que pasan de generación en generación, los productores luchan diariamente por mantener los sabores de antaño y que las generaciones sigan en el negocio para que esta actividad se mantenga viva y se siga disfrutando de las delicias tradicionales (Ecuador Aventura, 2013)

La Costa cuenta con tierras de grandes plantaciones de banano, cacao, frutas tropicales, caña de azúcar, café que enriquecen los sabores tradicionales y permite al visitante disfrutar los mejores platos típicos y dulces artesanales, Ecuador cuenta con varios puntos dulceros como son Guayas, Manabí y Esmeraldas (Ecuador Aventura, 2013)

A lo largo de la Provincia del Guayas en la ciudad de Guayaquil, ciudad hermosa llena de tradiciones y leyendas cuenta con una amplia gastronomía de comida típica desde el famoso arroz con menestra, seco de pollo y las humitas acompañadas por el más rico café pasado también se pueden degustar diferentes tipos de dulces tradicionales desde 1887 los preferidos de los guayaquileños de antaño, en la actualidad los platos típicos y dulces tradicionales de la ciudad de Guayaquil y de sus alrededores están adquiriendo más fuerza gracias al apoyo que están recibiendo de la Alcaldía que cada año permite un espacio en la ferias Gastronómicas que se han empezado a realizar desde el 2015 para fomentar y recuperar técnicas de antaño. Algunos de los dulces tradicionales de la ciudad de Guayaquil son los siguientes:

Dulce de higos



Figura 5. Dulce de higos de Guayaquil. Tomado de El universo (2012)

Torta de maduro con pasas



Figura 6. Torta de maduro con pasas. Tomado de El universo (2011)

Dulce de pechiche



Figura 7. Dulce de pechiche. Tomado de El universo (2012)

Chucula



Figura 8. Chucula 1. Tomado de Recetas de mi hogar (2013)

En la ciudad de Manabí en el cantón Rocafuerte donde el 70% de la población se dedica a la actividad dulcera siendo esta su primera fuente de ingresos. Después del terremoto que azotó al país en abril 2016, dicha localidad fue el más afectado por lo que los habitantes de ese punto del Ecuador están saliendo de la difícil situación implementando sus dulces tradicionales que llegan hasta una importante cadena estadounidense de comidas rápidas, lo que les ha permitido aumentar su productividad en un 70% y a la vez genera empleo, el MIPRO (Ministerio de Industria y productividad) y las autoridades Manabitas están financiando ferias en las principales

ciudades del país y talleres para así mejorar la economía, entre los dulces que se producen en el Cantón Rocafuerte tenemos:

Alfajores



Figura 9. Alfajores. Tomado de Dulces Postres Manabitas (2015)

Rompopo



Figura 10. Rompopo. Tomado de Dulces Postres Manabitas (2015)

Huevos Mollos



Figura 11. Huevos mollos. Tomado de Dulces Postres Manabitas (2015)

Bizcochuelo



Figura 12. Bizcochuelo. Tomado de Dulces y Postres Manabitas (2015)

Dulce de Camote



Figura 13. Dulce de camote. Tomado de Dulces y Postres Manabitas (2015)

La Provincia verde Esmeraldas con sus bellos paisajes, hermosas playas, cuna de cantores y deportistas, ciudad verde como la vegetación que la rodea, Esmeraldas ofrece una gastronomía llena de secretos complementada por su tradición dulcera que da el sabor único que hace al turista regresar. Los dulces más representativos son:

Cocada negra y blanca



Figura 14. Cocada negra y blanca. Tomado cultura y turismo Esmeraldas (2010)

Manjar de Leche



Figura 15. Manjar de leche. Tomado de Recetas Gourmet (2016)

Arroz con Leche



Figura 16. Arroz con leche. Tomado de visita Ecuador (2016)

Conserva de Guayaba



Figura 17. Conserva de guayaba. Tomado de mamás latinas (2016)

Champú de Maíz



Figura 18. Champú de maíz. Tomado de El Telégrafo (2017)

Un estudio de mercado en la provincia del Guayas permitirá que se obtengan datos sobre la Oferta y la Demanda, este estudio se basa en analizar el mercado y poder desarrollar estrategias de marketing, para atraer la atención de turistas nacionales y extranjeros a los que se les propone nuevas rutas gastronómicas basadas en aéreas dulceras de la Costa Ecuatoriana, el propósito es conocer a qué tipo de consumidor va dirigido el servicio para llegar a posicionar los productos en la mente del consumidor.

Una de las herramientas para determinar la conveniencia de la propuesta es aplicar un análisis de factores externos propuesto por Porter (1979), según el cual, el éxito de una empresa está condicionado por la presencia de competidores entre ellas se destacan las cinco fuerzas a continuación serán detalladas.

Amenaza de los nuevos competidores

Actualmente las empresas que ofrecen el mismo servicio son competitivas convirtiéndose en una amenaza para las empresas que están ingresando en el mercado, por ello es necesario analizar los competidores tanto en el mercado del centro de la ciudad como 9 de Octubre, Urdesa Central son sectores con negocios de pastelería. Por lo tanto la rivalidad se presenta con un porcentaje alto; por este motivo la repostería deberá desarrollarse con calidad y buena atención al cliente, de modo que su satisfacción impulse su posicionamiento en el mercado.

Poder de Negociación de los Compradores o Clientes

Los clientes influyentes – la otra cara de los proveedores influyentes – pueden acaparar más valor al forzar los precios a la baja, exigiendo mejor calidad o más prestaciones (lo cual hace subir los costes) y enfrentando en general a los distintos participantes en una industria (Porter, 2009)

Todos los clientes a quienes se les brindará este servicio, serán los compradores a los cuales hay que dirigirse y persuadir sobre los productos que la pastelería ofrece con diferentes sabores ya que son una fusión de dulces tradicionales con técnicas modernas y no son productos sustitutos o de baja calidad. Para eso hay que realizar estrategias de mercado para posicionar a la Pastelería a crearse, analizando el mercado para anticiparse a la competencia.

Poder de Negociación de los Proveedores

“Los proveedores influyentes acaparan más valor para sí mismos al cobrar un precio elevado, limitar la calidad a los servicios o al traspasar sus costes a los participantes de la industria” (Porter, 2009, p. 43).

Es muy importante contar con proveedores de materia prima, como manjar artesanal, huevitos mollos, dulce de guayaba, chocolate artesanal, cocadas, siendo los artesanos el abastecedor de dulces directamente de la Provincia de Esmeraldas, Manabí (Rocafuerte), y Guayaquil. Los materiales complementarios están a disposición de tiendas especializadas y comisariatos de la localidad, siendo de libre elección en función de costo-beneficio. El poder de negociación es bajo, por cuanto se cuenta con una red de proveedores en los distintos puntos de las provincias anotadas.

Amenazas de Productos Sustitutos

“Un sustituto realiza una función idéntica o similar al del producto o industria, pero de manera distinta” (Porter, 2009, p.47).

Dentro del campo de la pastelería existen locales con similar productos sustitutos entre ellos mencionamos: La Palma, Domremi; estos establecimientos se han posicionado en el mercado por la variedad de productos y por los diferentes servicio que ellos ofrecen a sus clientes.

Estas pastelerías pueden ser elegidas por los turistas gastronómicos que visiten la ciudad de Guayaquil así como residentes que prefieran adoptar otro tipo de menú y diferente servicio, este proyecto lo que promete es diferente repostería y es dirigido a clientes de todas las edades. Se califica esta amenaza como alta.

Rivalidad entre los Competidores Existentes

“La rivalidad entre competidores existentes adopta muchas formas conocidas, entre las cuales se incluyen los descuentos en los precios, nuevas mejoras en el producto, campañas de publicidad y mejoras en el servicio” (Porter, 2009, p.48).

En la provincia del Guayas existe alta competencia, muchas de las empresas promocionan productos nuevos y similares en el mercado pero no cuentan con detalles diferenciados en los productos. Los comercializados en panaderías y pastelerías en la ciudad como la California, Dolupa y Pastelería Adrianita, buscan brindar productos similares a los artesanales.

Aunque en Guayaquil se distribuya los dulces a otros cantones que deseen comercializarlos o que las pastelerías conocidas quieran experimentar y vender los dulces fusionados no cuentan con la misma receta por lo que es la mayor barrera de entrada que cuenta el proyecto y garantiza la originalidad y calidad del dulce.

Análisis de Macro Entorno

Se realizó un estudio del Macro entorno mediante el análisis PESTA, con esta herramienta se analizará los siguientes factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos y Ambientales;

Factores Políticos

El Gobierno Ecuatoriano en conjunto con las entidades gubernamentales está apostando por el crecimiento gastronómico; en el 2015 la Vicepresidencia de la República, anuncio que brindará todo el apoyo a los jóvenes emprendedores en sus proyectos transformadores. En la ciudad de Guayaquil el Municipio empezó a realizar concursos de emprendimiento para incentivar negocios propios el fin es concientizar a los ciudadanos que hay facilidad de créditos para la creación de micro empresas dedicadas a las actividades gastronómicas. Es bueno el incentivo del gobierno para seguir emprendiendo nuevos proyectos y apostar por lo nacional.

Factores Económicos

La Economía del Ecuador siempre se ha basado en los ingresos que genera el petróleo pero la baja del precio ha causado que se dé importancia a otras áreas de ingresos de productos no tradicionales. El turismo se ha incluido dentro de la Matriz Productiva, dentro de esta sector está el turismo cultural, que comprende la Gastronomía y dentro de ella los dulces tradicionales que en muchos puntos del país son fuente principal del desarrollo económico. El Municipio de Guayaquil también apuesta por el desarrollo del turismo gastronómico por eso ha creado varias ferias como son “Guayaquil Gastronómico”; “Feria Raíces”, para incentivar y crear micro empresas alimentarias y revivir el arte dulcero de antaño.

Los sabores únicos de los platos típicos y dulces tradicionales de la Costa Ecuatoriana se deben a la riqueza del suelo donde se encuentra ubicado, esta región se dedica en su mayor parte a los cultivos de banano, café, cacao y arroz. A nivel del país

36.9% de los establecimientos se dedican a la actividad de alimentos y bebidas (INEC, 2012)

El 7.7% (PIB) corresponde a los productos de alimentos y bebidas, el sector manufacturero que también se refiere a la elaboración de productos de panadería que corresponde al 5,44%, el 68,37% de dedica al comercio y el 26.2% realiza actividades relacionadas con alimentos y bebidas.

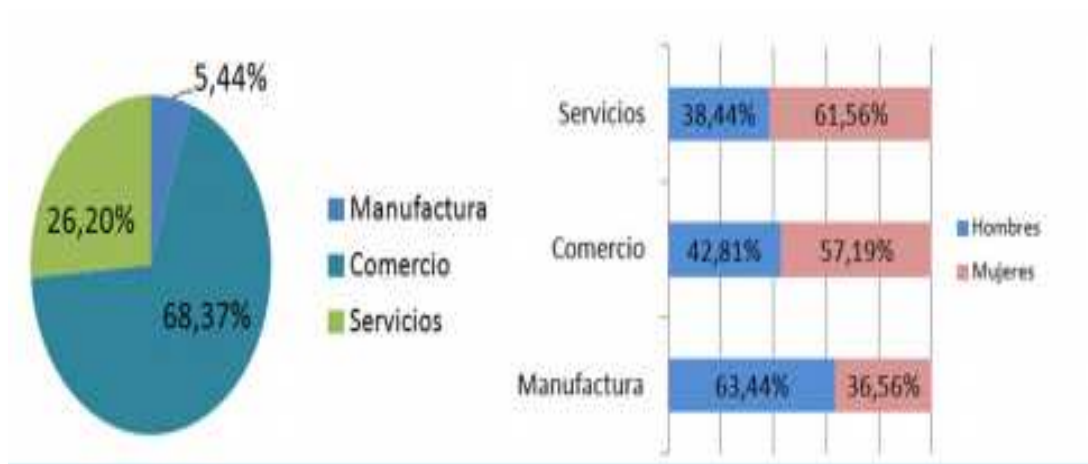


Figura 19. INEC. (2012). Análisis sector 10/12/16, de INFOE Sitio web:<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/infoe.pdf>

Según las estadísticas, la actividad económica más importante para el consumidor ecuatoriano es la del comercio que representa mayores ingresos y es una actividad a la que se dedican la mayoría de ecuatorianos que es el expendio de productos de primera necesidad.

Factores Tecnológicos

Las tecnologías son importantes porque aportan al desarrollo del país, permitiendo que por medio de plataformas virtuales las empresas que se constituyen sean reconocidas tanto a nivel nacional como a nivel internacional, la intención es promover mediante redes sociales como: Facebook, Instagram, Twitter, blog. En la actualidad la mayor parte de la población tiene servicio de internet porque aparte de la publicidad radial o televisiva es la mejor forma de llegar a las personas, incluso el Ministerio de

Turismo ha puesto en su página virtual a disposición una guía gastronómica de las diferentes ciudades del país para que el turista pueda ingresar y tener la ruta gastronómica que quiera visitar,

La Prefectura del Guayas presenta su página actualizada con las diferentes rutas como son: Ruta del Cacao, Ruta del Arroz y Ruta del Azúcar. Según el INEC (2010) en el censo de población y vivienda la tecnología más utilizada es la del celular con el 83.2% por eso se recomienda que la Pastelería que se cree debe desarrollar una APP gratuita que contenga información completa sobre menús, postres del día, dirección y contactos para la comodidad del consumidor.

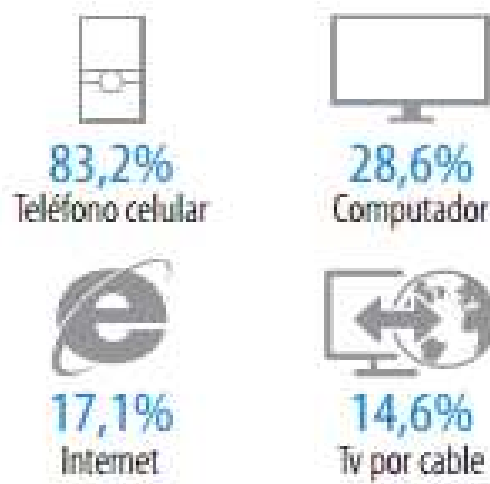


Figura 20. INEC. (2010). Así es Guayaquil 23/11/16, de Censo de población y vivienda 2010 Sitio web: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf

Factor Socio Cultural

La Provincia del Guayas que toma el nombre del río Guayas que es el más grande e importante del territorio, tiene como capital la ciudad de Guayaquil cantón más desarrollado dentro de la Provincia del Guayas, en la planta turística e infraestructura se puede encontrar atractivos naturales, culturales, exquisitos platos típicos como el arroz con menestra y carne asada y los deliciosos dulces tradicionales como el dulce de higo con la rodaja de queso, los famosos borrachitos, dulce de pechiche, permitiendo que la

ciudad crezca cada vez más gastronómicamente y recupere sus dulces de antaño abriendo plazas laborales a las generaciones que mantienen estas tradiciones culinarias, de acuerdo al INEC (2010), refiere que Guayaquil cuenta con la mayor población de la Provincia del Guayas.

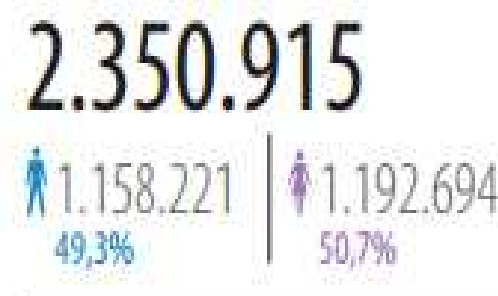


Figura 21. INEC. (2010). Así es Guayaquil. 24/11/16, de INFOGRAFÍA
Sitio web: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf

Factor Ambiental

En la ciudad de Guayaquil se está llevando a cabo el proyecto Guayaquil Ecológico, por parte de la Subsecretaría de Gestión Marina y Costera, Gobernación del Guayas todas bajo la protección y apoyo del Ministerio del Medio Ambiente, el proyecto a realizar es "Generación y restauración de aéreas verdes para la ciudad de Guayaquil", "Recuperación Ecológica del Estero Salado", el objetivo es concientizar a los habitantes a cuidar su ciudad y mantengan el contacto con la naturaleza. El consumidor se concientiza día a día sobre el cuidado ambiental y procura que los empaques donde van sus productos tenga la información completa sobre los nutrientes y fechas de caducidad del producto, si es un producto de consumo inmediato como los dulces o postres deben tener empaques que sean biodegradables que incluso para la empresa son favorables porque resultan más económicos.

Según INEC (2015) en conjunto con el Ministerio de Ambiente, a nivel nacional los hogares ecuatorianos concientizan en clasificar los residuos en el 39.40% esta cifra aumento el 14.24 puntos superando las cifras registradas en el 2010.



Figura 22. INEC. (2015). Clasificación 24/11/16, de Ministerio del Medio Ambiente Sitio web: http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Hogares/Hogares_2015/PRESENTACION%20ENEMDU%202015%2025%2001%202016.pdf

En conclusión el análisis Porter es una herramienta que permite a la empresa identificar oportunidades, mejorar estrategias, comparar ventajas y desventajas competitivas, llegando a la conclusión de que la amenaza de nuevos competidores en la ciudad de Guayaquil es alta por la cantidad de pastelerías que se encuentran en el sector del norte y centro de la ciudad, por eso se agregará un plus en una atención más personalizada que brindará la pastelería, llevando una excelente relación con los proveedores directos e indirectos y aunque la competencia es fuerte se confía en la diferencia de preparación artesanal que se ofrece al cliente en sabor y presentación.

También se aplicó la herramienta PESTA donde se demuestran los diferentes factores que facilitan el desarrollo del negocio llegando al consumidor por medio de las diferentes tecnologías y apoyándose en la iniciativa innovadora que tiene las diferentes instituciones para ampliar el turismo gastronómico.

Capítulo 3

Metodología de la Investigación

Método de Investigación

Mediante esta metodología se busca determinar la viabilidad de implementación de un servicio turístico gastronómico enfocado en los dulces tradicionales mediante la creación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana, para promover el ámbito gastronómico pero el lado dulcero, ampliar el ámbito cultural, crear nueva tendencias turísticas y así captar la atención de los turistas nacionales y extranjeros, promoviendo al desarrollo económico de los habitantes de la provincia.

Enfoque de la Investigación

El enfoque cuantitativo “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández & Baptista, 2006, p.5).

El enfoque de la investigación es mixto, los datos que se vinculan serán cuantitativos y cualitativos, y establecer los mejores resultados en la investigación, se recopilará información por medio de la encuesta y focus group. Ver el grado de aceptación que tendrá la una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana.

Como indica Hernández (2006) El enfoque cualitativo “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (p.8).

Este enfoque proporcionará mayor información, detalle sobre los gustos dulceros de los turistas internos y externos, información sobre la cultura y el entorno en el que desarrolla esta actividad en la Costa Ecuatoriana.

Técnicas de Investigación.

Se utilizarán dos técnicas de investigaciones como lo son: de campo y documental.

Investigación de Campo

Según el autor Santa Parella y Feliberto Martins (2010), definió que la investigación de campo trata de recolectar datos que sean reales en el lugar donde ocurren los hechos sin alterar las variables; también estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural.

“El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta” (pag.88).

Mediante esta investigación se visitará los lugares que son importantes en la costa, y se realizarán las encuestas como fuente primaria y también se tendrá el focus group como fuentes secundarias para conseguir información.

Investigación Documental

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios; es decir los obtenidos y registrados por otros investigadores y fuentes impresas, audiovisuales o electrónicas. “Como en toda investigación el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos” (Arias, 2012, pag.27).

Tipos de Estudios

El tipo de investigación a realizar determina los niveles de estudio que sean precisos a desarrollar.

Investigación Descriptiva

Se aplicará este tipo de estudio ya que tiene como propósito interpretar realidades de hecho lo cual el objetivo es analizar la actividad gastronómica en la zona, los motivos por que el turista no conoce el producto y que los motivaría a consumir los dulces tradicionales con el fin de establecer su estructura o comportamiento y generar un desarrollo sostenible.

Diseño de la Investigación a efectuar

Universo - Población

La población existente con la que se va a trabajar en un lugar específico y en un momento determinado será en la provincia del Guayas, en cuanto es donde se implementará la pastelería de esta provincia se concentran la mayoría de visitantes tanto turísticos como gastronómicos, ya que es una ciudad de paso y en su demografía recaen elementos que son específicos tales como el tamaño, la distribución y la composición de una población en particular; por medio de ellos se recolectarán datos. Según la información investigada del INEC demuestra que en la provincia del Guayas 3 645 483 habitantes tanto hombres como mujeres y el 54% de los turistas gastronómicos

que llegan a Guayaquil provienen del extranjero, el restante que es un 46% proviene de otras partes del país según el estudio realizado por el INEC (2010)

Muestra

La muestra es un subconjunto que representa a la población por lo tanto existen diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra dependerá de la calidad y cuanto representará el estudio de la población.

Tamaño de la muestra

Para realizar su cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde cada letra Interpreta:

n = número de elementos que debe poseer la muestra.

p= probabilidad de éxito 1.96 al cuadrado (siendo la seguridad de 95%).

q = probabilidad de fracaso 1 – p (en este caso 1-0.5 = 0.5).

Z²= Intervalo de Confianza.

e = Margen de error.

Datos:

N= 3 645 483

p= 50% = 0.5

q=1-p = 0.5%

Z=1.96

e=5%= 0.05

Aplicando esta fórmula da como resultado 384 personas para realizar las encuestas.

Presentación y resultados: Tablas y gráficos.

Tabla 1

Tipo de género

Género	Personas	Porcentajes
Masculino	130	32.9%
Femenino	254	67.1%
Total	384	100%

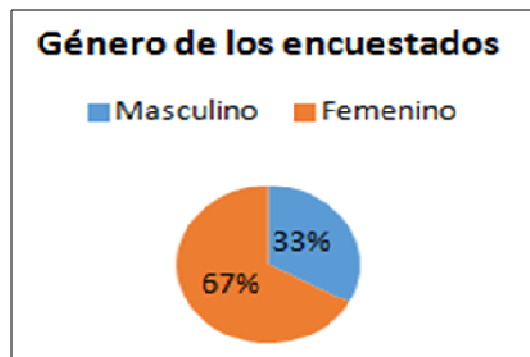


Figura 23. Género de los encuestados.

Para el desarrollo de las encuestas en la ciudad de Guayaquil donde se ubicará la Pastelería se tomó en consideración un grupo de 384 personas nacionales y extranjeros, las encuestas muestran que el 32.9% son de género masculino y el 67.1% son del género femenino.

Tabla 2

Edad de los encuestados

Edad	Personas	Porcentajes
15 – 30	100	26.1%
31 – 46	200	45.1%
47 – 62	50	18.8%
63 – 80	34	10%
Total	384	100%

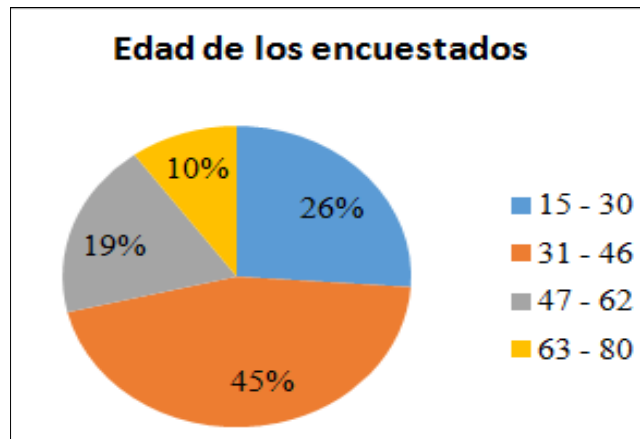


Figura 24. Edad de los encuestados.

Se ejecutó la encuesta a diferentes rangos de edades por lo que se observa la atención de personas en una jerarquía de edad de 31 a 40 y de 41 a 50 siendo los principales grupos de los cuales se obtuvo un porcentaje de 30% en uno y 70% en el otro. Se puede proyectar que el ámbito cultural y natural genera más aceptación por parte de las personas de estas edades.

Tabla 3

Nacionalidad de los encuestados

Nacionalidad	Personas	Porcentajes
Ecuatoriano (a)	351	92.6%
Otro	33	7.4%
Total	384	100%



Figura 25. Nacionalidad de encuestados

Se determinó que los encuestados en la mayoría son ecuatorianos con el 93% y de otras nacionalidades son el 7%.

1.- ¿Conoce los dulces tradicionales de la Costa Ecuatoriana?

Tabla 4

Conocimiento de dulces Ecuatorianos

Categoría	Personas	Porcentajes
Si	347	92.3%
No	37	7.7%
Total	384	100%

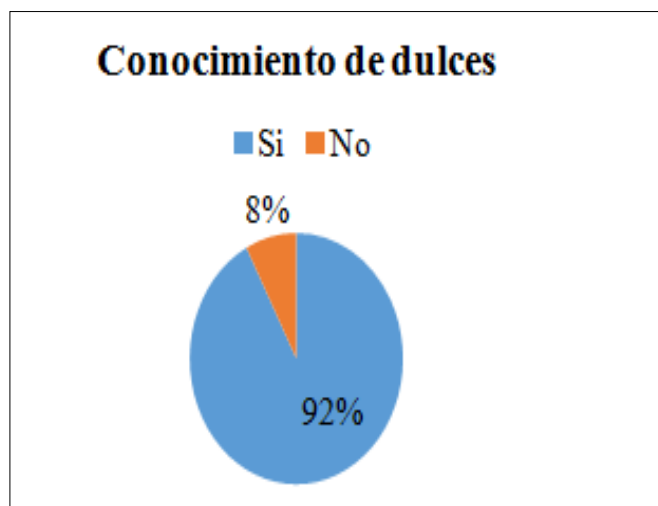


Figura 26. Conocimiento de los dulces

Mediante esta pregunta queda despejada la duda si los habitantes de Guayaquil conocen los dulces tradicionales, es de gran importancia porque permite determinar el interés que se tiene por conocer los sabores tradicionales. Las encuestas muestran que el 92% tienen conocimiento sobre los dulces ecuatorianos y el 8% no sabe dónde encontrarlos.

2.- Si su respuesta es sí, conteste la siguiente pregunta. ¿Has probado los dulces tradicionales de la Costa Ecuatoriana?

Tabla 5

Indicador si ha probado los dulces

Categoría	Personas	Porcentajes
Si	348	99.1%
No	36	0.9%
Total	384	100%



Figura 27. Indicador si ha probado los dulces

La duda sobre si han degustado los dulces ecuatorianos queda aclarada ya que se demuestra que los habitantes de la ciudad de Guayaquil en algún momento han tenido el gusto de probarlos. Los resultados nos indican que el 99% de los encuestados han probado los dulces tradicionales y tan solo el 1% no ha tenido el gusto de probarlos.

3.- ¿Cuál es el motivo por lo que Ud. ha comprado estos productos en una pastelería?

Tabla 6

Motivo para comprar estos productos

Categoría	Personas	Porcentajes
Cumpleaños	121	45%
Reuniones familiares	130	25%
Bautizos	60	15%
Graduaciones	50	10%
Otros	23	5 %
Total	384	100%

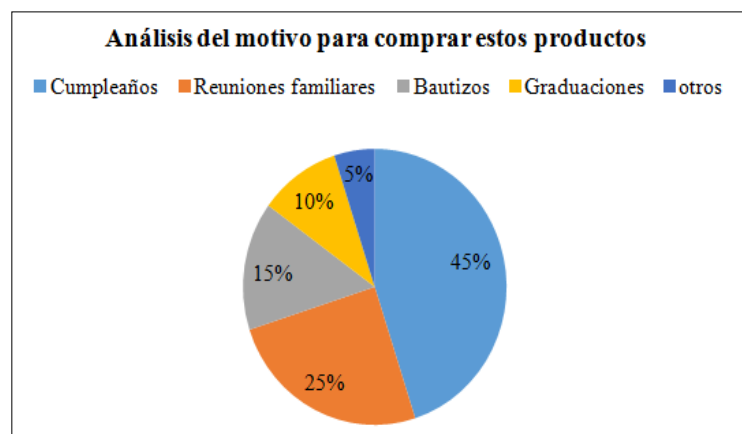


Figura 28. Motivo para compra estos productos

El análisis de esta pregunta muestra que los habitantes de la ciudad de Guayaquil adquieren los productos por diferentes razones de celebración. La encuesta nos indica que el motivo de cumpleaños tiene el 45% que es la razón de más interés para adquirir los productos, el 25% por reuniones familiares donde disfrutaban los dulces de antaño, el 15% es por bautizos, el 10% por graduación y el 5% otros casos que en ocasiones indicaban los habitantes que era por visitar las otras Provincias o por familiares que les traían los dulces.

4.- ¿Conoce alguno de estos productos? (opciones)

Tabla 7

Reconocimiento del producto

Productos	Personas	Porcentajes
Cupcakes	150	35%
Cheesecake	30	10%
Shots	59	17%
Alfajores	105	23%
Tartaletas	40	15%
Total	384	100%

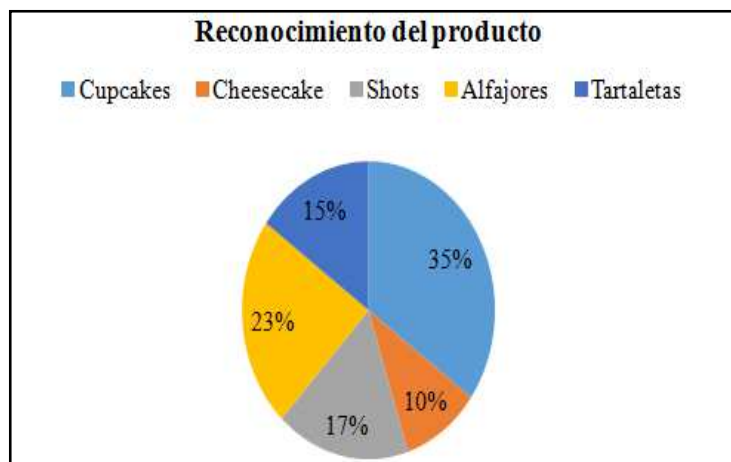


Figura 29. Reconocimiento del producto

Los habitantes de la ciudad de Guayaquil reconocen varios productos modernos siendo los cupcakes el producto más reconocido con el 35%, los alfajores con el 23% se posicionan en segundo lugar en ser reconocidos, seguido del 17% shots que son servidos en vasos de carey de 2onz, el 15% tartaletas que las reconocen también como barquitos, y el 10% cheesecake que son los menos conocidos por los habitantes.

5 ¿Cree que fusionar los sabores tradicionales (chocolate, manjar artesanal, cocada, guayaba, huevo mollos, rompope e higo) aplicando técnicas modernas sería reconocido por el cliente?

Tabla 8

Fusión de sabores tradicionales

Categoría	Personas	Porcentajes
Si	348	97.8%
No	36	2.2%
Total	384	100%



Figura 30. Fusión de sabores tradicionales

Las encuestas demuestran que el 98% de los encuestados están de acuerdo que la fusión de sabores abriría de una forma innovadora de consumir los productos tradicionales, y tan solo el 2% desean mantener la forma de presentación tradicional.

6.- ¿Le gustaría experimentar una fusión de sabores tradicionales en postres modernos? (opciones)

Tabla 9

Opciones de fusión de sabores

Productos de fusión	Personas	Porcentajes
Cake pops de torta de maduro	35	10%
Cupcakes de Huevos mollos	60	13%
Cupcakes de chocolate artesanal	80	19%
Alfajores de manjar y cocada	90	22%
Tartaleta de guayaba	70	15%
Shots de arroz con leche	15	7%
Shots de rompopo	24	9%
Cheesecake de higos	10	5%
Total	384	100%

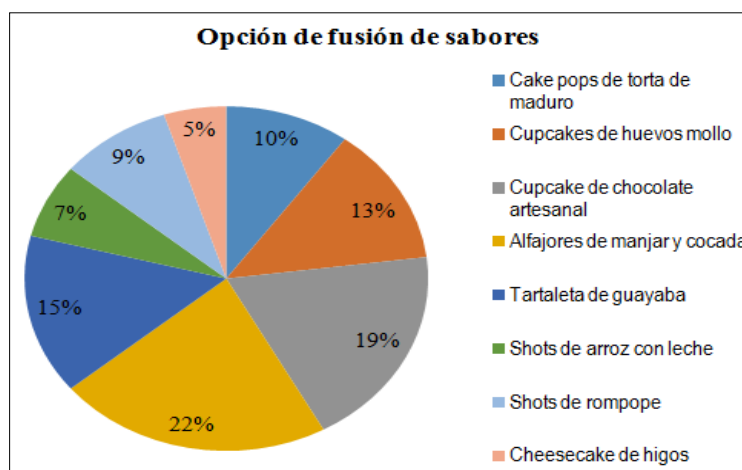


Figura 31. Opciones de función de sabores

Se determina que el 22% de los habitantes de la ciudad de Guayaquil se inclinan por la fusión de sabores de los alfajores con manjar artesanal y la cocada esmeraldeña, el 19% prefieren la fusión de los cupcakes con chocolate artesanal, el 15% prefieren las tartaletas de guayaba por su sabor dulce y salado, al 13% les parece interesante la fusión de cupcakes algo moderno con los tradicionales Huevos mollos, manifestando que es una combinación curiosa de degustar, el 10% prefieren la torta de maduro hecha cake pops que llamarían la atención de las nuevas generaciones, al 9% le gustaría tener más acceso a los shots de rompopo, el 7% a shots de arroz con leche ya que no son productos muy fáciles de conseguir y el 5% prefieren un dulce de higo presentado de forma moderna en un cheesecake.

7.- Si le parece bueno. ¿Usted compraría esta fusión de sabores y la compartiría?

Tabla 10

Compraría y compartiría esta fusión

Categoría	Personas	Porcentajes
Si	350	98.6%
No	34	1.4%
Total	384	100%

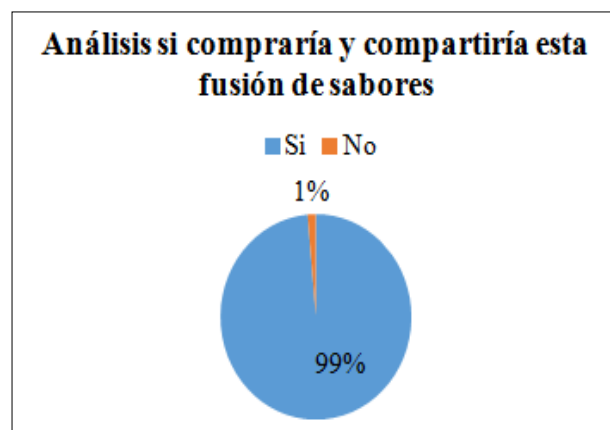


Figura 32. Compraría y compartiría esta

El análisis de los encuestados determinan que el 99% si comprarían y compartirían y tan solo un 1% se ven negativo porque afirman que se perderá el dulzor personal, el sabor artesanal tradicional.

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por la porción del dulce?

Tabla 11

Precio por porción

Precios	Personas	Porcentajes
\$ 2.50	210	55.3%
\$ 3.50	135	35.2%
\$ 4.00	27	7.2%
\$10.00	12	2.3%
Total	384	100%

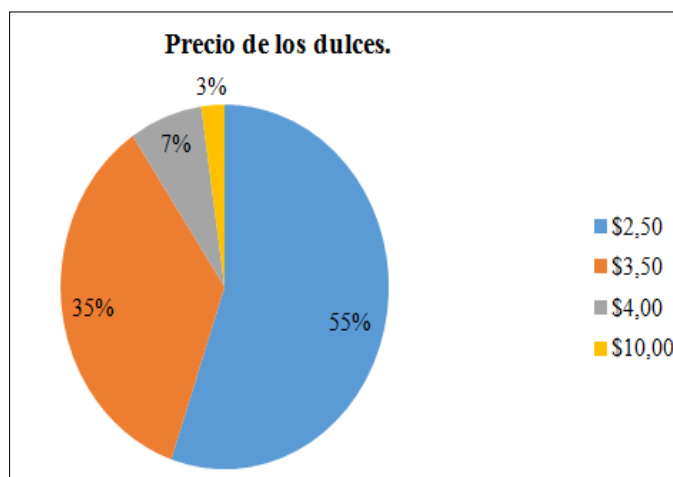


Figura 33. Precio de los dulces.

El 56% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar \$2.50 que consideran que el costo es apropiado para los productos, el 35% de las personas consideran que el costo de \$3.50 entra en el valor accesible del producto, el 7% de los encuestados consideran que \$4.00 es considerable, y el 2% acceden al pago de \$10.00 del producto.

9.- ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicada la Pastelería Fusión?

Tabla 12

Ubicación de la pastelería

Ubicación	Personas	Porcentajes
Al norte de la ciudad	78	25.3%
Al centro de la ciudad	260	62%
Al sur de la ciudad	40	11%
Otro	6	1.7%
Total	384	100%

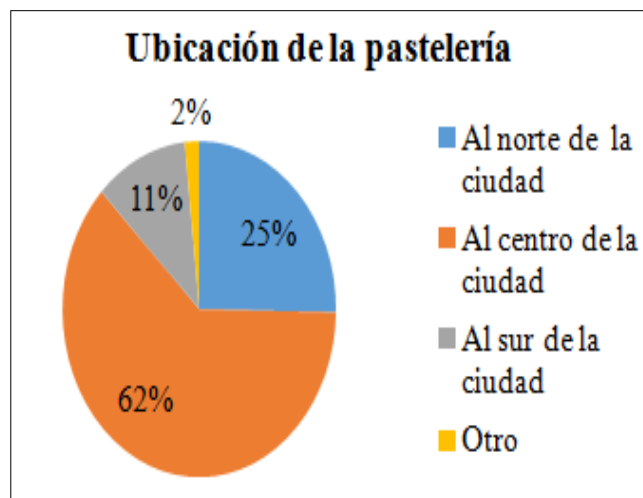


Figura 34. Ubicación de la pastelería.

Los resultados demuestran que el 62% de las personas encuestadas prefieren que la ubicación de la pastelería sea en el centro de la ciudad porque consideran un punto estratégico y más fácil de visitar, también el 25% de los encuestados prefieren que la pastelería este ubicada al norte de la ciudad, el 11% prefiere al sur de la ciudad y el 2% prefieren otras ubicaciones.

10.- ¿Alguna sugerencia para una fusión de sabores?

Tabla 13

Sugerencia de sabores

Sugerencias	Personas	Porcentajes
Si hicieron sugerencias	82	31.2%
No hicieron sugerencias	302	68.8%
Total	384	100%

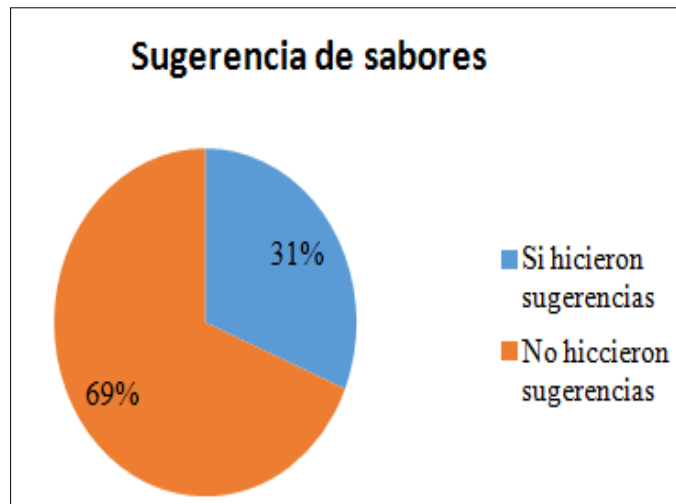


Figura 35. Sugerencia de sabores.

Los resultados demuestran que 30% de los encuestados sugirieron que el producto sea fusionado con otros sabores y el 70% no tuvieron ninguna sugerencia, lo cual el producto tiene una mayor aceptación de lo propuesto. Las personas sugirieron usar el banano, el café, la caña de azúcar, membrillo como alternativas para nuevas fusiones.

Focus Group

Se utilizó la técnica del focus group, y se planteó una variedad de preguntas para recopilar la información que se necesita para optimizar el producto y brindar los mejores para el consumidor. Participaron doce invitados cuyo objetivo fue evaluar la calidad, presentación, precios, contenido de azúcar y otros ingredientes de los dulces degustados.

El 98% de los participantes consideran que el nivel de azúcar es el adecuado, también creen que la masa del cupcakes y del alfajor está suave. La presentación de los productos fue calificada como excelente. El tamaño para la porción de los dulces consideran que esta bien para la venta al público. Los productos con mayor aceptación entre los participantes son: el cupcakes de Huevos mollos, los alfajores, shots de arroz con leche.

Los colaboradores de este focus group indicaron que como los productos son innovadores en la fusión de sabores si compartirían con amigos y familiares. Sobre los costos sugirieron diferentes precios en función del producto y del material utilizado para su elaboración. La bebida que consideran como el mejor conjunto para los dulces es el café y agua.

Los participantes del focus group expresaron algunas recomendaciones para mejorar la fusión de sabores con los productos artesanales. Reducir el tamaño de la porción del alfajor para facilitar la manipulación y el empaque del producto. Hubo sugerencias sobre mejorar la presentación del cake pops de maduro y de cheesecake de higos.

Resumen de Encuestas y Focus Group

Esta nueva tendencia en esta rama de la gastronomía, de los dulces que fusiona sabores ecuatorianos con presentaciones modernas con la finalidad de llamar la atención de los turistas nacionales y extranjeros se tomó en consideración las opiniones de los participantes encuestados y de los colaboradores del Focus Group llegando a la conclusión de que si tiene gran aceptación esta propuesta, los dos grupos concuerdan que los productos más interesantes son los cupcakes seguidos por los alfajores, también les llama la atención la combinación de sabores de las tartaletas de guayaba, los shots de rompopo y de arroz con leche y el dulce de higo. Con este ejercicio se busca mejorar la presentación de los productos, proponer nuevas medidas en las raciones de los ingredientes para satisfacer el paladar de los clientes.

Capítulo 4

Estudio Organizacional

Razón Social

Legalmente se debe establecer la empresa que preste el servicio de alimentos y bebidas, se puede conformar por una sociedad según lo mencionado en la Superintendencia de Compañías.

Dulces Tradiciones S.A. corresponde a la razón social de la pastelería la cual llevará a cabo la elaboración de productos fusionados con dulces tradicionales de la costa y abrirá su local y proporcionará un buen servicio gastronómico y la mejor atención a sus clientes.

Logo



“La fusión de cosas buenas crea cosas increíbles”

Figura 36. Logo de la pastelería.

Misión

Somos una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de dulces tradicionales fusionados con técnicas modernas, apoyados con ingredientes artesanales; preparados con personal técnico, modernos equipos y apegados a la normas de higiene y salubridad buscando la satisfacción de los clientes.

Visión

Ser una empresa líder en el mercado especializada en dulces de calidad fusionados con otros productos implementando técnicas modernas personalizadas, fomentando el desarrollo gastronómico y cultural.

Valores

- Respeto
- Puntualidad
- Trabajo en Equipo
- Compromiso
- Tolerancia
- Comunicación.

Análisis FODA

Análisis Interno

Fortalezas

- Producto de calidad
- Productos variados
- Precios accesibles
- Personal capacitado
- Idea innovadora de fusión de productos
- Proveedores comprometidos con las entregas de materia prima.

Debilidades

- Nuevos en el negocio
- No se tiene una cartera de clientes fijos
- El nombre de la pastelería no está posesionada aun en el mercado

Análisis Externo

Oportunidades

- Apertura a créditos para emprendimiento
- Incentivo para el sector turístico
- Crecimiento del mercado de productos artesanales
- Desarrollo de tecnologías

Amenazas

- De nuevos competidores
- Reemplazo por productos sustitutos a bajo costo
- Incremento en precios de la materia prima.

Organigrama

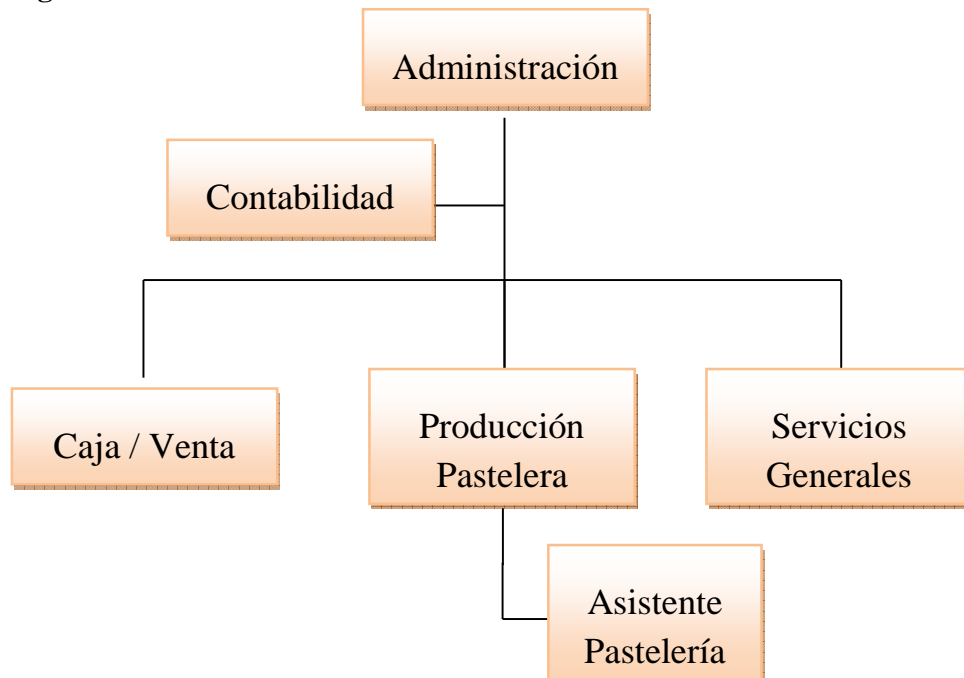


Figura 37. Estructura Organizacional Dulces tradiciones S.A.

Funciones del personal

Se ofrecerá servicio y atención de calidad:

Administrador:

Planificar controlar y dirigir las actividades de la pastelería. Administrar los recursos materiales, financieros y humanos asignados para la operación de la empresa. A fin de que se logren los objetivos de venta.

Contador:

Registrar, controlar las actividades contables-financieras de la pastelería así como realizar las labores de pago de facturas, realizar las declaraciones tributarias y a otras instituciones de control. Además presentar a la Gerencia los estados financieros de la empresa. Estas labores serían contratadas por parte de la Gerencia.-

Cajera/ Ventas:

Atender a los clientes en la venta de los productos. Controlar los inventarios y el abastecimiento de los productos en los mostradores en exhibición. Efectuar cierre de caja diariamente y entregar el informe de ventas.

Chef Pastelero:

Desarrollar la producción de los productos de la pastelería. Presentar alternativas de nuevas fusiones y cambios en el diseño de los productos. Determinar los requerimientos sobre insumos y materiales necesarios para la elaboración de dichos dulces.

Asistente Pastelera:

Apoyar en la producción de los productos de la pastelería. Llevar un control de los materiales consumidos, reportar la reparación o sustitución de herramientas que necesita para elaborar más pasteles.

Servicios Generales:**Asistente de servicios:**

Ejecutar la limpieza total del establecimiento incluyendo utensilios y materiales. Observar y cumplir las normas de higiene y salubridad aprobados por el Ministerio de Salud. Reporta a su superior sobre el abastecimiento de los materiales de limpieza que se requieran.

Mercado Objetivo

Dulces Tradiciones está dirigido a los clientes que habitan en la ciudad de Guayaquil, también a turistas nacionales y extranjeros que visiten la ciudad; por consiguiente estará orientado a personas de 31-46 años de edad, de nivel económico medio-alto, que guste de este tipo de dulces con tradición artesanal costeña, dirigida a personas de todo género.

Objetivo General

Crear una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana y el estudio de factibilidad para su implementación

Objetivos Específicos

- Preparar y diseñar los productos de alta calidad y con variedad de sabores.
- Determinar costos de producción de los productos disponibles para la venta
- Desarrollar el Plan de Negocios para la Pastelería.
- Innovar de acuerdo a las tendencias del mercado y a la exigencia del cliente.
- Brindar al cliente una atención personalizada, con amplias instalaciones y con fácil acceso.

Localización

Macro Localización

La pastelería "Dulces Tradiciones", estará ubicada en la Provincia del Guayas en el Cantón Guayaquil.

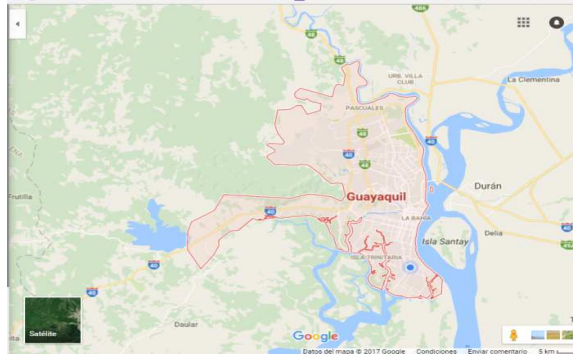


Figura 38. Macro Localización. Tomado de Google Maps. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/place/Guayaquil/@-2.1524948,-80.1200002,11z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x902d13cbe855805f:0x8015a492f4fca473!8m2!3d-2.1709979!4d-79.9223592>

Micro Localización

La pastelería "Dulces Tradiciones", estará ubicada en la ciudad de Guayaquil en el centro de la ciudad calles García Avilés 101 y P. Icaza.

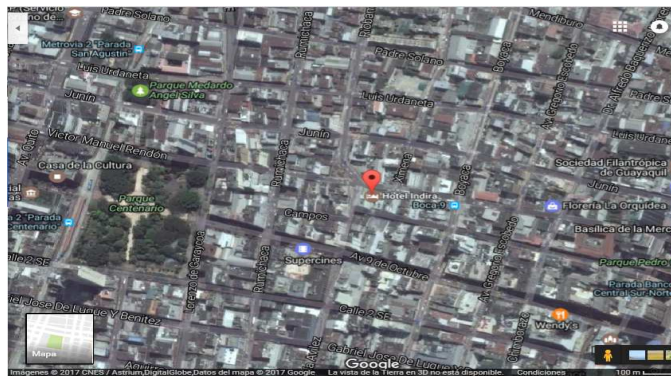
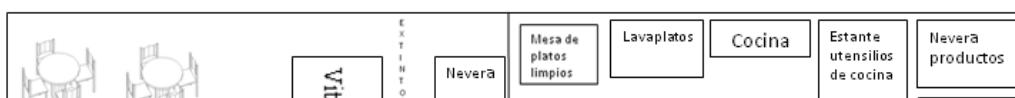


Figura 39. Micro Localización. Tomado de Google Maps. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/place/Hotel+Indira/@-2.1896929,-79.8870189,691m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x902d6e780f9ce7:0xcee697907196a039!8m2!3d-2.1896929!4d-79.8848302>

Distribución física del espacio

Las medidas del terreno que será alquilada son 140 m2 total del local. La pastelería consta con ventanas grandes de vidrio las cuales facilitan la visión del mostrador, área de caja, vitrinas refrigeradas, se incluirá pequeña área donde se ubicarán



unas mesas y sillas para que el cliente pueda degustar de los productos que se ofrecen, baños hombres y mujeres. En el área de cocina tres mesones amplios, lavadero de platos y moldes, área específica para los hornos industriales y una pequeña área que se utilizará como oficina.

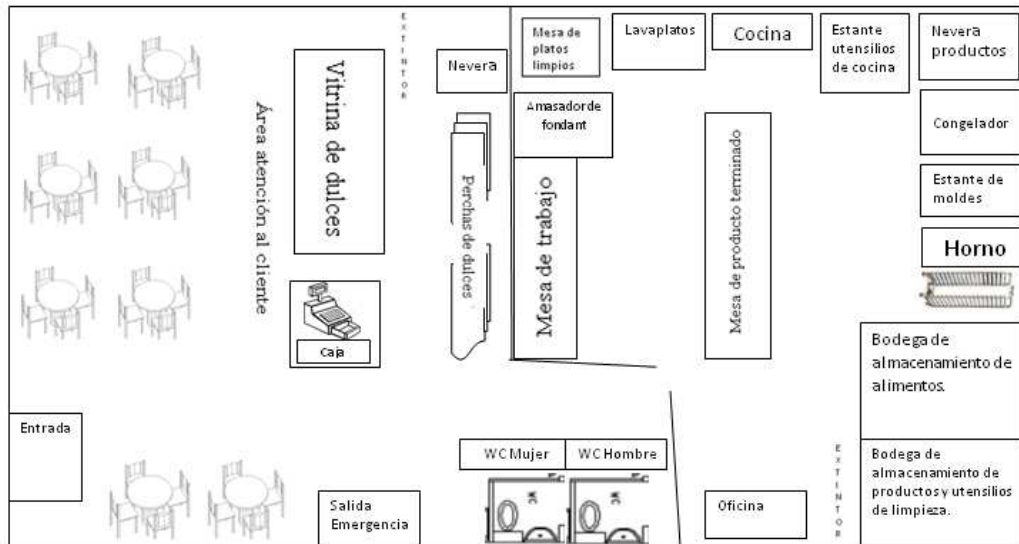


Figura 40. Distribución del espacio.

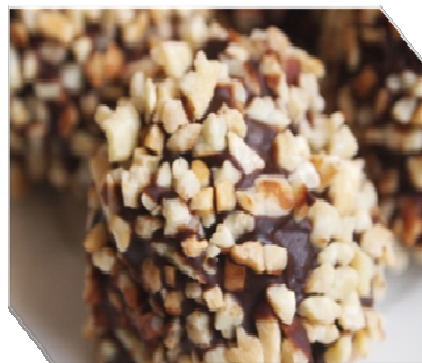
Horario de Funcionamiento

El horario que se manejará en la pastelería será de martes a domingo de 10h00 a 19h00, incluyendo el receso. Los días lunes serán libres para el personal tanto operativo como administrativo.

Productos a ofrecer

A continuación las recetas de los productos que serán fusionados:

Cake pops de torta de maduro con pasas y almendras



Ingredientes:

- Maduro
- Queso criollo (proveedor-Manabí)
- Mantequilla
- Pasas
- Almendras
- Azúcar (proveedor-Guayas)

Figura 41. Cake pops de torta de maduro

Cupcakes de Huevos mollos.



- Ingredientes**
- Huevos mollos producto artesanal (proveedor-Manabi)
 - Azúcar (proveedor-Guayas)
 - Mantequilla
 - Harina
 - Azúcar impalpable
 - Marva blanca(proveedor-Manabi)

Figura 42. Cupcakes de Huevos mollos

Cupcakes de chocolate artesanal



- Ingredientes:**
- Chocolate artesanal (proveedor-Manabi)
 - Azúcar (proveedor-Guayas)
 - Mantequilla
 - Huevos (proveedor-Guayaquil)
 - Harina
 - Azúcar impalpable
 - Marva blanca(proveedor-Manabi)

Figura 43. Cupcakes de chocolate Artesanal

Tartaletas de guayaba.



- Ingredientes:**
- Conserva de guayaba artesanal (proveedor-Esmeraldas)
 - Azúcar (proveedor-Guayas)
 - Mantequilla
 - Huevos (proveedor-Guayaquil)
 - Harina
 - Sal

Figura 44. Tartaletas de guayaba.

Alfajores de manjar y cocada artesanal.



Ingredientes:

- Manjar de leche artesanal (proveedor-Manabi)
- Cocada artesanal (proveedor-Esmeraldas)
- Maicena
- Mantequilla
- Huevos (proveedor-Guayaquil)
- Harina
- Azúcar impalpable

Figura 45. Alfajores de manjar y cocada

Cheesecake de higos



Ingredientes:

- Higos (proveedor-Guayaquil)
- Azúcar (proveedor-Guayas)
- Galleta María
- Huevos (proveedor-Guayaquil)
- Harina
- Azúcar (proveedor-Guayas)
- Mantequilla

Figura 46. Cheesecake de higos.

Shots de arroz con leche.



Ingredientes:

- Arroz blanco (proveedor-Guayaquil)
- Canela (proveedor – Esmeraldas)
- Leche en polvo
- Leche condensada (proveedor-Guayaquil)
- Crema chantilly

Figura 47. Shots de arroz con leche.

Shots de Rompope.



Figura 48. Shots de Rompope.

Causas de la Investigación

Para esta investigación se ha tomado en cuenta que efectos formarán en la creación de una pastelería que rescata la tradición y fusione los dulces con técnicas modernas por lo que será un resultado positivo para la innovación y el emprendimiento de las empresas. Donde se generará nuevas oportunidades de empleo en la ciudad, capacitar al personal que participará en el proyecto y estandarizar el proceso productivo por lo que mejorará las condiciones de vida de los trabajadores.

Plan de Marketing

Segmentación de Mercado

Se realizó la segmentación de mercado a través de criterios

Tabla 14

Segmentación de mercado.

Demográfica	Edad Sexo	De 31 a 46 años Masculino y Femenino
Geográfica	Sector	Centro de la ciudad de Guayaquil
Psicográfica	Perfil	Personas de clase media-alta, que gusten de los dulces tradicionales y variedades de postres.

Estrategias de Posicionamiento

La Empresa estará posicionada teniendo consideración la innovación del producto; la calidad y el precio por lo que tendrá dos aspectos importantes:

Infraestructura

La pastelería contará con un local altamente equipado y novedoso acondicionado y ambientado a la temática ancestral de los dulces de antaño y personal capacitado para dar una atención de calidad y un excelente servicio de restauración.

Estrategias de marketing

Marketing Mix

Producto

Se busca introducir dulces tradicionales de la costa Ecuatoriana fusionando sabores y colores con otros productos modernos usando las nuevas tendencias y diseños en los Cake pops de torta de maduro, Cupcakes de Huevos mollos, Cupcakes de chocolate artesanal, Alfajores de manjar y cocada, Tartaleta de Guayaba, Shots de arroz con leche y Shots de rompopo, Cheesecake de higos por lo tanto implementar en la ciudad estos productos sin perder su identidad ancestral.

Proveedores

Tabla 15

Proveedores.

PRODUCTO	PROVEEDOR	LOCACIÓN
Dulce de higos	2 participantes	Guayaquil y Naranjal
Maduro	2 participantes	El Carmen y Daule
Chocolate	3 participantes	Yaguachi, Rocafuerte y Jipijapa
Manjar	2 participantes	Jipijapa, Esmeraldas
Rompope	2 participantes	Rocafuerte, Durán
Guayaba	2 participantes	Yaguachi, Esmeraldas

Precio

En cuanto al precio varían según el producto que desee el consumidor y la cantidad del pedido, basándonos en las encuestas que el valor que el cliente desea pagar por producto es:

Tabla 16

Precios de productos

PRECIOS	
Cake pops de maduro	\$2.00
Cupcakes de Huevos mollos	\$2.25
Cupcakes de chocolate artesanal	\$2.50
Tartaletas de Guayaba	\$2.00
Alfajores de Manjar y cocada artesanal	\$2.00
Cheesecake de Higos	\$3.50
Shots de Arroz con leche	\$2.00
Shots de Rompopo	\$2.00
BEBIDAS	
Cola Personal	\$1.25
Botella con Agua	\$1.00
Vaso de Leche	\$0.75
Taza de Café	\$1.00
Taza de Té	\$0.85

Plaza

Los productos serán vendidos en el local donde estará ubicada en la pastelería, la estrategia es brindar comodidad para que el cliente pueda consumir dentro del local y también se dará la opción de pedidos a domicilio.

Promoción

Para promoción de la pastelería se hará por medio de las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, youtube, también se promocionara por medio de volantes.

Presupuesto de marketing

El presupuesto del marketing está basado en lo que se utilizara para la promoción de la pastelería como son las redes sociales que serán manejadas por el Administrador y repartición de volantes.

Tabla 17

Presupuesto de marketing.

Publicidad	Descripción	Unidades	Costo mensual	Costo anual
Medios digitales	Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Youtube		\$0.00	\$0.00
Medios tradicionales	Volantes	1.000		\$ 100.00
Total				\$ 100.00

Capítulo 5

Estudio Financiero de la pastelería

Tabla 18

Inversión Inicial de la pastelería

INVERSIÓN INICIAL			
EFFECTIVO	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
DESCRIPCION			
Sueldos	1	\$ 2.605,67	\$ 2.605,67
Imprevistos	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL EFFECTIVO			\$ 3.105,67
EDIFICIO			
DESCRIPCION	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Alquiler		\$ 600,00	\$ 600,00
Decoración		\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
TOTAL EDIFICIO			\$ 1.500,00
EQUIPOS ELECTRONICOS			
DESCRIPCION	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Aire acondicionado Split		\$ 980,00	\$ 980,00
TOTAL EDIFICIO			\$ 980,00
EQUIPOS DE COMPUTACION			
DESCRIPCION	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Computadora portátil	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Impresora multifunción	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Caja registradora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Regulador de voltaje	1	\$ 60,00	\$ 60,00
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION			\$ 960,00
EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Escritorio	1	\$ 290,00	\$ 290,00
Silla ejecutiva	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Archivador	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Teléfono con extensión	1	\$ 40,00	\$ 40,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 520,00
MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCION	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Juego de mesas con sillas	8	\$ 140,00	\$ 1.120,00
Tacho de basura grande	1	\$ 45,00	\$ 45,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 1.120,00

SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCION	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Resma A4	2	5	10
Esferos	6	0,2	1,2
Cuaderno universitario	1	1,5	1,5

TOTAL Suministros de oficina**EQUIPOS DE PRODUCCION**

DESCRIPCION	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Refrigeradora/industrial	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
vitrina congelador horizontal	1	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
Cocina Industrial 4 quemadores	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Perchas de madera	2	\$ 90,00	\$ 180,00
Perchas de de acero inoxidable	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Microondas	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Mesas de trabajo de acero inoxidable	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Congelador horizontal	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Estantes utensilios acero inoxidable	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Estantes de moldes acero inoxidable	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Hornos industrial	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
Utensilios de repostería	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Mesa para secar utensilios	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Juego menaje comedor	8	\$ 30,00	\$ 240,00
Moldes para 12 cupcakes	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Molde para tartaletas	1000	\$ 0,60	\$ 600,00
Cortadores	8	\$ 5,00	\$ 40,00
licuadora industrial	1	\$ 335,00	\$ 335,00
Batidora industrial	1	\$ 820,00	\$ 820,00
Balanza industrial	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Amasador de fondant	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Juego de ollas	1	\$ 300,00	\$ 300,00
TOTAL equipos de producción			\$ 16.865,00

GASTOS DE CONSTITUCION

DESCRIPCION	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Planos	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Consultoría Técnica	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Permisos	1	\$ 400,00	\$ 400,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION			\$ 950,00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			\$ 26.000,67

En la inversión inicial se ha tomado en consideración los valores de alquiler, decoración, y equipamiento de esta manera empezar con la operación de la pastelería, lo

cual son menaje, suministros varios, alquiler, edificio, equipos de computación, muebles y enseres, equipos electrónicos, equipos de producción y gastos de constitución por lo que se podrá iniciar sus operaciones, proporcionando como resultado un total \$26.000,67

Tabla 19

Balance Inicial de la Pastelería

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo corriente		\$ 3.105,67	Pasivo largo plazo
Caja	\$ 3.105,67	Documentos por pagar	\$ 18.200,47
Suministros de oficina	\$ -		
Activo fijo		\$ 21.945,00	Total PASIVOS \$ 18.200,47
Edificación	\$ 1.500,00		
Equipo electrónico	\$ 980,00	<u>PATRIMONIO</u>	
Equipo de computación	\$ 960,00	Capital propio	\$ 7.800,20
Equipo de oficina	\$ 520,00		
Muebles y enseres	\$ 1.120,00	Total PATRIMONIO	\$ 7.800,20
Equipo de producción	\$ 16.865,00		
Activo diferido		\$ 950,00	
Gastos de constitución	\$ 950,00		
Total ACTIVOS		\$ 26.000,67	Total PASIVOS y PATRIMONIO \$ 26.000,67

En el balance inicial se reflejaran cuentas de activos, pasivos y patrimonio, lo cual demostró que la pastelería obtuvo un préstamo del 70% lo cual será financiado por la Corporación Financiera Nacional (CFN), a un plazo de 3 años con una tasa de interés del 10.56%.

Tabla 20

Proyección de gastos de RRHH 1er Año

CARGO	CAN	SUELDO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
Administrador	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 375,00	\$ 250,00	\$ 0,00	\$ 729,00	\$ 7.854,00	\$ 654,50
Contador	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.800,00	\$ 150,00
Chef Pastelero	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 583,20	\$ 6.533,20	\$ 544,43
Asistente Pastelera	1	\$ 375,00	\$ 4.500,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 187,50	\$ 0,00	\$ 546,75	\$ 5.984,25	\$ 498,69
Cajera/ Vendedora	1	\$ 375,00	\$ 4.500,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 187,50	\$ 0,00	\$ 546,75	\$ 5.984,25	\$ 498,69
Asistente de Limpieza	1	\$ 183,00	\$ 2.196,00	\$ 183,00	\$ 375,00	\$ 91,50	\$ 0,00	\$ 266,81	\$ 3.112,31	\$ 259,36
TOTAL	6	\$ 1.983,00	\$ 23.796,00	\$ 1.833,00	\$ 1.875,00	\$ 1.091,50	\$ 0,00	\$ 2.672,51	\$31.268,01	\$2.605,67

Nota: El contador será contratado por medio de servicios prestados. El servicio de mantenimiento trabajara 4 horas diarias.

Tabla 21

Proyección de gastos de RRHH 2do Año

CARGO	CAN	SUELDO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
Administrador	1	\$ 500,00	\$6.000,000	\$ 500,00	\$ 375,00	\$ 250,000	\$ 500,00	\$ 729,00	\$ 8.354,00	\$ 696,17
Contador	1	\$ 150,00	\$1.800,000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.800,00	\$ 150,00
Chef Pastelero	1	\$ 400,00	\$4.800,000	\$ 400,00	\$ 375,00	\$ 235,000	\$ 400,00	\$ 583,20	\$ 6.793,20	\$ 566,10
Asistente Pastelera	1	\$ 375,00	\$4.500,000	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 384,000	\$ 375,00	\$ 546,75	\$ 6.555,75	\$ 546,31
Cajera/Vendedora	1	\$ 375,00	\$4.500,000	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 187,500	\$ 375,00	\$ 546,75	\$ 6.359,25	\$ 529,94
Asistente de Limpieza	1	\$ 183,00	\$2.196,000	\$ 183,00	\$ 375,00	\$ 91,500	\$ 183,00	\$ 266,81	\$ 3.295,31	\$ 274,61
TOTAL	6	\$ 1.983,00	\$23.796,00	\$ 1.833,00	\$ 1.875,00	\$ 1.148,00	\$ 1.833,00	\$ 2.672,51	\$33.157,51	\$ 2.763,13

Nota: El contador será contratado por medio de servicios prestados

Tabla 22

Proyección de gastos de RRHH 5 Años

CARGO	CANT.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	1	\$ 7.854,00	\$ 8.354,00	\$ 8.447,56	\$ 8.542,18	\$ 8.637,85
Contador	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.820,16	\$ 1.840,55	\$ 1.861,16
Chef Pastelero	1	\$ 6.533,20	\$ 6.793,20	\$ 6.869,28	\$ 6.946,22	\$ 7.024,02
Asistente Pastelera	1	\$ 5.984,25	\$ 6.555,75	\$ 6.629,17	\$ 6.703,42	\$ 6.778,50
Cajera/Vendedora	1	\$ 5.984,25	\$ 6.359,25	\$ 6.430,47	\$ 6.502,49	\$ 6.575,32
Asistente de Limpieza	1	\$ 3.112,31	\$ 3.295,31	\$ 3.332,22	\$ 3.369,54	\$ 3.407,28
TOTAL	6	\$ 31.268,01	\$ 33.157,51	\$ 33.528,88	\$ 33.904,40	\$ 34.284,13

En las tablas del 1er y 2do año están reflejados los roles de pago lo cual se considera que a partir del 2do año se empiezan a pagar los fondos de reserva de cada empleado, de tal manera se podrá observar las proyecciones en los próximos 5 años, con una tasa del 1.12% por año.

Tabla 23

Depreciación tangible

DEPRECIACIÓN TANGIBLES	Valor en libros	Año de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Edificación	\$ 1.500,00	3	\$ 500,00	\$ 41,67
Equipo electrónico	\$ 980,00	5	\$ 196,00	\$ 16,33
Equipo de computación	\$ 960,00	5	\$ 192,00	\$ 16,00
Equipo de oficina	\$ 520,00	5	\$ 104,00	\$ 8,67
Muebles y enseres	\$ 1.120,00	10	\$ 112,00	\$ 9,33
Equipo de producción	\$ 16.865,00	5	\$ 3.373,00	\$ 281,08
TOTAL DEPRECIACIÓN	\$ 21.945,00		\$ 4.477,00	\$ 373,08

Tabla 24

Depreciación en 5 años

<i>Depreciación año 1</i>	\$ 4.477,00
<i>Depreciación año 2</i>	\$ 4.477,00
<i>Depreciación año 3</i>	\$ 4.477,00
<i>Depreciación año 4</i>	\$ 3.977,00
<i>Depreciación año 5</i>	\$ 3.977,00

Tabla 25

Depreciación Intangible

DEPRECIACIÓN					
INTANGIBLES	Valor en libros	Año de vida útil	Amortización	Depreciación mensual	
Gastos de constitución	\$ 950,00	5	\$ 190,00	\$	15,83

Se puede observar la depreciación de los activos durante una proyección de 5 años de funcionamiento del negocio.

Tabla 26

Tabla de amortización préstamo anual

PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 18.200,47	\$ 4.709,95	\$ 160,16	\$ 4.870,12	\$ 13.490,51
2	\$ 13.490,51	\$ 4.751,40	\$ 118,72	\$ 4.870,12	\$ 8.739,11
3	\$ 8.739,11	\$ 4.793,21	\$ 76,90	\$ 4.870,12	\$ 3.945,90

Tabla 27

Tabla de amortización préstamo mensual

PERÍODO	SALDO CAPITAL AL INICIO	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO CAPITAL FINAL
1	\$ 18.200,47	\$ 431,91	\$ 160,16	\$ 592,07	\$ 17.768,56
2	\$ 17.768,56	\$ 435,71	\$ 156,36	\$ 592,07	\$ 17.332,85
3	\$ 17.332,85	\$ 439,55	\$ 152,53	\$ 592,07	\$ 16.893,30
4	\$ 16.893,30	\$ 443,41	\$ 148,66	\$ 592,07	\$ 16.449,89
5	\$ 16.449,89	\$ 447,32	\$ 144,76	\$ 592,07	\$ 16.002,57
6	\$ 16.002,57	\$ 451,25	\$ 140,82	\$ 592,07	\$ 15.551,32
7	\$ 15.551,32	\$ 455,22	\$ 136,85	\$ 592,07	\$ 15.096,10
8	\$ 15.096,10	\$ 459,23	\$ 132,85	\$ 592,07	\$ 14.636,87
9	\$ 14.636,87	\$ 463,27	\$ 128,80	\$ 592,07	\$ 14.173,60
10	\$ 14.173,60	\$ 467,35	\$ 124,73	\$ 592,07	\$ 13.706,25
11	\$ 13.706,25	\$ 471,46	\$ 120,61	\$ 592,07	\$ 13.234,79
12	\$ 13.234,79	\$ 475,61	\$ 116,47	\$ 592,07	\$ 12.759,18
13	\$ 12.759,18	\$ 479,79	\$ 112,28	\$ 592,07	\$ 12.279,39
14	\$ 12.279,39	\$ 484,02	\$ 108,06	\$ 592,07	\$ 11.795,37
15	\$ 11.795,37	\$ 488,28	\$ 103,80	\$ 592,07	\$ 11.307,09
16	\$ 11.307,09	\$ 492,57	\$ 99,50	\$ 592,07	\$ 10.814,52
17	\$ 10.814,52	\$ 496,91	\$ 95,17	\$ 592,07	\$ 10.317,62
18	\$ 10.317,62	\$ 501,28	\$ 90,80	\$ 592,07	\$ 9.816,34
19	\$ 9.816,34	\$ 505,69	\$ 86,38	\$ 592,07	\$ 9.310,64
20	\$ 9.310,64	\$ 510,14	\$ 81,93	\$ 592,07	\$ 8.800,50
21	\$ 8.800,50	\$ 514,63	\$ 77,44	\$ 592,07	\$ 8.285,87
22	\$ 8.285,87	\$ 519,16	\$ 72,92	\$ 592,07	\$ 7.766,71
23	\$ 7.766,71	\$ 523,73	\$ 68,35	\$ 592,07	\$ 7.242,99
24	\$ 7.242,99	\$ 528,34	\$ 63,74	\$ 592,07	\$ 6.714,65
25	\$ 6.714,65	\$ 532,99	\$ 59,09	\$ 592,07	\$ 6.181,66
26	\$ 6.181,66	\$ 537,68	\$ 54,40	\$ 592,07	\$ 5.643,99
27	\$ 5.643,99	\$ 542,41	\$ 49,67	\$ 592,07	\$ 5.101,58
28	\$ 5.101,58	\$ 547,18	\$ 44,89	\$ 592,07	\$ 4.554,40
29	\$ 4.554,40	\$ 552,00	\$ 40,08	\$ 592,07	\$ 4.002,40
30	\$ 4.002,40	\$ 556,85	\$ 35,22	\$ 592,07	\$ 3.445,55
31	\$ 3.445,55	\$ 561,75	\$ 30,32	\$ 592,07	\$ 2.883,80
32	\$ 2.883,80	\$ 566,70	\$ 25,38	\$ 592,07	\$ 2.317,10
33	\$ 2.317,10	\$ 571,68	\$ 20,39	\$ 592,07	\$ 1.745,42
34	\$ 1.745,42	\$ 576,72	\$ 15,36	\$ 592,07	\$ 1.168,70
35	\$ 1.168,70	\$ 581,79	\$ 10,28	\$ 592,07	\$ 586,91
36	\$ 586,91	\$ 586,91	\$ 5,16	\$ 592,07	\$ (0,00)

Se obtiene una tabla de amortización por un préstamo de \$18.200,47 y la tasa de interés anual es de 10.56%, con un plazo de 36 meses con una cuota mensual de \$532.07

Tabla 28

Ingreso por venta

PRODUCTO	P. Uni	Venta diaria	Venta Mensual	Venta Anual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAKE POPS	\$ 2,00	5	130	1558	\$ 3.115,01	\$ 3.149,90	\$ 3.185,17	\$ 3.220,85	\$ 3.256,92
CUPCAKES HUEVOS MOYO	\$ 2,25	12	324	3894	\$ 8.760,96	\$ 8.859,08	\$ 8.958,30	\$ 9.058,64	\$ 9.160,09
CUPCAKES CHOCOLATE ARTESANAL	\$ 2,50	12	324	3894	\$ 9.734,40	\$ 9.843,43	\$ 9.953,67	\$ 10.065,15	\$ 10.177,88
ALFAJORES DE COCADA	\$ 2,00	12	324	3894	\$ 7.787,52	\$ 7.874,74	\$ 7.962,94	\$ 8.052,12	\$ 8.142,31
TARTALETAS DE GUAYABA	\$ 2,00	5	130	1558	\$ 3.115,01	\$ 3.149,90	\$ 3.185,17	\$ 3.220,85	\$ 3.256,92
SHOTS DE ARROZ CON LECHE	\$ 2,00	6	162	1947	\$ 3.893,76	\$ 3.937,37	\$ 3.981,47	\$ 4.026,06	\$ 4.071,15
SHOTS DE ROMPOPE	\$ 2,00	6	162	1947	\$ 3.893,76	\$ 3.937,37	\$ 3.981,47	\$ 4.026,06	\$ 4.071,15
CHEESECAKE DE HIGOS	\$ 3,50	4	97	1168	\$ 4.088,45	\$ 4.134,24	\$ 4.180,54	\$ 4.227,36	\$ 4.274,71
COLA PERSONAL	\$ 1,25	31	811	9734	\$ 12.168,00	\$ 12.304,28	\$ 12.442,09	\$ 12.581,44	\$12.722,35
BOTELLAS PERSONAL CON AGUA	\$ 1,00	44	1136	13628	\$ 13.628,16	\$ 13.780,80	\$ 13.935,14	\$ 14.091,21	\$ 14.249,04
VASO DE LECHE	\$ 0,75	12	324	3894	\$ 2.920,32	\$ 2.953,03	\$ 2.986,10	\$ 3.019,55	\$ 3.053,36
TAZA DE CAFÉ	\$ 1,00	19	487	5841	\$ 5.840,64	\$ 5.906,06	\$ 5.972,20	\$ 6.039,09	\$ 6.106,73
TAZA DE TE	\$ 0,85	19	487	5841	\$ 4.964,54	\$ 5.020,15	\$ 5.076,37	\$ 5.133,23	\$ 5.190,72
TOTAL					\$ 83.910,53	\$ 84.850,33	\$ 85.800,65	\$ 86.761,62	\$ 87.733,35

En la tabla de ingresos se detalla los productos que serán ofrecidos en la pastelería considerando que desde el segundo año de acuerdo a los comportamientos económicos se estima que la tasa de inflación podría ser 1.12%, hasta el quinto año estos cálculos fueron obtenidos por medio de la capacidad instalada de 96 personas con doble horario de trabajo teniendo una capacidad utilizada del 60%.

Tabla 29

Costos de Operaciones

PRODUCTO	Costo Uni	Cantid Mes	Costo Total Mensual	COSTO AÑO 1	COSTO AÑO 2	COSTO AÑO 3	COSTO AÑO 4	COSTO AÑO 5
CAKE POPS	\$ 0,69	130	\$ 90	\$ 1.074,68	\$ 1.086,71	\$ 1.098,89	\$ 1.111,19	\$ 1.123,64
CUPCAKES HUEVOS MOYO	\$ 0,83	324	\$ 269	\$ 3.231,82	\$ 3.268,02	\$ 3.304,62	\$ 3.341,63	\$ 3.379,06
CUPCAKES CHOCOLATE ARTESANAL	\$ 1,35	324	\$ 438	\$ 5.256,58	\$ 5.315,45	\$ 5.374,98	\$ 5.435,18	\$ 5.496,06
ALFAJORES DE COCADA	\$ 0,67	324	\$ 217	\$ 2.608,82	\$ 2.638,04	\$ 2.667,58	\$ 2.697,46	\$ 2.727,67
TARTALETAS DE GUAYABA	\$ 0,63	130	\$ 82	\$ 981,23	\$ 992,22	\$ 1.003,33	\$ 1.014,57	\$ 1.025,93
SHOTS DE ARROZ CON LECHE	\$ 0,71	162	\$ 115	\$ 1.382,28	\$ 1.397,77	\$ 1.413,42	\$ 1.429,25	\$ 1.445,26
SHOTS DE ROMPOPE	\$ 0,69	162	\$ 112	\$ 1.343,35	\$ 1.358,39	\$ 1.373,61	\$ 1.388,99	\$ 1.404,55
CHEESECAKE DE HIGOS	\$ 1,24	97	\$ 121	\$ 1.448,48	\$ 1.464,70	\$ 1.481,11	\$ 1.497,69	\$ 1.514,47
COLA PERSONAL	\$ 0,30	811	\$ 243	\$ 2.920,32	\$ 2.953,03	\$ 2.986,10	\$ 3.019,55	\$ 3.053,36
BOTELLAS PERSONAL CON AGUA	\$ 0,12	1136	\$ 136	\$ 1.635,38	\$ 1.653,70	\$ 1.672,22	\$ 1.690,95	\$ 1.709,88
VASO DE LECHE	\$ 0,25	324	\$ 81	\$ 973,44	\$ 984,34	\$ 995,37	\$ 1.006,52	\$ 1.017,79
TAZA DE CAFÉ	\$ 0,15	487	\$ 73	\$ 876,10	\$ 885,91	\$ 895,83	\$ 905,86	\$ 916,01
TAZA DE TE	\$ 0,10	487	\$ 49	\$ 584,06	\$ 590,61	\$ 597,22	\$ 603,91	\$ 610,67
Total				\$ 24.316,53	\$24.588,88	\$24.864,27	\$25.142,75	\$25.424,35

Tabla 30

Costos de Operaciones

ENVASES						
CAKE POPS	\$ 0,00	\$ 4,67	\$ 4,72	\$ 4,78	\$ 4,83	\$ 4,89
CUPCAKES HUEVOS MOYO	\$ 0,04	\$ 155,75	\$ 157,49	\$ 159,26	\$ 161,04	\$ 162,85
CUPCAKES CHOCOLATE ARTESANAL	\$ 0,04	\$ 155,75	\$ 157,49	\$ 159,26	\$ 161,04	\$ 162,85
ALFAJORES DE COCADA	\$ 0,12	\$ 467,25	\$ 472,48	\$ 477,78	\$ 483,13	\$ 488,54
TARTALETAS DE GUAYABA	\$ 0,01	\$ 9,35	\$ 9,45	\$ 9,56	\$ 9,66	\$ 9,77
SHOTS DE ARROZ CON LECHE	\$ 0,08	\$ 155,75	\$ 157,49	\$ 159,26	\$ 161,04	\$ 162,85
SHOTS DE ROMPOPE	\$ 0,08	\$ 155,75	\$ 157,49	\$ 159,26	\$ 161,04	\$ 162,85
CHEESECAKE DE HIGOS	\$ 0,10	\$ 116,81	\$ 118,12	\$ 119,44	\$ 120,78	\$ 122,13
COLA PERSONAL		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
BOTELLAS PERSONAL CON AGUA		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
VASO DE LECHE	\$ 0,06	\$ 233,63	\$ 236,24	\$ 238,89	\$ 241,56	\$ 244,27
TAZA DE CAFÉ	\$ 0,03	\$ 163,54	\$ 165,37	\$ 167,22	\$ 169,09	\$ 170,99
TAZA DE TE	\$ 0,03	\$ 163,54	\$ 165,37	\$ 167,22	\$ 169,09	\$ 170,99
SERVILLETAS	\$ 0,01	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CUCHARAS	\$ 0,03	\$ 435,32	\$ 440,20	\$ 445,13	\$ 450,11	\$ 455,15
		\$ 2.217,11	\$ 2.241,94	\$ 2.267,05	\$ 2.292,44	\$ 2.318,11

Tabla 31

Costos de Operaciones

ALQUILER									
LOCAL				\$ 7.200,00	\$ 7.280,64	\$ 7.362,18	\$ 7.444,64	\$ 7.528,02	
MANO DE OBRA DIRECTA									
Chef Pastelero	\$ 544,43	1	\$ 544,43	\$ 6.533,20	\$ 6.555,75	\$ 6.629,17	\$ 6.703,42	\$ 6.778,50	
Asistente Pastelera	\$ 498,69	1	\$ 498,69	\$ 5.984,25	\$ 6.359,25	\$ 6.430,47	\$ 6.502,49	\$ 6.575,32	
Cajera/Vendedora	\$ 498,69	1	\$ 498,69	\$ 3.112,31	\$ 3.295,31	\$ 3.332,22	\$ 3.369,54	\$ 3.407,28	
Asistente de Limpieza	\$ 259,36	1	\$ 259,36	\$ 3.112,31	\$ 3.295,31	\$ 3.332,22	\$ 3.369,54	\$ 3.407,28	
Sub total				\$ 18.742,08	\$ 19.505,63	\$ 19.724,09	\$ 19.945,00	\$ 20.168,38	
TOTAL				\$ 52.475,72	\$ 53.617,08	\$ 54.217,59	\$ 54.824,83	\$ 55.438,87	

Tabla 32

Detalle de Gastos anuales

RESUMEN GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS					
ADMINISTRATIVOS	\$ 16.601,20	\$ 17.146,90	\$ 17.286,67	\$ 16.928,01	\$ 17.070,94
Sueldo Administrador	\$ 7.854,00	\$ 8.354,00	\$ 8.447,56	\$ 8.542,18	\$ 8.637,85
Honorarios contador	\$ 1.800,00	\$ 1.820,16	\$ 1.840,55	\$ 1.861,16	\$ 1.882,00
Servicios básicos	\$ 1.020,00	\$ 1.031,42	\$ 1.042,98	\$ 1.054,66	\$ 1.066,47
Internet	\$ 480,00	\$ 485,38	\$ 490,81	\$ 496,31	\$ 501,87
Uniformes	\$ 80,00	\$ 80,90	\$ 81,80	\$ 82,72	\$ 83,64
Mantenimiento	\$ 240,00	\$ 242,69	\$ 245,41	\$ 248,15	\$ 250,93
Suministro de oficina	\$ 76,20	\$ 77,05	\$ 77,92	\$ 78,79	\$ 79,67
Materiales de limpieza	\$ 384,00	\$ 388,30	\$ 392,65	\$ 397,05	\$ 401,49
Depreciación Tangible	\$ 4.477,00	\$ 4.477,00	\$ 4.477,00	\$ 3.977,00	\$ 3.977,00
Depreciación Intangible	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 200,00	\$ 202,24	\$ 204,51	\$ 206,80	\$ 209,11
Publicidad	\$ 200,00	\$ 202,24	\$ 204,51	\$ 206,80	\$ 209,11
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.663,61	\$ 1.007,17	\$ 331,16	\$ -	\$ -
Intereses de préstamo	\$ 1.663,61	\$ 1.007,17	\$ 331,16	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS	\$ 18.464,81	\$ 18.356,31	\$ 17.822,34	\$ 17.134,81	\$ 17.280,05

En esta tabla se muestra la proyección de gastos anuales, de sueldos, administrativos, de publicidad, depreciación, y financieros los que tendrán una inflación de 1.12% partiendo desde el segundo año.

Tabla 33

Tabla de Pérdida y Ganancia

RUBRO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos						
Venta Totales		\$ 83.910,53	\$ 84.850,33	\$ 85.800,65	\$ 86.761,62	\$ 87.733,35
TOTAL DE INGRESOS		\$ 83.910,53	\$ 84.850,33	\$ 85.800,65	\$ 86.761,62	\$ 87.733,35
(-) Costos de Operación		\$ 52.475,72	\$ 53.617,08	\$ 54.217,59	\$ 54.824,83	\$ 55.438,87
(=) Utilidad Bruta en Ventas		\$ 31.434,81	\$ 31.233,24	\$ 31.583,06	\$ 31.936,79	\$ 32.294,48
(-) Gastos de Administración		\$ 16.601,20	\$ 17.146,90	\$ 17.286,67	\$ 16.928,01	\$ 17.070,94
(-) Gastos de Publicidad		\$ 200,00	\$ 202,24	\$ 204,51	\$ 206,80	\$ 209,11
(=) Utilidad antes de impuestos		\$ 14.633,61	\$ 13.884,10	\$ 14.091,88	\$ 14.801,98	\$ 15.014,43
(-) Gastos Financieros		\$ 1.663,61	\$ 1.060,37	\$ 390,25	\$ -	\$ -
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores		\$ 12.970,00	\$ 12.823,74	\$ 13.701,63	\$ 14.801,98	\$ 15.014,43
(-) Participación a trabajadores	15%	\$ 1.945,50	\$ 1.923,56	\$ 2.055,24	\$ 2.220,30	\$ 2.252,16
(=) Utilidad antes de impuestos a la renta		\$ 11.024,50	\$ 10.900,18	\$ 11.646,39	\$ 12.581,68	\$ 12.762,26
(-) Impuesto a la renta	22%	\$ 2.425,39	\$ 2.398,04	\$ 2.562,20	\$ 2.767,97	\$ 2.807,70
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		\$ 8.599,11	\$ 8.502,14	\$ 9.084,18	\$ 9.813,71	\$ 9.954,57

La tabla muestra el estado de pérdidas y ganancias después de realizar los ingresos y los costos que tendrá la empresa se puede demostrar que hay utilidad neta positiva durante todos los 5 años de funcionamiento.

Tabla 34

Flujo de caja

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$ 83.910,53	\$ 84.850,33	\$ 85.800,65	\$ 86.761,62	\$ 87.733,35
(-) Egresos de efectivo		\$ 64.609,92	\$ 70.670,11	\$ 71.363,37	\$ 72.410,09	\$ 73.540,18
Costos de operación		\$ 52.475,72	\$ 53.617,08	\$ 54.217,59	\$ 54.824,83	\$ 55.438,87
Gastos de administración		\$ 11.934,20	\$ 12.479,90	\$ 12.619,67	\$ 12.761,01	\$ 12.903,94
Gastos de publicidad		\$ 200,00	\$ 202,24	\$ 204,51	\$ 206,80	\$ 209,11
Impuesto a la renta		\$ -	\$ 2.425,39	\$ 2.398,04	\$ 2.562,20	\$ 2.767,97
Participación de trabajadores		\$ -	\$ 1.945,50	\$ 1.923,56	\$ 2.055,24	\$ 2.220,30
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 19.300,61	\$ 14.180,21	\$ 14.437,28	\$ 14.351,53	\$ 14.193,16
FLUJO DE INVERSIÓN						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Compras de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo						
Préstamos Recibidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Pagos de préstamos o principal		\$ 5.441,29	\$ 6.044,53	\$ 6.714,65	\$ -	\$ -
Pago de intereses		\$ 1.663,61	\$ 1.060,37	\$ 390,25	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	26.000,67	\$ (7.104,90)	\$ (7.104,90)	\$ (7.104,90)	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DE CAJA	26.000,67	\$ 12.195,72	\$ 7.075,32	\$ 7.332,38	\$ 14.351,53	\$ 14.193,16

En la tabla de flujo de la caja anual se reflejan todos los saldos positivos desde el primer año en adelante.

Tabla 35

Balance General

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corriente					
Caja	\$ 15.301,38	\$ 22.376,70	\$ 29.709,08	\$ 44.060,61	\$ 58.253,77
Suministros de oficina	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activos Corrientes	\$ 15.301,38	\$ 22.376,70	\$ 29.709,08	\$ 44.060,61	\$ 58.253,77
Activos Fijos					
Edificación	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Equipo electrónico	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00
Equipo de computación	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00
Equipo de oficina	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00
Muebles y enseres	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00
Equipo de producción	\$ 16.865,00	\$ 16.865,00	\$ 16.865,00	\$ 16.865,00	\$ 16.865,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (4.477,00)	\$ (8.954,00)	\$ (13.431,00)	\$ (17.408,00)	\$ (21.385,00)
Total Activos Fijos	\$ 17.468,00	\$ 12.991,00	\$ 8.514,00	\$ 4.537,00	\$ 560,00
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00
(-) Amortización Acumulada	\$ (190,00)	\$ (380,00)	\$ (570,00)	\$ (760,00)	\$ (950,00)
Total Activos Diferidos	\$ 760,00	\$ 570,00	\$ 380,00	\$ 190,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 33.529,38	\$ 35.937,70	\$ 38.603,08	\$ 48.787,61	\$ 58.813,77

PASIVOS**Pasivos Corrientes**

Cuentas por Pagar				\$	-	\$	-			
Participación a Trabajadores por Pagar	\$	1.945,50	\$	1.923,56	\$	2.055,24	\$	2.220,30	\$	2.252,16
Impuesto a la Renta por Pagar	\$	2.425,39	\$	2.398,04	\$	2.562,20	\$	2.767,97	\$	2.807,70
Total Pasivos Corrientes	\$	4.370,89	\$	4.321,60	\$	4.617,45	\$	4.988,27	\$	5.059,86

Pasivo de Largo Plazo

Préstamo Bancario	\$	12.759,18	\$	6.714,65	\$	(0,00)	\$	-	\$	-
Total Pasivos de Largo Plazo	\$	12.759,18	\$	6.714,65	\$	(0,00)	\$	-	\$	-
TOTAL PASIVOS	\$	17.130,07	\$	11.036,25	\$	4.617,45	\$	4.988,27	\$	5.059,86

En la tabla del Balance General presenta las cuentas de activos, pasivo y patrimonio en las cuales se puede visualizar que a lo largo de los 5 años que la empresa crezca financieramente.

Tabla 36

Evaluación financiera

Tasa de Descuento		12%
Inversión inicial	\$	(26.000,67)
Flujo 1	\$	12.195,72
Flujo 2	\$	7.075,32
Flujo 3	\$	7.332,38
Flujo 4	\$	14.351,53
Flujo 5	\$	14.193,16
VPN	\$	10.301,48
TIR		29,52%
B/C	\$	1,06
PRI		2,92

De acuerdo a la evaluación financiera considerando una tasa de descuento del 12% dio como resultado un VAN positivo, una TIR superior a la tasa de descuento de 20.52%, un beneficio costo de \$1,06 y un periodo de recuperación de 2 años y 11 meses aproximadamente por lo que el proyecto es factible y rentable.

Tabla 37

Ratios financieros

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta/ Ventas = %	17%	16%	16%	17%	17%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	10%	10%	11%	11%	11%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad Neta / Activo					
	Total = \$	\$ 0,26	\$ 0,24	\$ 0,24	\$ 0,20	\$ 0,17
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad Neta / Capital = \$	\$ 1,10	\$ 1,09	\$ 1,16	\$ 1,26	\$ 1,28

En la tabla de los ratios financieros refleja al análisis de los 5 años que son satisfactorios para la pastelería.

Tabla 38

Escenarios

	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO OPTIMISTA
Tasa de Descuento	12%	12%	12%
Inversión inicial	\$ (26.000,67)	\$ (26.000,67)	\$ (26.000,67)
Flujo 1	\$ 7.782,11	\$ 12.195,72	\$ 16.609,32
Flujo 2	\$ 4.099,66	\$ 7.075,32	\$ 10.050,97
Flujo 3	\$ 4.323,40	\$ 7.332,38	\$ 10.341,36
Flujo 4	\$ 11.308,85	\$ 14.351,53	\$ 17.394,21
Flujo 5	\$ 11.116,40	\$ 14.193,16	\$ 17.269,92
VPN	\$ 628,22	\$ 10.301,48	\$ 19.974,75
TIR	13,09%	29,52%	45,62%
B/C	\$ 1,02	\$ 1,06	\$ 1,10
PRI	3,87	2,92	1,93

Para el escenario optimista se consideró un porcentaje de capacidad utilizada del 70% y para el pesimista un porcentaje de capacidad utilizada del 60%; se refleja que en todos los escenarios el VAN es positivo, la TIR es mayor a la tasa de descuento, con un beneficio/costo que varía entre \$1.02 y \$1.10 y un periodo de recuperación de 1 años 11 meses en el optimista y 3 años 9 meses para el escenario pesimista.

Conclusiones

La pastelería “Dulces Tradiciones” surge como una propuesta de innovación en la ciudad de Guayaquil lo cual pretende mejorar el ámbito turístico- gastronómico de la zona; por lo que tendrá un impacto social y económico positivo para los clientes.

Como efecto de la investigación de la situación actual de la ciudad en conjunto con el estudio descriptivo, permitió especificar el perfil de las personas de las cuales estará dirigida la estrategia de Marketing de los cuáles serán los habitantes de la ciudad de Guayaquil y los turistas extranjeros que visiten el cantón.

Esta nueva tendencia en esta rama de la gastronomía, de los dulces que fusiona sabores ecuatorianos con presentaciones modernas con la finalidad de llamar la atención de los turistas nacionales y extranjeros se tomó en consideración las opiniones de los participantes encuestados y de los colaboradores del Focus Group llegando a la determinación que es factible la aceptación de esta propuesta. Con este ejercicio se buscó mejorar la presentación de los productos, proponer nuevas medidas en las raciones de los ingredientes para satisfacer el paladar de los clientes, y el 98% de los consumidores estarán dispuestos a pagar un valor considerable según el tamaño del producto.

Entre los factores claves será la ubicación céntrica, su infraestructura diseñada acorde al medio tradicional y moderno, la mejor forma de estar posicionados en la mente del consumidor es por medio del slogan, la infraestructura y los productos fusionados a ofrecerse promocionados por medio de redes sociales y volantes.

El estudio financiero del proyecto reflejó ser viable y rentable con una inversión inicial de \$ 26.000,67 y al analizar la evaluación financiera dio como resultado el VAN \$10.301, 48 una TIR del 29.52%. y una relación beneficio-costos superior a la unidad.

En conclusión el gobierno está apoyando con créditos en la inversión de grandes y medianas empresas que están innovando en el ámbito empresarial lo cual también existe un mayor riesgo en los factores externos de parte del gobierno ya sea por sus políticas e impuestos que dificultan poder operar con tranquilidad; por lo que no dependen de los empresarios de tal manera que afecta en forma positiva y negativa en los negocios.

Recomendaciones

Al finalizar esta investigación y estudio del proyecto los resultados obtenidos sobre el análisis financiero son óptimos tomando en cuenta las ventajas y desventajas e ir renovando los costos operacionales del mismo para así poner en marcha la operación

El personal de la pastelería son los clientes internos que ayudan a alcanzar los objetivos de la empresa establecidos por la directiva, por lo tanto se recomienda capacitar periódicamente al personal para así mejorar en servicio y atención de calidad y prevenir problemas que representen costos altos para el negocio.

Corresponde analizar la situación del mercado para determinar nuevos competidores o amenazas que puedan disminuir las ventas, establecer mejoras en las estrategias publicitarias para atraer la atención de nuevos clientes.

La pastelería deberá innovar en su producción con nuevas propuestas de dulces, considerando la tradicionalidad de los productos principales que se dan en la zona. Es importante considerar las sugerencias de los clientes externos e internos para mejorar de una manera favorable para la empresa.

Se deberán implementar las auditorias periódicamente con la intención de verificar que los objetivos y los procesos sean establecidos de manera organizada para así efectuar correctamente un servicio adecuado.

Listado de Referencias

- Anónimo. (2013). La región litoral o costa. 07/11/2016, de topnotch WordPress.com site Sitio web: [https://blogecuadorregionesnaturales.wordpress.com/2013/03/11/la-region-litoral-o-costa/Línea gastronómica Bral's. \(2012\). Lo mejor de la cocina Ecuatoriana. Guayaquil -Ecuador: BRAL'S](https://blogecuadorregionesnaturales.wordpress.com/2013/03/11/la-region-litoral-o-costa/Línea gastronómica Bral's. (2012). Lo mejor de la cocina Ecuatoriana. Guayaquil -Ecuador: BRAL'S)
- Anónimo. (2006). Innovación, gestión tecnología. 08/11/16, de contacto pyme Sitio web: www.contactopyme.gob.mx/archivos/...349/innovación.../inovacion1.swf
- Alonso, Fracchia, Luis. (2009). El emprendedor Schumpeteriano a portes a la teoría económica moderna. 20/02/17, de asociación argentina de economía política sitio web: <http://www.aaep.org.ar/anales/works/works2009/alonso.pdf>
- Agencia Nacional Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil. (2015). Requisitos mínimos para establecimientos de comercio en general. 17/02/17, de Administración del Crnl. Martín Cucalón de Icaza Sitio web: <http://www.bomberosguayaquil.gob.ec/index.php/servicios/permisos/309-requisitos-minimos-para-establecimientos-en-general.html> de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2016).
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2016). Emisión de Permisos de Funcionamiento. 16/02/17, de Gobierno Nacional de la República del Ecuador Sitio web: <http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- CORFO. (2007). 70 casos de Innovación. Valente Ltda., 1, 150. Noviembre del 2016, De http://www.corfo.cl/archivos/70_Casos_de_Innovacion.pdf
- Chile de CORFO. (2007). Reinventando la comida Chilena. En 70 casos de innovación (154). Santiago de Chile: Nave.
- Del Busto Fernando. (2015). Premio a la fusión de Miguel Sierra. 08/11/16, de El Comercio Sitio web: <http://www.elcomercio.es/aviles/201501/24/premio-fusion-miguel-sierra-20150124003805-v.html>
- Deming, W.E. (1982): Quality, productivity and competitive position, Cambridge: MIT Center for Advanced Engineering

- Ecuador Aventura. (2013). Guía gastronómica de la Costa Ecuatoriana. 05/03/17, de Ecuador Aventura Sitio web: <http://ecuadorcostaaventura.com/gastronomia.html>
- Emprendimiento110. (2014). Emprendimiento. 20/02/17, de blogspot.com Sitio web: <http://emprendimiento110.blogspot.com/2014/10/la-autoestima-es-un-conjunto-de.html>
- Emisión de Permisos de Funcionamiento. 16/02/17, de Gobierno Nacional de la República del Ecuador Sitio web: <http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Eroski Consumer. (2006). Historia y origen de los dulces. 07/11/16, de Fundación Eroski
Sitio web: http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender_a_comer_bien/curiosidades/2001/09/06/35349.php
- El universo. (2012). Manabí y sus encantos. 08/11/16, de Manabí noticias en línea Sitio web: <http://manabinoticiasenlinea.blogspot.com/2012/06/manabi-y-sus-encantos.html>
- El Universo. (2012). Tan dulce como el puerto de antaño. 16/11/16, de El Universo Sitio web: <http://www.eluniverso.com/2012/07/20/1/1384/tan-dulce-como-puerto-antano.html>
- El Telégrafo. (Marzo, 2015). El 54% de turistas en Guayaquil son extranjeros. Turismo en Guayaquil, 1
- El Telégrafo. (2015). Guayaquil cuenta con cerca de 2.200 habitaciones de hoteles Esta noticia ha sido publicada originalmente por Diario EL TELÉGRAFO bajo la siguiente dirección: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/10/guayaquil-cuenta-con-cerca-de-2-200-habitaciones-de-hoteles>. Noticias Guayaquil, p.2.
- Fisher, L. & Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia*. Editorial Mc Graw Hill
- Farfán, K. & Serrano, A. (2007). Turismo comunitario en Ecuador, una visión empresarial. En Ruiz, E. & Solís, D. (Michael Porter. (2009). *Ser Competitivo*. Madrid, España: Deusto.
- Fidias G. Arias. (2012). Investigación Documental. En *El Proyecto de la Investigación* (p.27). Caracas-Venezuela: Episteme C.A.

- Freire Andy. (2005). *Pasión por Emprender*. En *Pasión por Emprender* (172). Bogotá: Norma.
- García Carlos. (2015). Turismo gastronómico. 08/11/16, de Turismo experiencial Sitio web: <http://www.carlosgarciaweb.com/turismo-gastronomico-el-viajero-gourmet-o-foodie/>
- GEM Ecuador. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor*. En pdf (p.17). Guayaquil-Ecuador: Offset Abad.
- Gibbs Alan. (2014). *Teoría del Emprendimiento*. *Emprendimiento*, 2, 30.
- Gobierno Provincial del Guayas. (2013). *Rutas Turísticas*. 08/11/16, de Prefectura del Guayas Sitio web: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/>
- Guzmán Andrés. (2013). *Cocina fusión, el mundo a la mesa*. 08/11/16, de El Universal Sitio web: <http://www.eluniversal.com.co/suplementos/nueva/cocina-fusion-el-mundo-la-mesa-139802>
- Hernández Sampieri, C. Fernández- Collado y P. Baptista Lucio. (2006). *Metodología de la investigación*. En *Metodología de la Investigación* 4ta edición (p.15). Mexico: ISBN: 970-10-5753-8.
- Hernán y Sastre. (2014). *Pastelería tradicional*. En *Aprovisionamiento interno en Pastelería* (9). España: ic.
- INEC. (2010). *resultado del censo fascículo provincial Guayas*. 6/11/16, de ecuador en cifras sitio web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda>
- Ishikawa, K. (1986) *¿Qué es el control de calidad? La modalidad japonés*. Bogotá: Norma
- Jurán, J.M. (1988): *On planning for quality*, London: Collier Macmillan.
- Macro Localización. Tomado de Google Maps. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/place/Guayaquil/@-2.1524948,-80.1200002,11z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x902d13cbe855805f:0x8015a492f4fca473!8m2!3d-2.1709979!4d-79.9223592>
- Micro Localización. Tomado de Google Maps. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/place/Hotel+Indira/@-2.1896929,->

79.8870189,691m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x902d6e780fce9ce7:0xc
ee697907196a039!8m2!3d-2.1896929!4d-79.8848302

- Marulanda, Montoya y Vélez. (2013). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. 2017, de Scielo Sitio web: <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n36/n36a08.pdf>
- Ministerio del Interior (2016). Permiso Anual de Funcionamiento. 05/03/17, de Ministerio del Interior Sitio web: <http://www.ministeriointerior.gob.ec/permiso-anual-de-funcionamiento/>
- Monterrubio. (2009). La comunidad receptora: Juan Carlos Monterrubio C. Elemento esencial en la gestión turística. . En Comunidad receptora: elemento esencial en la gestión turística (p. 105). MEXICO: ISSN 0717 - 1811.
- Moulin chocolat. (2016). Moulin chocolat. 08/11/16, de Moulin Chocolat Sitio web: <http://www.moulinchocolat.com/>
- Ministerio del Medio Ambiente. (2016). Guayaquil Ecológico. 24/11/16, De Ministerio de Ambiente Sitio web: <http://www.ambiente.gob.ec/guayaquil-ecologico/> Ed.), Turismo comunitario en Ecuador
- Ministerio del Turismo. (2014). Ley de turismo. 08/11/16, de Ministerio de Turismo Sitio web: <http://www.turismo.gob.ec/>
- Ministerio Turismo. (2004). Reglamento General a la Ley de Turismo. 08/11/16, de Ministerio de Turismo Sitio web: <http://www.turismo.gob.ec/>
- Ministerio del turismo. (2014). Nace la sociedad ecuatoriana de gastronomía. 8/11/16, de Ministerio de turismo Sitio web: <http://www.turismo.gob.ec/nace-la-sociedad-ecuatoriana-de-gastronomia/>
- Mascarenhas. (2010). Producción y transformación territorial. En Estudio y perspectiva del turismo (779). Brasil: [file:///C:/Users/Home/Downloads/Dialnet-ProduccionYTransformacionTerritorialLaGastronomiaC-3352414%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Home/Downloads/Dialnet-ProduccionYTransformacionTerritorialLaGastronomiaC-3352414%20(1).pdf).
- Ministerio del Ambiente. (2015). Permisos Ambientales. 17/02/17, de Gobierno Nacional de la República del Ecuador Sitio web: <http://www.ambiente.gob.ec/>
- Municipio de Guayaquil. (2014). Guía de Trámites Tasa de Habilitación del Uso de Suelo. 17/02/17, de GAD Municipal de Guayaquil Sitio web:

- <http://www.guayaquil.gob.ec/gu%C3%ADa-de-tr%C3%A1mites-tasa-de-habilitaci%C3%B3n>
- Municipio de Guayaquil. (2014). Cómo obtengo una Solicitud para Registro de Patente. 17/02/17, de GAD Municipal de Guayaquil Sitio web: <http://www.guayaquil.gob.ec/c%C3%B3mo-obtengo-una-solicitud-para-registro-de-patente>
- OMT. (2008). Glossary OMT. 08/11/16, de OMT Sitio web: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary+of+terms.pdf>
- Parella Santa y Martins Feliberto. (Agosto del 2010). Investigación de Campo. En metodología de la Investigación Cuantitativa (p.88). El Macaro: Fedupel.
- Prefectura del Guayas. (2013). Guayas, diversidad gastronómica. 08/11/16, de Guayas turístico Sitio web: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/atractivos/guayas-diversidad-gastronomica>.
- Premio a la fusión de Miguel Sierra. 08/11/16, de El Comercio Sitio web: <http://www.elcomercio.es/aviles/201501/24/premio-fusion-miguel-sierra-20150124003805-v.html>
- Porter Michael. (2009). Ser Competitivo. En Michael E. PORTER (p.47). España: Ediciones DEUSTRO.
- Quality Bakery (2015). Quality Bakery. 08/11/16, de Quality Bakery Sitio web: <http://www.qualitybakery.com/>
- Revista líderes. (2014). Mejor Emprendedor Ecuatoriano. 08/11/16, de diario el comercio
sitioweb:http://campanias.elcomercio.com/Especiales/Lideres/Emprendedores-2014/mejor_ecuatoriano.html
- Rigol y Pérez. (2011). La gestión de la demanda turística como concepto. 08/11/16, de Turydes Sitio web: <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/rmpc.html>
- Rigol y Reyner (2010). La demanda turística: un acercamiento conceptual. 2017, de Retos Turísticos vol. 9 Sitio web: <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retojs/article/viewFile/107/97>
- Rodríguez Holman. (2016). Después del terremoto Ecuador podría sufrir fuerte réplica económica. 23/11/16, de El tiempo Sitio web:

<http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/terremoto-en-ecuador-afectaria-gravemente-su-economia/16567168>

Sabor Madrid. (2016). Fusión Madrid 2016. 08/11/16, de Sabor Madrid Sitio web: <http://www.sabormadrid.es/actualidad/enero-2016/madrid-fusion-2016.php>

Schumpeter Teorías de la innovación 1912. 20/02/17, de WordPress.com Sitio web: <https://edwinandrescuesta.wordpress.com/category/innovacion/teorias-de-la-innovacion/>

Sweet Fusion. (2016). Pastelería Fusión. 05/03/17, de Sweet Fusion Sitio web: <http://www.sweetfusion.cl/>

Tari J., & García, M., Dimensiones de la Gestión del conocimiento y de la Gestión de la Calidad: Una revisión de la Literatura. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. Universidad de Alicante Vol. 15, Nº 3, 2009, pp. 135-148, ISSN: 1135-2523

Apéndices



ESTA ENCUESTA ES ANONIMA Y
CONFIDENCIAL



Encuesta para obtener información sobre la aceptación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana.

Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de proyecto de factibilidad en la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Marque con una X la respuesta pertinente

Género: F M

Edad: _____

Nacionalidad: Ecuatoriano (a)
Otro

1) ¿Conoce los dulces tradicionales de la Costa Ecuatoriana?

Sí No

2) Si su respuesta es sí, conteste la siguiente pregunta. ¿Has probado los dulces tradicionales de la Costa Ecuatoriana?

Sí No

3) ¿Cuál es el motivo por lo que Ud. ha comprado estos productos en una pastelería?

Cumpleaños Reuniones Familiares Bautizo Graduaciones Otro

4) ¿Conoce alguno de estos productos ? (opciones)

a) Cupcakes b) Cheesecake c) Shots d) Alfajores e) Tartaletas

5) ¿Cree que fusionar los sabores tradicionales (chocolate, manjar artesanal, cocada, guayaba, huevo mollos, romope e higo) aplicando técnicas modernas sería reconocido por el cliente?

Sí No

6) ¿Le gustaría experimentar una fusión de sabores tradicionales en postres

Sí No

7) modernos ?(opciones)

- Cake pops de torta de maduro
- Cupcakes de Huevos mollos
- Cupcakes de chocolate artesanal
- Alfajores de manjar y cocada
- Tartaleta de Guayaba
- Shots de arroz con leche
- Shots de rompopo
- Cheesecake de higos

8) Si le parece bueno, usted compraría esta fusión de sabores y la compartiría.

- Sí No

9) ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por los dulces ?

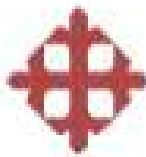
- \$2.50
- \$3.50
- \$4.00
- \$10

10) ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicada la Pastelería Fusión?

- Al norte de la ciudad
- Al centro de la ciudad
- Al sur de la ciudad

Alguna sugerencia _____

11) Alguna sugerencia



FOCUS GROUP



Martha Soledispa y Diana Salazar agradecemos por haber aceptado nuestra invitación a formar parte de este focus group, por cuanto contar con su opinión será un aporte importante para la investigación presentada como proyecto de Titulación.

Somos estudiantes de la carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, con esta actividad se pretende obtener información sobre la aceptación de productos que se elaborarán en una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana.

1) Comente sobre la cantidad de azúcar en el producto.

	Está bien	Está muy dulce	Le falta azúcar
Cake pops de torta de maduro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cupcakes de huevos mollo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cupcakes de chocolate artesanal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alfajores de manjar y cocada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tartalets de Guayaba	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shots de arroz con leche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shots de rompope	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cheesecake de higos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6) ¿Qué producto fue el que más le gusto? (marque más de uno)

- Cake pops de torta de maduro
- Cupcakes de huevos mollo
- Cupcakes de chocolate artesanal
- Alfajores de manjar y cocada
- Tartaleta de Guayaba
- Shots de arroz con leche
- Shots de rompopo
- Cheesecake de higos

7) Si le parece bueno. ¿Usted compraría este producto con esta fusión de sabores y la compartiría?

- Sí No

8) ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por la porción de los dulces?

- Cake pops de torta de maduro _____
- Cupcakes de huevos mollo _____
- Cupcakes de chocolate artesanal _____
- Alfajores de manjar y cocada _____
- Tartaleta de Guayaba _____
- Shots de arroz con leche _____
- Shots de rompopo _____
- Cheesecake de higos _____

9) ¿Qué tipo de bebida le gustaría que acompañen los dulces?

- Agua Cola Café Té Leche Otro _____

Fotos de Focus Group







Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Salazar León Diana Karolina, con C.C: # 0704834258 autora del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad para la implementación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana** previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 24 de febrero del 2017

Salazar León Diana Karolina

C.C: 0704834258



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Soledispa Yánez Martha Daniela, con C.C: # 0912480795 autora del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad para la implementación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana** previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 24 de febrero del 2017

Soledispa Yánez Martha Daniela

C.C: 0912480795



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estudio de factibilidad para la implementación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Salazar León Diana Karolina, Soledispa Yánez Martha Daniela		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Zerda Barreno Elsie		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	24 de febrero del 2017	No. DE PÁGINAS:	120
ÁREAS TEMÁTICAS:	Innovación de pastelería fusión		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Pastelería, tradición, innovación, fusión de sabores, costa ecuatoriana		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>Este proyecto tiene como objetivo analizar la factibilidad económica y financiera para la implementación de una pastelería que fusione las técnicas modernas con los sabores tradicionales de la costa Ecuatoriana, que contribuya con el desarrollo gastronómico. Se aplicó un estudio descriptivo que tiene como propósito interpretar las realidades del objeto de estudio, analizar la actividad gastronómica en la zona, los motivos por que el turista no conoce el producto y que los motivaría a consumir los dulces tradicionales con el fin de establecer su estructura o comportamiento y generar un desarrollo sostenible. Para el proceso de investigación se aplicó dos técnicas de campo y documental, se realizaron las encuestas como fuente primaria y también el focus group, así como fuentes secundarias para conseguir información. Se realizó un estudio de mercado para determinar los productos y servicios a ofertar, establecer el grado de aceptación que tendrá la pastelería, analizar las estrategias de Marketing a desarrollarse para promocionar el producto. Para finalizar se desarrolló el estudio técnico-financiero, de costos, gastos y organizacional del proyecto de la implementación de la pastelería “Dulces Tradiciones” y se determinó la rentabilidad o viabilidad de este proyecto.</p>			

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0992865335 - 0982752935	E-mail: mada_pdc_m_1@hotmail.com / diana-caro-24@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Guzmán Barquet Eduardo Andrés	
	Teléfono: +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912	
	E-mail: eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec	