



Fundación Universitaria  
**SAN MATEO**

GASTRONOMÍA



Fundación Universitaria  
**SAN MATEO**

**CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y AFINES  
GASTRONOMÍA**

**CREACIÓN DE PLAN DE NEGOCIO DE REPOSTERÍA CON PRODUCTOS  
TOTALMENTE COLOMBIANOS.  
MACARRONS AND COFFEE  
TRABAJO DE GRADO MODALIDAD DE OPCIÓN DE GRADO**

**CRISTIAN CAMILO LOPEZ QUIROGA  
JHOJAN ANDRES VASQUEZ ROMERO**

**DIRECTOR (A)  
INDRID MARCELA PEÑUELA DIAZ**

**BOGOTÁ D.C.**

**2021**

**NOTA DE SALVEDAD DE RESPONSABILIDAD INSTITUCIONAL**

*“La Fundación Universitaria San Mateo NO se hace responsable de los conceptos emitidos en el presente documento, el departamento de investigaciones velará por el rigor metodológico de la investigación”.*

## **CONTENIDO**

### **INTRODUCCIÓN**

### **CAPITULO I**

#### **DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

JUSTIFICACIÓN 13

OBJETIVO GENERAL 15

OBJETIVOS ESPECÍFICOS 15

### **CAPITULO II**

#### **MARCO TEÓRICO**

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN 17

BASES TEÓRICAS O FUNDAMENTOS CONCEPTUALES 18

BASES LEGALES DE LA INVESTIGACIÓN 19

### **CAPITULO III**

#### **DISEÑO METODOLÓGICO**

TIPO DE INVESTIGACIÓN 21

POBLACIÓN 22

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS 23

### **CAPITULO III**

#### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 1 24

RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 2	24
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 3	25

## **CAPÍTULO V.**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **BIBLIOGRAFÍA**

ADECUACIÓN DE ESTILO	27
<i>Referencias parentéticas:</i>	27
RECOMENDACIONES GENERALES SOBRE EL MANEJO DE LA BIBLIOGRAFÍA	28
CITAS DE REFERENCIA O CITA CONTEXTUAL.	29

### **ANEXOS**

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 1 resultado de encuestas en rango de edad.

Figura 2 Región cafetera de planadas tolima

Figura 3 Proceso de elaboración del Chocolate-

Figura 4 Obtención de cacao

Figura 5 Cacao Fermentado

Figura 6 Chocolate en barra

Figura 7 Entrada del establecimiento de chapinero

Figura 8 Establecimiento de chapinero.

Figura 9 Organigrama de establecimiento Macarrons and  
Coffee

Figura 10 Pagina web Macarrons and coffee

Figura 11 Publicidad del establecimiento

Figura 12 Cupones de cupcakes

Figura 13 Cupones de descuento

Figura 14 Información de producto de chocolate.

Figura 15 producto de café molido

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ficha tecnica del cacao

Tabla 2 Ficha técnica del café

Tabla 3 Café de insumo

Tabla 4 Cafe de insumo

Tabla 5 Chocolate de cobertura.

Tabla 6 Chocolate amargo

Tabla 7 salsa de cafe

Tabla 8 Cheesecake de chocolate.

Tabla 10 cheessecahe de kiwi

tabla 11 Cup Cake de cafe con chocolate

Tabla 12 Esfera de chocolate

Tabla 13 Macarrones de café

Tabla 14 Espresso doble

Tabla 15 Capuchino

Tabla 16 Descripción del perfil de trabajo del Administrador



## DEDICATORIA

Se le Dedicamos el presente trabajo todas las energías y entidades que han aportado a la creación de este trabajo investigativo, se dedica a la Fundación universitaria San Mateo el desarrollo de este trabajo en agradecimiento al proceso de formación, y a los profesores, medios, y técnicas que han aportado al presente trabajo, se dedica al destino y a la vida por permitirnos llegar al momento en que hemos llegado para poder desarrollar nuestras propias competencias Profesionales e individuales para garantizar un mundo mejor ante la sociedad. También se dedica el trabajo a todos los profesores de la universidad San Mateo de la facultad de Gastronomía quienes por sus conocimientos y experiencias nos han motivado, apoyado e impulsado para ser mejores cada día, a gestionar nuestro tiempo, y cumplir con nuestras responsabilidades, se les agradece por su tiempo y dedicación.

## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a la fundación universitaria san mateo por garantizar, gestionar y permitir adquirir los conocimientos como las competencias y habilidades intelectuales y comunicativas, también ofrecen agradecimientos a los profesores de la universidad que han aportado los conocimientos específicos, junto a la ambición de ser más profesional cada día, se le agradece especialmente a la profesora Ingrid Marcela Peñuela Diaz quien ha sido la persona que nos ha dirigido además de guiarnos en este proceso de investigación, se agradece por ayudarnos a adquirir los conocimientos de contabilización para poder operar establecimientos gastronómicos además de todos los procedimientos y recursos necesarios que debe garantizar una empresa en el mundo laboral.

## ABREVIATURAS

Coffea arabica

Coffea robustea

estrategias de venta

estrategias de comunicación

Proceso de beneficio

Logística de distribución

Planadas Tolima

Theobroma cacao,

## RESUMEN

Se formula un plan de negocios para la creación de una repostería donde se elaboran productos como postres, además se venderán productos como el café y el chocolate obtenidos directamente del Tolima específicamente de Planadas, el punto de venta se encuentra en Bogotá en la localidad de Chapinero

El sector agrícola es el principal proveedor de estos productos, por diferentes problemas como la violencia, el desplazamiento, el conflicto armado, entre otros se desaprovecha el abastecimiento de ciertos alimentos por lo que nuestra idea de negocio generará mecanismos de distribución entre de Tolima y Bogotá brindando un mejor aprovechamiento económico, al cliente también se le informará de la proveniencia de estos productos para incentivar el reconocimiento la región. Nuestros clientes son personas amantes de la repostería y habitantes de la ciudad de Bogotá.

**PALABRAS CLAVE: comercialización, Repostería, producción**

## ABSTRACT

A business plan is formulated for the creation of a confectionery where products such as desserts will be made, in addition products such as coffee and chocolate obtained directly from tolima, specifically from Planadas Tolima, will be sold, the point of sale is located in Bogota in the town of chapinero.

The agricultural sector is the main supplier of these products, due to different problems such as violence, displacement, armed conflict, among others, the supply of certain foods is wasted, so our business idea will generate distribution mechanisms between Tolima and Bogota, providing a better economic use, the client will also be informed of these products to encourage them recognition of the region. Our clients are people who love pastries and inhabitants of the city of Bogota,

**KEY WORDS:** Negocio, Cacao, Café, Reposteria

## INTRODUCCIÓN

El café y chocolate colombiano son productos de gran calidad, en la región de Tolima se encuentra producciones de cacao y café de las cuales se pretende generar un aprovechamiento y generar ideas de emprendimiento, además de generar una experiencia diferente con productos innovadores diseñados y un ambiente acogedor.

En el presente documento de investigación describe un plan de negocio de una repostería especializado en el café y chocolate, se analizan los procesos de transformación, y distribución de la región de Planadas Tolima hacia el punto de venta ubicado en la ciudad de Bogotá en la zona de Chapinero.

En esta investigación se documenta la procedencia, referencias históricas, junto a la importancia de la calidad del café y cacao colombiano; se realiza un plan financiero de personal, productos, procedimientos, capacitación y proyección de ventas. Se identifica el mercado objetivo por medio de encuestas que determinen las características y preferencias de los clientes potenciales, también se generan estrategias de venta como fichas publicitarias e imágenes en redes sociales atrayendo clientes hacia nuestra oferta y servicio.

# CAPITULO I

## DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El café producido en Colombia es uno de los mejores productos de alta calidad a nivel mundial llegando a tener una alta posición a nivel mundial como indica Puerta et al. Desde el 2016, en Colombia se cultiva la especie de café *coffea arábica* en muchas partes del país como la región del eje cafetero, Cundinamarca, Chocó, Magdalena, Guajira, Tolima entre otros, estos cafés aportan buenos aromas, características y sabores de acidez de un buen café aportados por el suelo, altitud y clima de Colombia, también se caracteriza por las costumbres y sus formas de recolección que han sido parte del sustento de los campesinos (Mora Forero y González Ariza, 2019).

En el Tolima a pesar de los conflictos ocasionados en el pasado por la guerrilla la población se ha dedicado en el cultivo de café donde han sacado productos de muy buena calidad según el tiempo en el 2016, aún quedan recuerdos y evidencias del conflicto armado en tolíma, el cultivo de café se ha convertido en un milagro ya que se ha vuelto un tema de moda; los cultivadores han ganado el premio a la mejor taza por excelencia nombrado por eventos de mejor café colombiano. Los agricultores han obtenido una cultura cafetera que ha permitido el sustento de muchas familias y a pesar de las problemáticas rurales y de grupos armados se ha logrado sacar buenos tipos de cafés.

En Colombia se ejecuta el programa de desmovilización y desarme de grupos armados como las FARC para ello se realizan programas de reintegración de desmovilizados Sepúlveda 2019, indica la mesa técnica cafetera se enfoca en la reconciliación de departamentos como el Huila Tolima y Cauca, especialmente en planadas Tolima donde se aportan mecanismos que ayuden a mitigar el

problema de grupos armados en Colombia, para ello se incorporan personas exmiembros de las FARC en la sociedad y en los territorios rurales.

El café de Colombia es una esperanza económica para el país, además de que tiene un gran potencial a nivel internacional, En el 2018 una empresa italiana IICaffe compró 100.000 kilos de café a exguerrilleros desmovilizados en el departamento del Cauca, en poco tiempo se aumentó la comercialización ayudando al proceso de desmovilización y negociación en Colombia esto genera grandes oportunidades a nivel internacional por lo que en planadas Tolima se encuentra un gran potencial de cultivos de café, se analizaron posibles diálogos con ETCR(espacios territoriales de capacitación y reincorporación) asociados con proyectos de café, junto a las grandes propiedades del suelo de Planadas Tolima y el gran potencial cafetero se genera el proyecto productivo colectivo en café para incentivar la producción cafetera. cómo nos aporta (Sepúlveda, 2019) gracias a estos procesos de reintegración, desmovilización, reubicación en asociaciones cafeteras además de las condiciones de planadas Tolima se genera una gran capacidad tanto de cosecha, como de producción y comercialización del café.

### **Justificación**

El café colombiano es un café de muy buena calidad donde se según eventos internacionales se determina como el café tolimese uno de los mejores Según Garzón (2018) Planadas Tolima ganó el prestigio del mejor café del mundo en el evento de “Rosasters Guiad Cofee of the year” en Estados Unidos Minneapolis, pese a tantos problemas sociales y a pesar de la calidad de productos



cultivados se enfatiza en utilizar estos productos de alta calidad para realizar aportes a la economía y sector alimentario.

El chocolate de planadas es un producto muy poco usado y puede ser un punto muy importante de emprendimiento según PANTAGORA MAG “un joven emprendedor llamado Luis Felipe Eslava es un joven prisionero ya que se dedicó a transformar el cacao tolimense en chocolate para la venta y comercialización”. Los avances en la producción de chocolate de esta región ha sido retrasada debido a los problemas de guerrilla en esta región y actualmente con el surgimiento de la paz se ha convertido en una posibilidad muy rentable.

El chocolate es un producto natural, se le han adoptado demasiados usos con el paso del tiempo, desde la época indígena era usado como alimento y elaboración de bebidas, fue uso de moneda, en la actualidad se implementa en la elaboración de chocolate, manteca de cacao, cosméticos, cobertura, cacao en polvo, también se utiliza en la elaboración de productos como los helados, galletas, postres, pasteles, e incluso figuras; Según Perea, Martínez, Aranzazu, Cadena en el ( ), el cacao se consume como artículo de chocolate, cosméticos, productos alimenticios recubiertos, polvo, ya sea en bebidas , tortas, entremeses, desde el 2002 hasta el 2010 en Europa este producto produce un crecimiento anual del 10%, por lo contrario en países como Japón, Estados Unidos, Brasil y Australia es solamente del 1.2%. El chocolate es un producto en el cual puede producir muchos ingresos, refleja un gran potencial para elaborar diferentes productos e incentivar la economía de un país.



## Objetivos

### **Objetivo General**

Ofrecer una experiencia cómoda y de satisfacción para los clientes mediante productos de calidad de cafetería y repostería.

### **Objetivos Específicos**

1. Analizar el proceso de producción, transportación y distribución de chocolate y café tolimense
2. Elaborar productos de calidad de repostería colombiana a base de insumos de café y chocolate.
3. Comercializar, productos de repostería y cafetería a establecimientos gastronómicos junto a empresas de alimentos además de informar y aumentar la demanda de los productos Tolimenses con estrategias de venta y de comunicación.
4. Desarrollar el modelo de negocio, la estructura de costos del establecimiento y la viabilidad técnica y económica del plan de empresa.

## **CAPTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes de la investigación**

##### **Historia del café en Colombia**

El café es un producto importante para la economía Colombiana, es generadora de ingresos tanto como nacional como internacionalmente además de ser uno producto de muy buena calidad característico del país Colombiano como indica Bejarano (pg 115) se encuentra en el café y en los efectos que han sido capaz de generar, el elemento que determina, de uno u otro modo, el proceso histórico de la economía colombiano en los últimos cien años. Esto quiere decir que el café es un producto principal en la economía no solo promueve su desarrollo, sino que también participa en procesos sociales y políticos, además de intervenir en las clases sociales.

Hace aproximadamente 300 años el café llegó a territorio Colombiano, esta planta fue acogida por los habitantes debido a que tuvo una rápida adaptación en el suelo colombiano y se expandió rápidamente a lo largo del país como dice Uribe(pg1) El café llegó más precisamente en el año 1730 gracias a los Jesuitas, es hasta el año 1835 donde se encuentran registros de Colombia exportando 2.565 sacos, también surge la Federación Nacional de Cafeteros un 27 de junio de 1927 y en años posteriores surgen más sistemas como Cenicafé creada en 1938, la del Fondo Nacional del Café en 1940 como nos indica Uribe (pg 1) después de la llegada del café se empezó a cultivar, por las condiciones y la altitud de Colombia permitió cosechar grandes cantidades de café llegando a exportar las de dos mil sacos durante los 1853, debido a esto surgieron muchos programas y asociaciones cafetaleras.

##### **Historia del cacao en Colombia**

El Cacao es un producto importante desde la época prehispánica ha pasado de tener una importancia alimentaria, social y económica a lo largo de su historia como manifiesta Lopez (2017, pg 23) según la revista Líderes ya se tenían conocimientos acerca del uso del cacao como alimento hace unos 2000 años por parte de los indígenas Toltecas, Aztecas y Mayas, las investigaciones indican la existencia de cacao hace 5000. Con la llegada de los españoles su semilla era medio de moneda pero al llegar a Europa gracias al azúcar y la vainilla se convierte en chocolate un siglo después, pero es hasta que Suiza a finales del siglo XIX logra crear e industrializar el chocolate que conocemos hoy en día a base de leche.

### **Bases teóricas o fundamentos conceptuales**

#### **Proceso logístico del Tolima:**

El sistema logístico se caracteriza por conformar una red de nodos, estos definen los puntos de ventas, locales, plantas de producción, los arcos se caracterizan por ser los canales o procesos por los que pasa un producto y el flujos de información, para poder tomar decisiones.

El proceso logístico está conformado por el transporte, el mantenimiento de inventarios, planificación, empaque, almacenamiento junto a manejo de información productos procesados y terminados, para la elaboración proceso logístico la repostería *Macarrons and Coffee* hace referencia a la logística de aprovisionamiento donde se determina el proceso de producción, comercialización,, almacenamiento, en esta fase encontramos los parámetros de gestión de proveedores, estandarización de precios, adquisición de mercancías y servicios de calidad.

La logística de producción define la planeación, programación, ejecución control y distribución de materias primas, contamos con dos productos distribuidos de la Región de Tolima

hasta la ciudad de Bogotá lugar donde se encontrará el punto de venta de estos productos tolimenses.

En la modalidad logística, se contratará a un distribuidor donde el costo por kilogramo será de 500 pesos por producto ya sea café, chocolate de cobertura, o chocolate amargo, se transportarán una cantidad de 500 de cada producto con un total de 1500 productos por transporte. El distribuidor está encargado del proceso de distribución de Tolima hacia la ciudad de Bogotá, se plasma el orden de producción de acuerdo con los pedidos, se realizan procesos, manejo de recursos y personal, la empresa cuenta con proveedores, distribuidores del café y chocolate (Nieto Mejía, 2019).

La logística de transporte es un término que representa las cadenas de abastecimiento donde se soporta la empresa, se parametrizan dos procesos de almacenamiento y recepción de materia prima y el otro es el proceso encargado de la distribución de los productos por medio de carretera como indica Tovar, Bermeo, Torres, García, y Linares en el (2011) La empresa en este proceso compra los productos de café y chocolate al debido proveedor, luego realiza el almacenamiento de productos, y se distribuye por medio de un transportador cuyo medio de transporte es un camión de carga, se desplaza de la ciudad del tolima hacia bogotá por un valor definido, y se almacenan los productos en el punto de venta encontrado en la localidad de chapinero.

### **Bases legales de la investigación**

### **Sociedad por anónima simplificada:**

por medio de la Ley 1258 2008 se define a la empresa está formada por dos socios cuyas responsabilidades se limitan a sus aportes dados a la empresa, se realiza la inscripción mediante un documento privado, las acciones corresponden a tanto monetarias como físicas(equipos), la sociedad está conformada por tiempo indefinido, y se tiene un plazo máximo de dos años para que los socios paguen sus acciones. En los estatutos se determina el poder de cada socio además de las maneras de conciliación de socios, y la definición del representante legal, los estatutos corresponden a la sociedad anónima simplificada.

### **Resolución 2674/2013:**

Se implementan normas de salubridad donde se establecen requisitos sanitarios en los procesos de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos que debe ejercer una persona natural o jurídica, además se realizan procedimientos para generar los permisos, documentos de sanidad y seguridad alimentaria.

El establecimiento se encuentra en un sector comercial donde se pueden encontrar otros restaurantes, el establecimiento está alejado de cañerías, mataderos, y fábricas que puedan generar cualquier problema de locación, además que el entorno del establecimiento está constantemente limpio, también se verifican las condiciones del establecimiento elegido, este debe contar con paredes que estén en perfectas condiciones sin ningún rasgo de humedad, las paredes son lisas y fáciles de limpiar, se cuentan con pisos de baldosas antideslizante, además que las áreas están perfectamente distribuidas y separadas evitando cualquier tipo de contaminación, el establecimiento también cuenta con tubería y accesibilidad a agua potable, Se elaboran de igual

manera procedimientos de manipulación de alimento, procedimientos de limpieza y desinfección, procedimientos de uso y desecho de residuos tanto solidos como liquidos-

**Norma técnica sectorial USNA 001 Preparación de alimentos de acuerdo al orden de producción:** el objetivo de esta norma es cumplir con requisitos para realizar preparaciones calientes y frías con parámetros de calidad, cantidad y tiempo. se cumplen con criterios como el mise en place para la ejecución del procedimiento, se hace uso de receta estándar para todos los platos y bebidas, y requisitos de servicios, y cada plato es realizado y decorado con los parámetros establecidos del establecimiento, también se mantiene limpio el lugar de trabajo y se establecen utensilios y equipos con manuales de usos y seguridad. y se utilizan los mismos requisitos para la elaboración de platos fríos

**Norma técnica sectorial USNA 002 Servicio a los clientes con los estándares establecidos:** Con esta norma incorporamos parámetros para el servicio al cliente según los estándares establecidos, el programa elaborado cumple con todos los procedimientos y programas establecidos como especificaciones, solicitud, inventarios, de elementos y suministros; se realiza mise en place para organizar el área de servicio con lo establecido y cumplir con las normas de montaje y aislamiento de área de servicio, además se aportan todos los elementos, insumos equipos y utensilios necesarios para la elaboración y montaje del servicio.

**Norma técnica sectorial USNA 003 Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad :** se cuentan con inventarios y requisitos para la recepción de materia prima por parte de los proveedores, en los inventarios se registran la hora de ingreso, el estado de los alimentos, de registrar la fecha de caducidad y la cantidad de productos, el proveedor también debe contar con certificados de calidad



que garanticen la seguridad total del alimento, estos procedimientos los debe elaborar el personal de acuerdo a los ingredientes y cantidades necesarios en las recetas estándar además de los pronósticos de ventas.

**Norma técnica sectorial USNA 004 Manejo de recursos cumpliendo las variables definidas por las empresas:** Se utiliza esta norma para garantizar por parte de todas las personas que manejen los recursos dentro de sus funciones para poder cumplir con los requisitos para establecer planes de trabajo y manejo sobre el presupuesto.

Para definir las actividades junto a los planes de trabajo el personal de la empresa se programan de acuerdo a la oferta gastronómica, al pronóstico de venta desarrollado, cada trabajador debe realizar sus funciones en coordinación con los otros departamentos o áreas . El desarrollo del establecimiento tanto el personal y los elementos presupuestados se establecen dependiendo del plan del trabajo, según las actividades se realiza el cronograma del personal, y se realiza el respectivo costeo de estos procedimientos.

**.NTS-USNA 005 Coordinación de la producción de acuerdo con los procedimientos y estándares establecidos:** Es necesario que dentro del establecimiento se coordine la producción de los alimentos o platos conforme se solicita el pedido y se atienden los reclamos.

En el proceso de producción el personal necesita de la realización del mise en place desarrollado por la empresa, debe realizar el montaje y decoración de los platos, antes de que el producto llegue

al comensal debe ser evaluado, con el propósito de que cumpla con los estándares de la empresa, este procedimiento siempre debe estar acorde con el reglamento existente.

El personal de la empresa debe atender de manera cordial acorde a sus funciones los reclamos y quejas cualquier vocabulario no apto, grosero y ofensivo será responsabilidad del empleado y de las personas involucradas, se debe seguir el reglamento y el registro de estas críticas con el procedimiento adecuado.

**NTS-USNA 006 Infraestructura Básica en establecimientos de la industria gastronómica:** El establecimiento debe cumplir con esta normativa legal vigente para determinar requisitos de infraestructura básica en el área de servicio, producción y servicios generales.

El establecimiento cuenta con sistemas extractores de aire ya sea vapores olores humos y calor, además el establecimiento gastronómico está diseñado para evitar la proliferación de plagas, cuenta con los servicios e instalaciones necesarias como el gas, agua, buena iluminación, sanidad; cuenta con los espacios adecuados para acomodar, operar y mantener los equipos. Los clientes cuentan con dos espacios para los clientes, la cocina es cerrada con sistemas de extracción y no tiene contacto o posible contaminación con los demás espacios.

**NTS-USNA 007 Normas sanitarias de manipulación de alimentos:**

Se implementa esta ley para certificar al restaurante de los requisitos sanitarios en cualquiera proceso manipulación de alimentos

Para la aplicación de esta norma el personal debe cumplir con las normas anteriores relacionadas con las normas técnicas sectoriales USNA, En la hora especificada de recepción de materia prima el personal junto con los equipos suministrados medir el estado de la materia prima, ya sea peso temperatura entre otros.

El establecimiento debe recepcionar la materia prima, los productos con envase primario se debe verificar que no esté roto o abierto, además deben contar con fecha de vencimiento vigente. En el caso de productos orgánicos sin envase debe tener un buen color que determine su estado de madurez, no debe tener olores desagradables, en el momento del tacto no debe estar blando ni con golpes.

Los productos orgánicos se reciben a temperatura ambiente. Todo este procedimiento como ya mencionado anteriormente debe estar en su respectivo inventario junto con las firmas de las personas a cargo donde se evidencie el procedimiento.

El personal encargado debe cumplir con los requisitos de almacenamiento de materia prima, donde debe realizar la recepción de la materia prima en sus recipientes o áreas del establecimiento indicadas al almacenamiento, los productos fríos deben ingresar bajo el sistema de PEPS y una vez los productos entren a su zona requerida, no deben perder su o variar su temperatura y debe cumplir con su tiempo de cadena fría, el personal debe recibir la materia prima, realizar el registro y chequeo de manera diaria .

#### **NTS-USNA 009 Seguridad industrial para restaurantes:**

Se implementan los requisitos para asegurar la salud de los trabajadores, donde la estructura del establecimiento cuenta con piso en baldosas antideslizante para el paso del peatonal, no son porosos, no son absorbentes, y no genera ningún tipo de contaminante tóxico, consta del drenaje adecuado además del registro de deformaciones del suelo como grietas. las son realizadas con una pintura impermeable, no es porosa , no absorbe ningún tipo de material y es de fácil limpieza y los techos son planos, lisos , de fácil limpieza y de color blanco a base de pintura no porosa se realiza limpieza de manera mensual.

**Resolución 666 de 2020:** se realizan procedimientos que generen un distanciamiento de un metro por persona dentro del establecimiento, además de un constante lavado de manos por parte del personal como de los clientes, también se desinfectan constantemente las zonas con alcohol antes de cada servicio.

Se cuenta con la **resolución 749 de 2020** para cuidar la salud pública con medidas de bioseguridad que ayuden a mitigar controlar la pandemia de coronavirus COVID-19 se dispone de baños públicos con lavado de manos jabón y gel antibacterial, también se utilizan toallas desechables, también se realizan supervisa mejoran de protocolos de limpieza y desinfección, además se suministran todos lo elementos y la dotación necesaria para que cada persona pueda ejercer su actividad con seguridad.



## CAPÍTULO III

### DISEÑO METODOLÓGICO

Este trabajo corresponde a la elaboración de un plan de negocio por lo tanto se emplea una metodología de investigación mixta (cualitativa y cuantitativa) para la identificación y validación de los factores que intervienen en esta propuesta.

Para ello se considerarán los segmentos del mercado, las variables tanto cuantitativas como cualitativas que describen el sector gastronómico que estamos estudiando y el impacto del proyecto en el contexto de la región del Tolima de la cuál se adquieren los productos para la Repostería y el contexto de la localidad de chapinero donde se ubicará el local para la venta, comercialización y distribución.

La metodología contiene los siguientes pasos:

1. **Definición del problema**

En esta etapa se formula la pregunta de investigación orientada al plan de negocio con el fin de determinar las condiciones ideales que estructuran el plan de negocio.

2. **Hipótesis**

Se formulan las hipótesis relacionadas con el tipo de problema propuesto y desde allí se establecen los lineamientos para continuar con el plan de negocio, al tiempo que se resuelve la hipótesis

3. **Aplicación de métodos cuantitativos y cualitativos.**

La herramienta estadística a utilizar es la encuesta esencialmente para definir el segmento de negocio, conocer mejor a los clientes potenciales y facilitar la toma de decisiones que impactarán la implementación del plan de empresa.

#### 4. **Análisis de resultados**

Con los resultados obtenidos se establece un marco de trabajo para los meses posteriores, donde se proyectan los costos y las ventas y se analizan algunos factores determinantes para la viabilidad del plan de empresa.

#### 5. **Conclusiones**

Los resultados determinan la viabilidad del plan de empresa y los principales elementos a tener en cuenta para su implementación.

#### 6. **Recomendaciones**

A partir del estudio se formulan algunas recomendaciones, inclusive si existe la necesidad de realizar estudios complementarios para tener mayor certeza sobre las conclusiones obtenidas en el presente estudio

### **Tipo de investigación**

Este documento realiza una investigación mixta de tipo aplicada, se evalúan criterios cualitativos como análisis del sector, los estudios de mercado, y criterios cuantitativos como los costos, la administración de recursos y la proyección de ventas.

## Población

Los productos van enfocados a amantes de productos de chocolatería, cafetería y repostería, encuestas realizadas determinan a posibles clientes hombres en un 71.1% en comparación al ingreso de mujeres con un 28,9%, entre las edades se encuentran personas de 10 a 20 años con 61,2%, en segunda categoría se encuentran personas de 21 a 30 años con un 28,9%. Se realizaron un total de 121 encuestas, en ella se identifican a un 80,2% de estudiantes y un 14% de empleados, los resultados arrojan preferencias a productos como capuccino, tiramisú, , postres de chocolate, con una frecuencia alta de consumo de postres.

### Figura 1

resultado de encuestas en rango de edad.



*Nota: Se determinan las cantidades de personas con su rango de edad en la demanda de productos y servicios, elaboración propia*

## SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Procesos de segmentación de mercados e identificación de su mercado meta:

**Segmentación geográfica:**

- **Pais:** Colombia
- **Ciudad:** Bogota
- **Localidades:** chapinero, candelaria, santa fe, usaquén, barrios unidos, teusaquillo.

#### **Segmentación demográfica:**

- **Sexo:** Hombres y Mujeres
- **Edad:** entre 10 a 30 años
- **Estrato socioeconómico:** de 3 en adelante
- **Ingresos:** Igual o superior a 1 SALARIO MÍNIMO LEGAL VIGENTE

#### **Segmentacion psicográfica**

- **Personalidad:** Alegre, amigable, sociable, amante a la música y la buena vida
- **valores:** humilde, respetuoso, honesto, gratificante.
- **intereses:** Personas con ganas de cosas nuevas e innovadoras con manejo de TICS.
- **estilo de vida:** Sofisticado y proactivo.

#### **Segmentación conductual:**

- **Beneficios buscados:** Transmitir una conexión con el cliente a través de las redes sociales donde se pueda interactuar con ellos.
- **Lealtad de marca:** Que se adapte al servicio tan excelente, que prefiera el establecimiento siempre y que se pueda incentivar al comensal.
- **Tasa de utilización:** Crear un consumo frecuente cada 20 días

#### **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

El instrumento es una encuesta anónima aplicada aleatoriamente a una muestra de 121 personas además de bases de datos de información académica e investigativa. También se



encuentran medios de recolección físicos para identificar y documentar las características del proceso de café y chocolate.

## **RESULTADOS**

Se realiza un análisis del proceso de producción de café y chocolate del Tolima tanto como los procesos de beneficio del café para definir e implementar la calidad de estos productos con el fin de promover el reconocimiento de los mismos. También se definen los requisitos que se necesita para elaborar un café de calidad y se le comunica a los agricultores por medio de correos, videos y documentos.

### **PRODUCCIÓN PROCESO DEL CAFE.**

1. **Recolección:** Donde se busca obtener la cereza más roja o madura.
2. **Despulpado:** Con una despulpadora de café de tambor para tener una mejor calidad.
3. **Fermentación:** Acá es donde el café despulpado es introducido dentro de un tanque con agua limpia para lograr descomponer el mucílago o miel gelatinosa que cubre el grano el cual se disuelve en el agua. Este proceso es muy importante ya que define la calidad del café en la taza y como también resaltan sabores.
4. **Lavado:** cuando el grano del café está en su punto de fermentación se procede a lavarlo, para asegurarse de que el lavado quede bien es necesario tomar un puñado de café y frotarlo en la mano, si se sienten ásperos los granos, es porque el proceso es correcto.
5. **Secado:** El secado se lleva a cabo por medio de una marquesina, donde por su calor natural se le da un proceso de secado más rápido, esto ayuda a que el café aumente sus características.
6. **Selección:** en este proceso es grano por grano se identifica la pasilla y el café de calidad.

7. **Trillado:** en el proceso de trilla permite quitar el pergamino o la piel que ya tiene el café, a través de procesos físicos de fricción quedando el café en su presentación de exportación para ser tostado posteriormente.
8. **Tostión:** La tostión del café debe de ser lenta y tener una pérdida máxima en el peso de 16.5% en este punto es donde se puede percibir mejor las características organolépticas del café en sus diferentes sabores y aromas.
9. **Catación:** es donde se lleva donde un catador a que califique el café según sus características en sabor, olor y demás.

**Figura 2**

***Región cafetera de planadas tolima***



*Nota: Se determina el lugar de producción del café de la región de planadas tolima.  
Tomada de Sistema de información Cafetera [fotografía], Sistema de información cafetera,  
2021, <https://sica.cafedecolombia.com/sica/faces/PassLdap/confirmationPassword.jsp>*

## PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DEL CACAO A CHOCOLATE.

1. **Revisión y Recolección de mazorca de cacao:** para la recolección del cacao es similar a la del café que con mucha cautela se debe de escoger el maduro, pero en este caso con el cacao, se debe tener cierta experiencia para saber cual es el cacao maduro ya que su color no determina la maduración, puede estar, amarillo verdoso, muy amarillo o muy rojo y en cualquiera de estos estados puede estar maduro. y no se tiene una recolección mecánica ya que estos maduran en diferente tiempo, todo se hace manual.
2. **Fermentación:** durante este proceso se desarrolla el aroma y el sabor del cacao. consiste en almacenar los granos frescos en cajones de 4 a 7 días para propiciar ayudados por la pulpa la acción de los microorganismos el aire y las altas temperaturas, la transformación bioquímica interna y externa de las almendras y obtener granos en condiciones óptimas de sabor y aroma para este proceso se amontonan los granos y se cubren con hojas de banano, en el proceso ocurre la eliminación de mucílago que cubren las almendras y la muerte del embrión que se encuentra dentro de estas.
3. **Secado:** el cacao crudo todavía contiene un 60% de de humedad que debe reducirse a un 7% para ello se entienden los granos en el suelo exponiendolos al sol y para una mayor producción y rapidez se pueden utilizar marquesinas. Esto puede tardar una o dos semanas.
4. **Limpieza o clasificación:** consiste en limpiar el cacao de cuerpos extraños separando los granos buenos de los malos y lograr un producto homogéneo.
5. **Descascarillado:** es quitarle la capa externa tostada que tiene el grano.
6. **Tostado:** estos se tuestan para ayudar a desarrollar todas sus cualidades aromáticas y de sabor, el proceso de tostado se lleva a cabo automáticamente a una temperatura en torno a 130 grados centígrados durante 15 o 20 minutos.

7. **Molienda:** se pasa por molienda varias veces para que queden suficientemente finos la presión y la fricción producen una mezcla líquida pero espesa de textura suave que es la pasta de cacao que servirá, para fabricar chocolate o hacer cacao en polvo.
8. **Mezcla:** en la amasadora se mezclan y se amasan los ingredientes pasta de cacao, manteca de cacao, azúcar y leche en polvo.
9. **Moldeado:** se vierte la masa en un molde y se lleva a temperatura baja para tener el resultado final.
10. **Catación:** donde se le da su respectiva degustación al chocolate para verificar características y sabores que nos darán el resultado final de nuestro producto en calidad.

**Figura 3**

*Proceso de elaboración del Chocolate-*



*Nota; se identifica el proceso de elaboración del chocolate para definir los parámetros necesarios para un chocolate de calidad. Tomada de “indcrea” [imagen], (elaborado por)(año) <https://indcrea.com/proceso-del-cacao/> (licencia)*

#### **Figura 4**

*Obtención de cacao*



*Nota: Se evidencia el proceso de obtención del cacao del tolima en grandes cantidades, Elaboración propia [Fotografía], Jhojan Vasquez*

## **Figura 5**

*Cacao Fermentado*



*Se evidencia el proceso de de fermentación del cacao del tolima, Elaboración propia [Fotografía],  
Jhojan Vasquez.*

## **Figura 6**

*Chocolate en barra*





*Se evidencia el proceso de obtención del cacao en barra del tolimas, Elaboración propia [Fotografía], Jhojan Vasquez*

### **CAITULO III**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **OBJETIVO 2**

Elaborar productos de repostería colombiana a base de insumos de café y chocolate.

**Características de productos:**



Los productos de *Macarrons and Coffee* son productos de muy buena calidad, dentro del establecimiento se ofertan y se expenden productos de café molido, chocolate de cobertura y amargo, bebidas como el espresso y cappuccino además se podrá degustar de deliciosos postres elaborados con estos productos estrellas de tolima, entre ellos se puede encontrar los postres de queso con crema batida, chocolate o fruta, cupcakes rellenos de café con crema de chocolate y esferas de chocolate, este postre consta de un color dorado por el exterior y es relleno de un mousse con crema pastelera.

**Productos principales:**

1. Café de insumo.
2. Salsa de café
3. chocolate de cobertura dulce.
4. chocolate amargo

**Productos de Cafetería:**

5. Capuchino
6. Espresso

**Productos de Repostería:**

7. Esferas de chocolate
8. Cupcakes de chocolate
9. Batido de café
10. Cheese cakes de chocolate




**FICHAS TÉCNICAS DE LOS PRODUCTOS BASE CACAO Y CAFÉ**

El café y cacao se obtienen directamente de campesinos independientes del producto, y se realiza la distribución respectiva en su envase correspondiente, los estudios realizados determinan que el

cacao utilizado proviene de la especie *Theobroma cacao*, y el café es una planta *coffea robusta*, también se determina el valor nutricional del café y del chocolate junto a su paquete final.

**Tabla 1:**


*Ficha tecnica del cacao*

		FICHA TÉCNICA DEL CACAO 	
<b>PREPARADO POR:</b> Jhojan Andres Vasquez Romero y Cristian Lopez		<b>APROBADO POR:</b> Ingrid Marcela Diaz	<b>FECHA:</b> 20/09/2021
<b>CREACION DE PLAN DE NEGOCION DE REPOSTERIA CON PRODUCTOS COLOMBIANDS</b>			
NOMBRE DE LA MATERIA PRIMA:		CONVERSIÓN DE CACAO EN CHOCOLATE	
PROVEEDOR		JILDARDO JIMENEZ	
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	el chocolate en barra es un procuto industrializado partiendo del cacao para su uso comercial gastronomico, de excelente calidad de color café, con diferentes cantidades de azucar, sin perder los sabores característicos del cacao sin acidez, organico y libre de impurezas.	<b>UBICACIÓN:</b>	PLANADAS TOLIMA VEREDA EL DECIERTO.
			
NOMBRE CIENTIFICO	Theobroma cacao	El origen de esta especie es probablemente de la amazonas.	
FAMILIA	Malvaceae	<b>VALOR NUTRICIONAL</b>	
PROCEDENCIA	Tropical/cultivada	COMPONENTES	POR 100 G
OTROS NOMBRES	Pepa de oro		
DISPONIBILIDAD	Todo el año	ENERGIA	456.0 KCAL
USOS Y APLICACIONES	Principalmete para la produccion de chocolate y cobertura de chocolate	AGUA	3.6 G
		PROTEINA	12.0 G
		CARBOHIGRATOS	34.7 G
PRINCIPALES MERCADOS	COLOMBIA	CALCIO	106.0 MG
ESTADO DE LA MATERIA PRIMA	LIQUIDO	FOSFORO	3.6 MG
	SOLIDO	HIERRO	3.6 MG
	GASEOSO	RETINOL	2.0 PG

*Nota: Se identifica al proveedor junto a las características de cacao de la región de planadas Tolima, finca vereda del desierto, Elaboración propia. Johan Vasquez, 2021.*

**Tabla 2**

*Ficha técnica del café*

 <b>PLANADAS TOLIMA</b> <b>SAN MATEO</b>		<b>FICHA TECNICA DEL CAFÉ</b>		
<b>PREPARADO POR:</b> Jhojan Andres Vasquez Romero y Cristian Lopez		<b>APROBADO POR:</b> Ingrid Marcela Diaz		<b>FECHA:</b> 20/09/2021
		<b>CREACION DE PLAN DE NEGOCION DE REPOSTERIA CON PRODUCTOS COLOMBIANOS</b>		
<b>NOMBRE DE LA MATERIA PRIMA:</b>		<b>CONVERSIÓN DEL CAFÉ EN POLVO O TILLADO</b>		
<b>PROVEEDOR</b>		<b>ANGEL ARIEL CASTILLA</b>		
<b>DESCRIPCION DEL PRODUCTO</b>	Recolectamos un café de calidad, tultivado bajo una cultura de la bariedad arabica que sirven de refugio para aves insectos y otros, contamos con las certificaciones que nos respaldan para brindarles un café de excelente calidad, donde podemos reconocer los maximos olores y sabores del cafe, tostado suavemente para obtener un cafe puro con aromas naturales, buena acidez, cuerpo y un pos gusto estendido.	<b>UBICACIÓN:</b>	PLANADAS TOLIMA VEREDA LA ALDEA	
				
<b>NOMBRE CIENTIFICO</b>	CAFÉ	El origen de esta especie en Colombia es probablemente en norte de santander.		
<b>FAMILIA</b>	Rubiaceae	<b>VALOR NUTRICIONAL</b>		
<b>PROCEDENCIA</b>	Tropical/cultivada/ norte de santa	<b>PRESENTACION</b>	BOLSA DE 250 GR	
<b>OTROS NOMBRES</b>	cafeto			
<b>DISPONIBILIDAD</b>	Todo el año	<b>GRASAS</b>	0.02 G	
<b>USOS Y APLICACIONES</b>	Principalmete para la produccion de café molido para de ahí partir con demas recetas para reposteria como salsas o	<b>AGUA</b>	94,4 G	
		<b>PROTEINA</b>	0.12 G	
		<b>CAFEINA</b>	40 G	
		<b>CALCIO</b>	2 MG	
<b>PRINCIPALES MERCADOS</b>	COLOMBIA	<b>FOSFORO</b>	3 MG	
<b>ESTADO DE LA MATERIA PRIMA</b>	LIQUIDO	<b>VITAMINAS</b>	0.556 G	
	SOLIDO	<b>MAGNESIO</b>	3 MG	
<b>ESTADO DE LA MATERIA PRIMA</b>	GASEOSO			

*Nota, se documenta la información respecto al proveedor, el lugar y características del cade de la región de planadas tolima de la vereda la aldea, elaboración propia, Johan Vasquez, 2021*

## RECETAS ESTÁNDAR

Se elaboran las recetas estándar de cada producto para desarrollar tanto la oferta gastronómica como para parametrizar los costos de materia prima, empaques, la posibles variaciones que pueden presentar los productos, porcentaje de costos, el precio de impuesto y el precio real de venta.

**Tabla 3**

*Café de insumo*

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO						
RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:			Cafe de insumo			
PESO PORCIÓN	1000g		RECETA No		001	
			# pax		10	
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingrediente	Unidad Medida	Cantidad Unitaria	Cantidad Total	Valor Unidad	Valor Total
PR004	café procesado	g	1000	10.000	15000	150000
						<b>\$ 150.000,0</b>
Costo total de Materia Prima						\$ 150.000
Margen de error o variación en % ( 10% merma)						\$ 15.000
Costo total de la preparación						\$ 165.000
Costo de una porción						\$ 16.500
% Costo materia prima establecida por gerencia						60%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 27.500
IVA o IPC						0,05
						\$ 1.375
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 28.875
Precio Carta						\$ 30.000
Precio Real Venta						\$ 27.778
% Real de Costo de Materia Prima						96%
IVA o IPC generado						\$ 2.222
PREPARACIÓN						
			<p>Procedimiento: Poner a secar el café al sol, luego cuando este seco quitar la paja o cascara junto al musilago para dejar el grano solo, luego dejarlos secar, cuando este seco y verde pararlo a una palla grande y tostarlo a fuego medio por 45 minutos, a medida de que el café se va tornando café oscuro o tostado va obteniendo diferentes características, se deja en una tostion media y luego se deja enfriar. Cuando esta frio se pasa por molinos que demifen su molienda, esta café constara de una molienda media.</p>			

*Nota: Si analizan y estructuran los costos de producción del café, elaboración propia{Ficha tecnica}, Cristian Lopez*



**Tabla 4**

*Cafe de insumo*

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO						
RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:			Cafe de insumo			
PESO PORCIÓN	500g		RECETA No		002	
			# pax		5	
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingrediente	Unidad Medida	Cantidad Unitaria	Cantidad Total	Valor Unidad	Valor Total
pr04	cafe procesado	g	640	3.200	\$1.900,00	\$ 48.000,0
Costo total de materia prima						\$ 48.000,0
Costo total de Materia Prima						\$ 48.000
Margen de error o variación en % ( 10% merma)						\$ 4.800
Costo total de la preparación						\$ 52.800
Costo de una porción						\$ 10.560
% Costo materia prima establecida por gerencia						60%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 17.600
IVA o IPC					0,05	\$ 880
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 18.480
Precio Carta						\$ 19.505
Precio Real Venta						\$ 18.060
% Real de Costo de Materia Prima						30%
IVA o IPC generado						\$ 1.445
PREPARACIÓN						
Foto						
			<p>Procedimiento: Poner a secar el café al sol, luego cuando este seco quitar la piel o cascara junto al musilago para dejar el grano solo, luego dejarlos secar, cuando este seco y verde pararlo a una paila grande y tostarlo a fuego medio por 45 minutos, a medida de que el cafe se va tornando cafe oscuro o tostado va obteniendo diferentes características, se deja en una tostion media y luego se deja enfriar. Cuando esta frio se pasa por molinos que demifen su molienda, esta cafe constara de una molienda media.</p>			

*Nota: Si analizan y estructuran los costos de producción del café, elaboración propia{Ficha tecnica}, Cristian Lopez*

Tabla 5


Chocolate de cobertura.

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO						
RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:			cobertura de Chocolate			
PESO PORCIÓN	1000		RECETA No		003	
			# pax		10	
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingrediente	Unidad Medida	Cantidad Unitaria	Cantidad Total	Valor Unidad	Valor Total
PR002	Chocolate del tolima	gr	1.000	10.000	\$10.500,00	\$ 105.000,0
PR001	AZUCAR	gr	300	3.000	969	\$ 9.690,0
<b>Costo total de materia prima</b>						<b>\$ 114.690,0</b>
						<b>\$ 114.690,0</b>
Costo total de Materia Prima						\$ 114.690
Margen de error o variación en % ( 10% merma)						\$ 11.469
Costo total de la preparación						\$ 126.159
Costo de una porción						\$ 12.616
% Costo materia prima establecida por gerencia						60%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 21.027
IVA o IPC					0,05	\$ 1.051
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 22.078
Precio Carta						\$ 23.900
Precio Real Venta						\$ 22.130
% Real de Costo de Materia Prima						30%
IVA o IPC generado						\$ 1.770
PREPARACIÓN						
Foto		Procedimiento:				

*Nota: Si analizan y estructuran los costos de producción del chocolate de cobertura, elaboración propia{Ficha tecnica}, Cristian Lopez*

Tabla 6

Chocolate amargo


FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO						
RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:			chocolate amargo			
PESO PORCIÓN	500	RECETA No		004		
		# pax		10		
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingrediente	Unidad Medida	Cantidad Unitaria	Cantidad Total	Valor Unidad	Valor Total
PR003	Chocolate amargo	gr	500	5.000	5.250,0	\$ 52.500,0
PR023	Leche en polvo	GR	80	800	1475,2	\$ 14.752,0
Costo total de materia prima						\$ 67.252,0
						<b>\$ 67.252,0</b>
Costo total de Materia Prima						\$ 67.252
Margen de error o variación en % ( 10% merma)						\$ 6.725
Costo total de la preparación						\$ 73.977
Costo de una porción						\$ 7.398
% Costo materia prima establecida por gerencia						65%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 11.381
IVA o IPC					0,05	\$ 569
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 11.950
Precio Carta						\$ 12.000
Precio Real Venta						\$ 11.111
% Real de Costo de Materia Prima						30%
IVA o IPC generado						\$ 889
PREPARACIÓN						
Foto			Procedimiento:			
						

*Nota: Si analizan y estructuran los costos de producción del chocolate amargo, elaboración propia{Ficha tecnica}, Cristian Lopez*

**Tabla 7**

*salsa de cafe*




FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO						
RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:			salsa de cafe			
PESO PORCIÓN	500		RECETA No		005	
			# pax		10	
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingrediente	Unidad Medida	Cantidad Unitaria	Cantidad Total	Valor Unidad	Valor Total
PR002	Chocolate del tolima	gr	500	5.000	\$5.250	\$ 52.500,0
PR001	AZUCAR	gr	200	2.000	\$646	\$ 6.460,0
PR014	esencia de vainilla	gr	15	150	\$898	\$ 8.975,0
PR011	Envase salsa de cafe	gr	1	10	9,32	\$ 93,2
PR023	Leche en polvo	gr	100	1.000	1844	\$ 18.440,0
<b>tal de materia prima</b>						<b>\$ 0,0</b>
						<b>\$ 86.468,2</b>
Costo total de Materia Prima						\$ 86.468
Margen de error o variación en % ( 10% merma)						\$ 8.647
Costo total de la preparación						\$ 95.115
Costo de una porción						\$ 9.512
% Costo materia prima establecida por gerencia						60%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 15.853
IVA o IPC					0,19	\$ 3.012
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 18.864
Precio Carta						\$ 19.000
Precio Real Venta						\$ 17.593
% Real de Costo de Materia Prima						40%
IVA o IPC generado						\$ 1.407
PREPARACIÓN						
Foto			Procedimiento:			
						

*Nota: Si analizan y estructuran los costos de producción de salsa de café, elaboración propia{Ficha tecnica}, Cristian Lopez*

**Tabla 8**


*Cheesecake de chocolate.*

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO						
RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN			Chesse cake de chocolate			
PESO PORCIO	300		RECETA No		006	
			# pax		10	
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingrediente	Unidad Medida	Cantidad Unitaria	Cantidad Total	Valor Unidad	Valor Total
PR029	QUESO CREMA	gr	130	1.300	\$1.056	\$ 10.562,5
PR009	CREMA DE LECHE	gr	130	1.300	\$1.014	\$ 10.140,0
PR020	Huevos AA	unidad	1	10	\$630	\$ 6.300,0
PR001	AZUCAR	gr	20	200	\$65	\$ 646,0
PR003	Chocolate amargo	gr	30	300	\$315	\$ 3.150,0
PR030	sal	gr	2	20	\$4	\$ 39,6
PR024	limon		5	50	\$11	\$ 110,4
<b>Costo total de materia prima</b>						<b>\$ 30.948,5</b>
						<b>\$ 30.948,5</b>
Costo total de Materia Prima						\$ 30.949
Margen de error o variación en % ( 10% merma)						\$ 3.095
Costo total de la preparación						\$ 34.043
Costo de una porción						\$ 3.404
% Costo materia prima establecida por gerencia						42%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 8.106
IVA o IPC					0,08	\$ 648
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 8.754
Precio Carta						\$ 8.900
Precio Real Venta						\$ 8.241
% Real de Costo de Materia Prima						65%
IVA o IPC generado						\$ 659
PREPARACIÓN						
Foto			Procedimiento:			
			<p>se bate la crema de leche por tres munitos, luego añadir el azucar y queso crema, segur batriendo y en ese mismo moento añadir 2 huevos batidos, se añade una pisca de sal con unas gotasd e limon o ralladura de lima. Luego se pone la mescla en los moldes y se lleva al horno a 180°C por 15 minutos sacar der horno y decorar con chocolate.</p>			

*Nota: Si analizan y estructuran los costos de producción del cheesecake de chocolate, elaboración propia{Ficha tecnica}, Cristian Lopez*

**tabla 9.**

*Cheesecake de Frutos rojos.*

RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN			Chesse cake de Frutos rojos			
PESO PORCIÓN	300		RECETA No		007	
			# pax		10	
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingrediente	Unidad Medida	Cantidad Unitaria	Cantidad Total	Valor Unidad	Valor Total
PR009	CREMA DE LECHE	gr	130	1.300	\$1.014	\$ 10.140,0
PR008	CREMA CHANTILLY	gr	130	1.300	\$1.235	\$ 12.350,0
PR020	Huevos AA	unidad	1	10	\$630	\$ 6.300,0
PR001	AZUCAR	gr	20	200	\$65	\$ 646,0
PR015	fresa		15	150	\$161	\$ 1.605,6
PR027	mora		15	150	\$72	\$ 717,6
PR006	cereza marroquina	gr	5	50	\$173	\$ 1.725,0
PR030	sal	gr	2	20	\$4	\$ 39,6
PR024	limon		15	150	\$33	\$ 331,2
<b>Costo total de materia prima</b>						<b>\$ 33.855,0</b>
Costo total de Materia Prima						\$ 33.855
Margen de error o variación en % ( 10% merma)						\$ 3.386
Costo total de la preparación						\$ 37.241
Costo de una porción						\$ 3.724
% Costo materia prima establecida por gerencia						40%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 9.310
IVA o IPC					0,19	\$ 1.769
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 11.079
Precio Carta						\$ 9.900
Precio Real Venta						\$ 9.167
% Real de Costo de Materia Prima						30%
IVA o IPC generado						\$ 733
PREPARACIÓN						
Foto		Procedimiento:				
		se bate la crema de leche por tres minutos, luego añadir el azúcar y queso crema, seguir batiendo y en ese mismo momento añadir 2 huevos batidos, se añade una pizca de sal con unas gotas de limon o ralladura de lima. Luego se pone la mezcla en los moldes y se lleva al horno a 180°C por 15 minutos sacar del horno y decorar con chocolate.				

*Nota: Si analizan y estructuran los costos de producción del cheesecake de frutos rojos, elaboración propia {Ficha técnica}, Cristian Lopez*

**Tabla 10**

*cheesecake de kiwi*



RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:			Chesse cake de kiwi			
PESO PORCION	300		RECETA No		008	
			# pax		10	
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingrediente	Unidad Medida	Cantidad Unitaria	Cantidad Total	Valor Unidad	Valor Total
PR017	GELATINA SIN SABOR	gr	130	1.300	\$2.444	\$ 24.440,0
PR009	CREMA DE LECHE	gr	130	1.300	\$1.014	\$ 10.140,0
PR020	Huevos AA	gr	1	10	\$630	\$ 6.300,0
PR001	AZUCAR	gr	30	300	\$97	\$ 969,0
PR021	kiwi	gr	20	200	\$287	\$ 2.868,8
PR030	sal	gr	2	20	\$4	\$ 39,6
PR024	limon		5	50	\$11	\$ 110,4
<b>Costo total de materia prima</b>						<b>\$ 44.867,8</b>
Costo total de Materia Prima						\$ 44.868
Margen de error o variación en % ( 10% merma)						\$ 4.487
Costo total de la preparación						\$ 49.355
Costo de una porción						\$ 4.935
% Costo materia prima establecida por gerencia						38%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 12.988
IVA o IPC					0,19	\$ 2.468
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 15.456
Precio Carta						\$ 8.900
Precio Real Venta						\$ 8.241
% Real de Costo de Materia Prima						65%
IVA o IPC generado						\$ 659
PREPARACIÓN						
Foto			Procedimiento:			
			se bate la crema de leche por tres munitos, luego añadir el azucar y queso crema, segur batriendo y en ese mismo moento añadir 2 huevos batidos, se añade			

*Nota: Si analizan y estructuran los costos de producción del cheesecake de kiwi, elaboración propia{Ficha tecnica}, Cristian Lopez*

**tabla 11**


*Cup Cake de café con chocolate*

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO						
RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:			Cup cakes			
PESO PORCI	250	RECETA No		009		
		# pax		12		
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingrediente	Unidad Medida	Cantida d Unitaria	Cantida d Total	Valor Unidad	Valor Total
PR009	CREMA DE LECHE	gr	30	360	234	2.808
PR018	harina	gr	8	96	62	747
PR020	Huevos AA.	unidad	1	12	630	7.560
PR022	Leche	gr	80	960	264	3.164
PR001	AZUCAR	gr	20	240	65	775
PR030	sal	gr	10	120	20	238
PR028	polvo para hornear	gr	7	84	542	6.500
PR025	mantequilla la fina	gramos	10	120	160	1.915
PR014	esencia de vainilla	mililitro	2	24	120	1.436
<b>Costo de materia prima</b>						<b>\$ 21.790,8</b>
						<b>\$ 21.790,8</b>
Costo total de Materia Prima						\$ 21.791
Margen de error o variación en % ( 10% merma)						\$ 2.179
Costo total de la preparación						\$ 23.970
Costo de una porción						\$ 2.397
% Costo materia prima establecida por gerencia						45%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 5.327
VA o IPC					0,08	\$ 426
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 5.753
Precio Carta						\$ 4.500
Precio Real Venta						\$ 4.167
% Real de Costo de Materia Prima						30%
IVA o IPC generado						\$ 333
PREPARACIÓN						
Foto						

*Nota: Si analizan y estructuran los costos variables de producción del cupcake de café y chocolate , elaboración propia{Ficha tecnica}, Cristian Lopez*

**Tabla 12.**

*Esfera de chocolate*

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO						
RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:			Esferas de chocolates			
PESO PORCI	241		RECETA No	010		
			# pax	10		
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingrediente	Unidad Medida	Cantida d Unitaria	Cantida d Total	Valor Unidad	Valor Total
PR003	Chocolate amargo	gr	60	600	71	705
PR007	colorante dorado	gr	10	100	828	8.282
PR018	harina	gr	100	1000	108	1.078
PR020	Huevos AA	gr	1	10	631	6.310
PR001	AZUCAR	gr	30	300	33	332
PR022	Leche	gr	30	300	33	333
PR004	cafe procesado	gr	10	100	25	250
<b>Costo de materia prima</b>						<b>\$ 17.289,9</b>
						<b>\$ 17.289,9</b>
Costo total de Materia Prima						\$ 17.290
Margen de error o variación en % ( 10% merma)						\$ 1.729
Costo total de la preparación						\$ 19.019
Costo de una porción						\$ 1.902
% Costo materia prima establecida por gerencia						45%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 4.226
VA o IPC				0,08		\$ 338
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 4.565
Precio Carta						\$ 3.900
Precio Real Venta						\$ 3.611
% Real de Costo de Materia Prima						30%
IVA o IPC generado						\$ 289
PREPARACIÓN						
Foto						
						

*Nota: Si analizan y estructuran los costos variables de producción de la esfera de chocolate, elaboración propia{Ficha tecnica}, Cristian Lopez*

**Tabla 13**



*Macarrones de café*

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO							
RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:				Macarronas de cafe			
PESO PORCIÓN	250			RECETA No		011	
				# pax		50	
PLATO PRINCIPAL							
Código	Ingrediente	Unidad Medida	Cantidad Unitaria	Cantidad Total	Valor Unidad	Valor Total	
PR019	harina de almendras	gr	2,1	115	\$ 156,40	\$ 7.819,77	
PR031	Azucar glas	gr	4	200	\$ 38,32	\$ 1.916,00	
PR020	Huevos AA	gr	0,08	4	\$ 50,40	\$ 2.520,00	
PR001	AZUCAR	gr	1,8	90	\$ 5,81	\$ 290,70	
PR004	cafe procesado	gr	0,4	20	\$ 6,00	\$ 300,00	
<b>Costo total de materia prima</b>						<b>\$ 12.846,5</b>	
Costo total de Materia Prima						\$ 12.846	
Margen de error o variación en % ( 10% merma)						\$ 1.285	
Costo total de la preparación						\$ 14.131	
Costo de una porción						\$ 283	
% Costo materia prima establecida por gerencia						50%	
Precio potencial de venta de una porción						\$ 565	
IVA o IPC					0,08	\$ 45	
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 610	
Precio Carta						\$ 900	
Precio Real Venta						\$ 833	
% Real de Costo de Materia Prima						30%	
IVA o IPC generado						\$ 67	
PREPARACIÓN							
Foto				<p>en un colador tamillar la harina de almendras, junto al azucar glas, luego aparte batir las claras de huevos, agregar azucar granulada y luego añadir el extracto de cafe y continuar batiendo hasta que quede a punta de nieve (8 min aprox) mezclar las claras de huevo con la harina tamizada, luego añadir la masa mezclada a una manga pastelera, finalmente en una lata de horno poner la masa en pequeñas cantidades y en orden, precalentar el horno a 180°C y hornear de a 10 a 15 minutos. Cuando esten listas batir crema de leche con azucar glas y extracto de café, luego poner la crema en medio de las dos galletas y formar las macarronas</p>			
							

*Nota: Si analizan y estructuran los costos de producción de los macarrones de café, elaboración propia{Ficha tecnica}, Cristian Lopez*

**Tabla 14**

*Espresso doble*

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO						
RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:			Espresso doble			
PESO PORCI	35 ml		RECETA No	012		
			# pax	10		
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingrediente	Unidad Medida	Cantida d Unitaria	Cantida d Total	Valor Unidad	Valor Total
PR004	cafe procesado	gr	14	140	210	\$ 2.100,0
PR033	ENVASE DE CAFÉ 12 ONZ		1	10	591,44	\$ 5.914,4
Costo total de materia prima						
						<b>\$ 8.014,4</b>
Costo total de Materia Prima						\$ 8.014
Margen de error o variación en % ( 10% merma)						\$ 801
Costo total de la preparación						\$ 8.816
Costo de una porción						\$ 882
% Costo materia prima establecida por gerencia						50%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 1.763
IVA o IPC					0,05	\$ 88
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 1.851
Precio Carta						\$ 1.900
Precio Real Venta						\$ 1.759
% Real de Costo de Materia Prima						30%
IVA o IPC generado						\$ 141
PREPARACIÓN						
Foto			Procedimiento:			
						

*Nota: Si analizan y estructuran los costos variables de producción del espresso doble elaboración propia{Ficha tecnica}, Cristian Lopez*

**Tabla 15**



Capuchino

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO						
RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:			Capuchino			
PESO PORCI	165		RECETA No	013		
			# pax	10		
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingrediente	Unidad Medida	Cantida d Unitaria	Cantida d Total	Valor Unidad	Valor Total
PR004	cafe procesado	gr	14	140	210	\$ 2.100,0
PR022	Leche	gr	150	1.500	494,32	\$ 4.943,2
PR034	envases de café 16 onz	gr	1	10	248,71	\$ 2.487,1
<b>Costo de materia prima</b>						<b>\$ 9.530,3</b>
						<b>\$ 9.530,3</b>
Costo total de Materia Prima						\$ 9.530
Margen de error o variación en % ( 10% merma)						\$ 953
Costo total de la preparación						\$ 10.483
Costo de una porción						\$ 1.048
% Costo materia prima establecida por gerencia						50%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 2.097
IVA o IPC					0,05	\$ 105
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 2.202
Precio Carta						\$ 2.300
Precio Real Venta						\$ 2.130
% Real de Costo de Materia Prima						30%
IVA o IPC generado						\$ 170
PREPARACIÓN						
<b>Foto</b>						
						

Nota: Si analizan y estructuran los costos variables de producción del capuchino, elaboración propia{Ficha tecnica}, Cristian Lopez

## RESULTADO

### OBJETIVO 3

- Comercializar productos de café y chocolate, junto a medios de comunicación con el cliente y estrategias de ventas que identifiquen las preferencias de nuestros consumidores.

#### **Establecimiento gastronómico**

El establecimiento gastronómico es nombrado bajo el nombre Macarons and Coffee este contará con un punto de venta en la ciudad de Bogotá en la localidad de Chapinero la dirección del lugar es carrera 17 calle 50, cuenta con un área de 36m<sup>2</sup>, el contrato es realizado por medio de póliza. El lugar cuenta con instalaciones de gas, agua, luz y 1 baño.

#### **Figura 7**

*Entrada del establecimiento de chapinero*

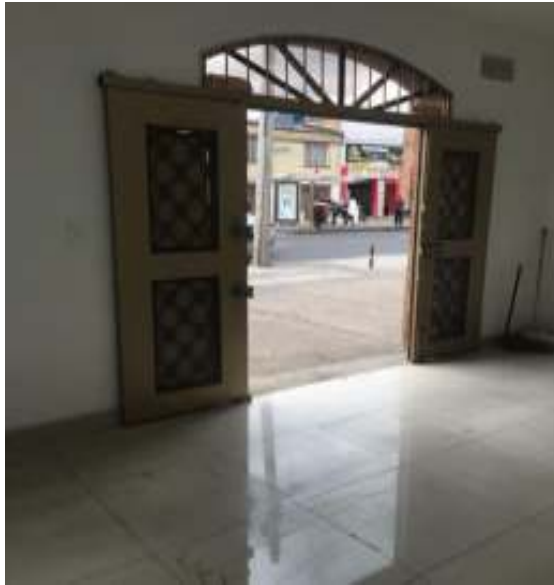


*Nota: Se referencia la imagen del exterior del local previsto en la localidad de Chapinero, tomada de "Facebook" [fotografía], Diana Castillo, 2021*

*[https://www.facebook.com/commerce/products/6987793827901195/?ref=messenger\\_share&rt=5](https://www.facebook.com/commerce/products/6987793827901195/?ref=messenger_share&rt=5)*

## **Figura 8**

*Establecimiento de chapinero.*



*Nota: Se referencia la imagen del interior del local previsto en la localidad de Chapinero, tomada de "Facebook" [fotografía], Diana Castillo, 2021*

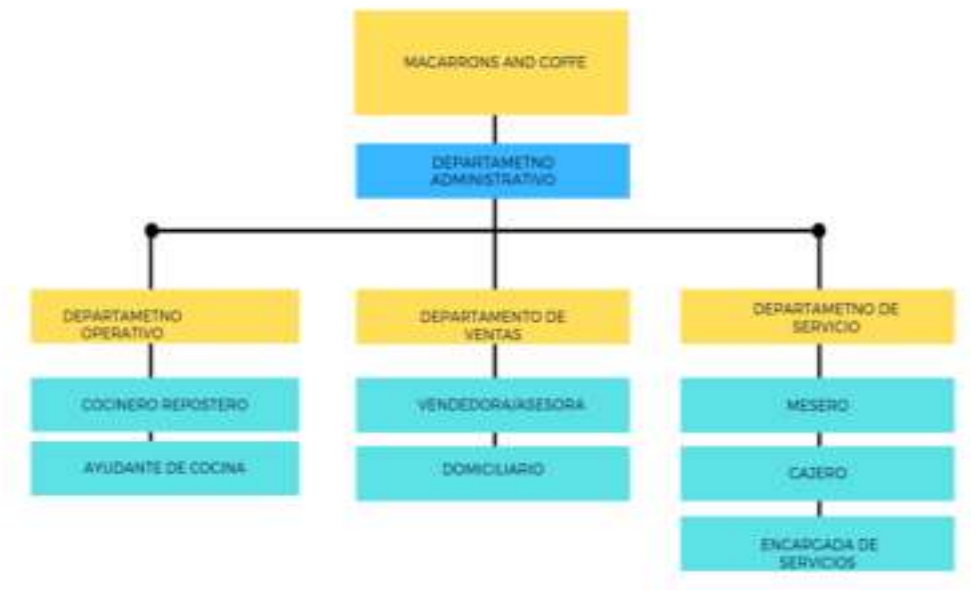
*[https://www.facebook.com/commerce/products/6987793827901195/?ref=messenger\\_share&rt=5](https://www.facebook.com/commerce/products/6987793827901195/?ref=messenger_share&rt=5)*

4

## **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

### **Figura 9**

Organigrama de establecimiento *Macarrons and Coffee*



*Nota: Se definen los departamentos necesarios para operar un establecimiento pequeño con una oferta gastronómica de repostería, elaboración propia[imagen]*

**Tabla 16**

*Descripción del perfil de trabajo del Administrador*

<b>Identificación del Puesto</b>	
<b>Denominación del Puesto</b>	Administrador
<b>Unidad Orgánica</b>	Administración
<b>Asignación Salarial</b>	\$2'100.000

<b>Objetivo General del Cargo</b>	
realizar balances generales de la empresa, tener conocimientos de los productos del establecimiento además de los movimientos, realizar respectivo pago de nómina, pago de proveedores, revisar y registrar facturas, realizar balances generales de la empresa.	
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Formación Académica</b>	Tecnólogo/profesional

<b>Experiencia Laboral</b>	1 a 2 años.
----------------------------	-------------

### Descripción de las Funciones

<b>Funciones</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Tipo</b>
Direccionar y coordinar la función del establecimiento de acuerdo a los objetivos, procedimientos y metas de la empresa además de tener conocimientos acerca de la oferta gastronómica y de repostería.	Diariamente	Operacional
Analizar, Controlar, y registrar los recursos de la empresa así como los implementos necesarios para el personal de la empresa	Mensualmente	Táctico/ operacional
Realizar costeo de materia prima, recursos, nómina y todos los gastos de la empresa así como los ingresos para realizar balances generales, balances de resultados de pérdidas y ganancias entre otros	Mensualmente	Operativo
Coordinar y asociar la operación de establecimientos con el objetivo de que cumpla las ventas presupuestadas del establecimiento.	Semanalmente	Operativo

<b>Competencias</b>		<b>Nivel</b>		
		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
<b>Generales</b>				
1	Adaptación	x		
2	Ambición profesional	x		
3	Análisis	x		
4	Aprendizaje	x		
5	Asertividad	x		
6	Autocontrol	x		
7	Autonomía	x		
8	Creatividad	X		
9	Delegación	X		
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad	X		
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	x		
14	Integridad	x		
15	Juicio	x		

16	Liderazgo	x		
17	Negociación y conciliación	x		
18	Orientación al servicio	x		
19	Persuasión	x		
20	Planificación y Organización	x		
21	Resolución de problemas	x		
22	Sensibilidad interpersonal	x		
23	Sociabilidad	x		
24	Toma de decisiones	x		
25	Trabajo bajo presión		x	
26	Trabajo en equipo	x		
<b>Técnicas</b>				
1	Atención al detalle	x		
2	Atención al público	x		
3	Autoorganización	x		
4	Comunicación no verbal	x		
5	Comunicación oral y escrita	x		
6	Disciplina	x		
7	Razonamiento numérico	x		
8	Sentido de Urgencia	x		

<b>Legalización</b>	
<b>Revisión Talento Humano</b>	
<b>Firma de Jefe Inmediato</b>	

### Descripción del perfil de trabajo de Cocinero Repostero

<b>Identificación del Puesto</b>	
<b>Denominación del Puesto</b>	cocinero repostero
<b>Unidad Orgánica</b>	Operativa
<b>Asignación Salarial</b>	\$1'100.000

<b>Objetivo General del Cargo</b>	
<p>persona mayor 25 años, debe tener conocimiento en repostería profesional, debe tener mínimo 2 años de experiencia en reconocidos establecimientos de pastelería y repostería, debe conocer técnicas de chocolatería, además de tener una gran pasión por su trabajo.</p>	

Debe realizar la verificación o devolución de materia prima según los estándares de la empresa

### Requisitos Mínimos

<b>Formación Académica</b>	Tecnologo/profesional
<b>Experiencia Laboral</b>	2 años.

### Descripción de las Funciones

Funciones	Periodicidad	Tipo
Tener conocimientos en repostería profesional además de emplatado y empaquetar productos.	Diariamente	Operacional
Elaborar y producir productos siguiendo los procedimientos y cantidades de las recetas estándar	Diariamente	Táctico/operacional
Dirigir y liderar al equipo de cocina para desarrollar la oferta gastronómica a base de café y chocolate, además de planear actividades según el orden de producción	Diariamente	Táctico.
Asegurar el orden de cada implemento en su debido lugar además de velar por la seguridad y estado de los utensilios, equipos y herramientas del establecimiento	Ocasionalmente	Táctico
Realizar el pago del personal de cocina además de proveedores de la empresa.		

Competencias		Nivel		
		Alto	Medio	Bajo
<b>Generales</b>				
1	Adaptación	x		
2	Ambición profesional	x		
3	Análisis	x		
4	Aprendizaje	x		
5	Asertividad	x		
6	Autocontrol	x		
7	Autonomía	x		
8	Creatividad	X		
9	Delegación	X		
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad	X		
12	Independencia	X		

13	Iniciativa	x		
14	Integridad	x		
15	Juicio	x		
16	Liderazgo	x		
17	Negociación y conciliación	x		
18	Orientación al servicio	x		
19	Persuasión	x		
20	Planificación y Organización	x		
21	Resolución de problemas	x		
22	Sensibilidad interpersonal	x		
23	Sociabilidad	x		
24	Toma de decisiones	x		
25	Trabajo bajo presión		x	
26	Trabajo en equipo	x		
<b>Técnicas</b>				
1	Atención al detalle	x		
2	Atención al público	x		
3	Autoorganización	x		
4	Comunicación no verbal	x		
5	Comunicación oral y escrita	x		
6	Disciplina	x		
7	Razonamiento numérico	x		
8	Sentido de Urgencia	x		

<b>Legalización</b>	
<b>Revisión Talento Humano</b>	
<b>Firma de Jefe Inmediato</b>	

**Descripción del perfil de trabajo del Auxiliar de cocina.**

<b>Identificación del Puesto</b>	
<b>Denominación del Puesto</b>	Auxiliar de cocina
<b>Unidad Orgánica</b>	Operativa
<b>Asignación Salarial</b>	\$2'100.000v

**Objetivo General del Cargo**



Debe ser una persona limpia y ordenada constantemente, debe tener conocimientos de técnicas tanto de chocolatería como repostería y pastelería, debe realizar toma de temperaturas de los productos, rotulación de cada alimento o producto elaborado, verificación constante del estado de materia prima y desechar adecuadamente los productos vencidos. realizar procedimientos de limpieza, desechos líquidos y sólidos.

### Requisitos Mínimos

<b>Formación Académica</b>	Tecnico en reposteria y pasteleria
<b>Experiencia Laboral</b>	1 a 2 años.

### Descripción de las Funciones

Funciones	Periodicidad	Tipo
Hacer uso de la dotación, elaborar las actividades haciendo uso de buenas prácticas de Manufactura( BPM ) además de utilizar todos los elementos de protección como cofias tapabocas guantes, curas entre otros proporcionados por la empresa	Diariamente	Operacional
Realizar mise and place de todos los elementos necesarios para, picar rotular, organizar, además, de realizar los procedimientos de acuerdo a los manuales de procedimientos establecidos.	Diariamente	Táctico/ operacional
realizar limpieza de la zona de trabajo además de realizar mezclas de agua jabón siguiendo los manuales de procedimientos	Diariamente	Táctico.
Mantener comunicación con el Cocinero y Jefe de cocina para coordinar el orden de producción, además de seguir las respectivas órdenes con una buena comunicación dirigiéndose de manera respetuosa.	Ocasionalmente	Táctico

Competencias		Nivel		
		Alto	Medio	Bajo
<b>Generales</b>				
1	Adaptación	x		
2	Ambición profesional	x		
3	Análisis	x		
4	Aprendizaje	x		
5	Asertividad	x		
6	Autocontrol	x		
7	Autonomía	x		

8	Creatividad	X		
9	Delegación	X		
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad	X		
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	x		
14	Integridad	x		
15	Juicio	x		
16	Liderazgo	x		
17	Negociación y conciliación	x		
18	Orientación al servicio	x		
19	Persuasión	x		
20	Planificación y Organización	x		
21	Resolución de problemas	x		
22	Sensibilidad interpersonal	x		
23	Sociabilidad	x		
24	Toma de decisiones	x		
25	Trabajo bajo presión		x	
26	Trabajo en equipo	x		
<b>Técnicas</b>				
1	Atención al detalle	x		
2	Atención al público	x		
3	Autoorganización	x		
4	Comunicación no verbal	x		
5	Comunicación oral y escrita	x		
6	Disciplina	x		
7	Razonamiento numérico	x		
8	Sentido de Urgencia	x		

<b>Legalización</b>	
<b>Revisión Talento Humano</b>	
<b>Firma de Jefe Inmediato</b>	

**Descripción del perfil de trabajo del vendedor**

<b>Identificación del Puesto</b>
----------------------------------

<b>Denominación del Puesto</b>	Vendedor
<b>Unidad Orgánica</b>	Ventas (Marketing)
<b>\$1'200.00</b>	\$2'100.000

<b>Objetivo General del Cargo</b>	
ofertar, realizar publicidad por medios virtuales como redes sociales o google ads, para incentivar la demanda de productos, contactar almacenes de cadena	
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Formación Académica</b>	Técnico en marketing
<b>Experiencia Laboral</b>	6 meses.

### **Descripción de las Funciones**

<b>Funciones</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Tipo</b>
Administrar medios virtuales como facebook, instagram, correos, y manejar la página web de la empresa	Diariamente	Operacional
contactar, reclutar e informar a los clientes de manera adecuada y respetuosa para aumentar las ventas y asegurar las ventas presupuestadas por el establecimiento	Diariamente	Táctico/ operacional
Contratar a empresas gastronómicas, almacenes de cadenas, además de ofertar los productos de manera adecuada, también debe contactar a clientes o empresas de otros países.	Diariamente	Táctico.
Responder llamadas y mensajes importantes ya sea de proveedores, clientes, o compañías importantes de manera elegante, respetuosa y sencilla.	Ocasionalmente	Táctico
contactar y mantener comunicación con proveedores que cumplan con los requisitos y certificados necesarios.		

<b>Competencias</b>		<b>Nivel</b>		
		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
<b>Generales</b>				
1	Adaptación	x		
2	Ambición profesional	x		
3	Análisis	x		
4	Aprendizaje	x		
5	Asertividad	x		
6	Autocontrol	x		

7	Autonomía	x		
8	Creatividad	X		
9	Delegación	X		
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad	X		
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	x		
14	Integridad	x		
15	Juicio	x		
16	Liderazgo	x		
17	Negociación y conciliación	x		
18	Orientación al servicio	x		
19	Persuasión	x		
20	Planificación y Organización	x		
21	Resolución de problemas	x		
22	Sensibilidad interpersonal	x		
23	Sociabilidad	x		
24	Toma de decisiones	x		
25	Trabajo bajo presión		x	
26	Trabajo en equipo	x		
<b>Técnicas</b>				
1	Atención al detalle	x		
2	Atención al público	x		
3	Autoorganización	x		
4	Comunicación no verbal	x		
5	Comunicación oral y escrita	x		
6	Disciplina	x		
7	Razonamiento numérico	x		
8	Sentido de Urgencia	x		

<b>Legalización</b>	
<b>Revisión Talento Humano</b>	
<b>Firma de Jefe Inmediato</b>	

**Descripción del perfil de trabajo del vendedor**

<b>Identificación del Puesto</b>
----------------------------------

<b>Denominación del Puesto</b>	Domiciliario
<b>Unidad Orgánica</b>	Ventas (Marketing)
<b>\$1'200.00</b>	\$1.200.000

### Objetivo General del Cargo

Debe tener conocimientos de conducción además de tener pase de conducción nivel B1 o A1, también debe conocer y diseñar las rutas de cada pedido según las condiciones de tránsito, además de cuidar los productos durante el transporte, debe ser amable al comunicarse ante un cliente y tener capacidad de solución de problemas.

### Requisitos Mínimos

<b>Formación Académica</b>	Técnico en marketing
<b>Experiencia Laboral</b>	6 meses.

### Descripción de las Funciones

Funciones	Periodicidad	Tipo
Empacar los productos de manera adecuada, asegurar el estado de los productos durante el transporte	Diariamente	Operacional
Realizar o planear la ruta domiciliaria, según las condiciones de tránsito y movilidad que se presenten.	Diariamente	Táctico/operacional
Manejar o conducir vehículos como motocicletas o camiones para transportar productos	Diariamente	Táctico.
Utilizar todos los elementos de dotación así como los elementos de protección sanitaria como gel antibacterial, tapabocas	Ocasionalmente	Táctico
tener una buena comunicación con el cliente de manera respetuosa, si el cliente lo pide proporcionar toda la información acerca del producto		
Recibir, administrar y entregar dinero junto a las facturas correspondientes.		

Competencias		Nivel		
		Alto	Medio	Bajo
<b>Generales</b>				
1	Adaptación	x		
2	Ambición profesional	x		
3	Análisis	x		
4	Aprendizaje	x		
5	Asertividad	x		

6	Autocontrol	x		
7	Autonomía	x		
8	Creatividad	X		
9	Delegación	X		
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad	X		
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	x		
14	Integridad	x		
15	Juicio	x		
16	Liderazgo	x		
17	Negociación y conciliación	x		
18	Orientación al servicio	x		
19	Persuasión	x		
20	Planificación y Organización	x		
21	Resolución de problemas	x		
22	Sensibilidad interpersonal	x		
23	Sociabilidad	x		
24	Toma de decisiones	x		
25	Trabajo bajo presión		x	
26	Trabajo en equipo	x		
<b>Técnicas</b>				
1	Atención al detalle	x		
2	Atención al público	x		
3	Autoorganización	x		
4	Comunicación no verbal	x		
5	Comunicación oral y escrita	x		
6	Disciplina	x		
7	Razonamiento numérico	x		
8	Sentido de Urgencia	x		

<b>Legalización</b>	
<b>Revisión Talento Humano</b>	
<b>Firma de Jefe Inmediato</b>	

**Descripción del perfil de trabajo del vendedor**

Identificación del Puesto	
<b>Denominación del Puesto</b>	Mesero
<b>Unidad Orgánica</b>	servicio
<b>\$1'200.00</b>	\$2'100.000

Objetivo General del Cargo	
Debe ser una persona que estudie y conozca la oferta gastronómica diseñada por el establecimiento, debe tener capacidad de elocuencia y experiencia en atención al cliente, debe saber ofertar los productos de manera convincente según las necesidades o deseos del cliente, debe ser una persona amable y respetuosa.	
Requisitos Mínimos	
<b>Formación Académica</b>	Técnico en marketing
<b>Experiencia Laboral</b>	6 meses.

### Descripción de las Funciones

Funciones	Periodicidad	Tipo
Conocer y estudiar la oferta gastronómica así como toda la información proporcionada acerca de los productos, como la cantidad el precio, el valor nutricional o propiedades de cada uno.	Diariamente	Operacional
Debe dar la bienvenida y organizar a los clientes del establecimiento, proporcionar la carta, además de esperar, recibir y entregar la orden.	Diariamente	Táctico/ operacional
Entregar los productos en el mismo estado de decoración de manera cuidadosa, también debe tener conocimientos de cómo operar el servicio de manera adecuada	Diariamente	Táctico.
ordenar los elementos decorativos de la mesa además de colocar los platos copas en la mesa en el momento indicado	Ocasionalmente	Táctico

Competencias		Nivel		
		Alto	Medio	Bajo
Generales				
1	Adaptación	x		
2	Ambición profesional	x		
3	Análisis	x		
4	Aprendizaje	x		
5	Asertividad	x		
6	Autocontrol	x		

7	Autonomía	x		
8	Creatividad	X		
9	Delegación	X		
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad	X		
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	x		
14	Integridad	x		
15	Juicio	x		
16	Liderazgo	x		
17	Negociación y conciliación	x		
18	Orientación al servicio	x		
19	Persuasión	x		
20	Planificación y Organización	x		
21	Resolución de problemas	x		
22	Sensibilidad interpersonal	x		
23	Sociabilidad	x		
24	Toma de decisiones	x		
25	Trabajo bajo presión		x	
26	Trabajo en equipo	x		
<b>Técnicas</b>				
1	Atención al detalle	x		
2	Atención al público	x		
3	Autoorganización	x		
4	Comunicación no verbal	x		
5	Comunicación oral y escrita	x		
6	Disciplina	x		
7	Razonamiento numérico	x		
8	Sentido de Urgencia	x		

<b>Legalización</b>	
<b>Revisión Talento Humano</b>	
<b>Firma de Jefe Inmediato</b>	

**Descripción del perfil de trabajo del vendedor**

**Identificación del Puesto**



<b>Denominación del Puesto</b>	Cajero
<b>Unidad Orgánica</b>	Servicio
<b>\$1'200.00</b>	\$2'100.000

### Objetivo General del Cargo

Debe ser una persona amable, debe llevar ropa presentable según las políticas de la empresa, debe tener conocimientos además de contar dinero y manejo de caja.

### Requisitos Mínimos

<b>Formación Académica</b>	Técnico en marketing
<b>Experiencia Laboral</b>	6 meses.

### Descripción de las Funciones

Funciones	Per iodicidad	Tipo
manejar la caja del establecimiento además de tener conocimientos de adición y sustracción de dinero, devolver dinero de manera adecuada y estar pendiente de la cantidad recibida y devuelta	Diariamente	Operacional
Ser una persona amable además de dirigirse a clientes en el momento adecuado, debe expresarse de manera cordial, respetuosa y sencilla que proporcione la información necesaria, además	Diariamente	Táctico/ operacional
Conocer los productos, la carta, las promociones y descuentos del establecimiento	Diariamente	Táctico.

Competencias		Nivel		
		Alto	Medio	Bajo
<b>Generales</b>				
1	Adaptación	x		
2	Ambición profesional	x		
3	Análisis	x		
4	Aprendizaje	x		
5	Asertividad	x		
6	Autocontrol	x		
7	Autonomía	x		
8	Creatividad	X		
9	Delegación	X		

10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad	X		
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	x		
14	Integridad	x		
15	Juicio	x		
16	Liderazgo	x		
17	Negociación y conciliación	x		
18	Orientación al servicio	x		
19	Persuasión	x		
20	Planificación y Organización	x		
21	Resolución de problemas	x		
22	Sensibilidad interpersonal	x		
23	Sociabilidad	x		
24	Toma de decisiones	x		
25	Trabajo bajo presión		x	
26	Trabajo en equipo	x		
<b>Técnicas</b>				
1	Atención al detalle	x		
2	Atención al público	x		
3	Autoorganización	x		
4	Comunicación no verbal	x		
5	Comunicación oral y escrita	x		
6	Disciplina	x		
7	Razonamiento numérico	x		
8	Sentido de Urgencia	x		

<b>Legalización</b>	
<b>Revisión Talento Humano</b>	
<b>Firma de Jefe Inmediato</b>	

**Descripción del perfil de trabajo del vendedor**

<b>Identificación del Puesto</b>	
<b>Denominación del Puesto</b>	Encargado de servicios generales
<b>Unidad Orgánica</b>	Operativa
<b>\$1'200.00</b>	\$906,816

**Objetivo General del Cargo**

Debe ser una persona con experiencia en el área de limpieza de establecimientos gastronómicos, debe tener conocimiento de productos de limpieza además de asegurar la seguridad sanitaria del establecimiento

**Requisitos Mínimos**

<b>Formación Académica</b>	Técnico en marketing
<b>Experiencia Laboral</b>	1 año

**Descripción de las Funciones**

<b>Funciones</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Tipo</b>
Realizar mezclas de agua jabón , y agua amonio cuaternario además realizar procedimientos de limpieza siguiendo los manuales de procedimientos	Diariamente	Operacional
Hacer el uso de la dotación además de los elementos de trabajo.	Diariamente	Táctico/operacional
Organizar los utensilios de limpieza junto a los productos en su debido lugar y en sus condiciones adecuadas.	Diariamente	Táctico.
Asegurar el estado tanto del personal de la empresa como de los clientes siguiendo las normas de sanidad	Ocasionalmente	Táctico
Realizar limpieza de paredes, techos y pisos como indica en los manuales de procedimientos.		

<b>Competencias</b>		<b>Nivel</b>		
		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
<b>Generales</b>				
1	Adaptación	x		
2	Ambición profesional	x		
3	Análisis	x		
4	Aprendizaje	x		
5	Asertividad	x		
6	Autocontrol	x		
7	Autonomía	x		
8	Creatividad	X		
9	Delegación	X		

10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad	X		
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	x		
14	Integridad	x		
15	Juicio	x		
16	Liderazgo	x		
17	Negociación y conciliación	x		
18	Orientación al servicio	x		
19	Persuasión	x		
20	Planificación y Organización	x		
21	Resolución de problemas	x		
22	Sensibilidad interpersonal	x		
23	Sociabilidad	x		
24	Toma de decisiones	x		
25	Trabajo bajo presión		x	
26	Trabajo en equipo	x		
<b>Técnicas</b>				
1	Atención al detalle	x		
2	Atención al público	x		
3	Autoorganización	x		
4	Comunicación no verbal	x		
5	Comunicación oral y escrita	x		
6	Disciplina	x		
7	Razonamiento numérico	x		
8	Sentido de Urgencia	x		

<b>Legalización</b>	
Revisión Talento Humano	
Firma de Jefe Inmediato	

**Estrategias de distribución y comercialización:**

## **Estrategias de venta:**

El establecimiento *Macarons and coffee* cuenta con dos maneras de reclutamiento de clientes

1. la primera se basa en una página web virtual desarrollada por la plataforma wix por las Disminución de costos, y desarrollar la plataforma según las especificaciones de la empresa obteniendo la capacidad e poderla editar en el momento requerido sin un costo mayor alguno, por medio de esta página web se encuentran enlazadas las cuentas de facebook y instagram pertenecientes a la empresa. Este proceso también cuenta con anuncios publicitarios en la plataforma de google ads para que las personas tengan una mayor posibilidad de encontrar nuestro dominio.

### **Figura 10**

*Página web Macarrons and coffee*

wt

*Nota: Se planifica un medio virtual donde se realiza una página web que ayude con la reclutación y comunicación de clientes, Cristian Lopez Elaboración propia [imagen]*

2. El segundo factor de venta son medios físicos por medio del cual se ofrecen tarjetas de contactos, boleterías con descripción de productos y descuentos para la incentivación de ventas, fichas publicitarias de los productos.

3. Cuando los productos se encuentren en el punto de venta determinado en la localidad de Chapinero será ofertado tanto como a almacenes de cadena como a negocios medianos o pequeños basados en repostería, pastelería, cafetería y confitería.

4. Se cuenta con comisiones ofertadas a los vendedores del establecimiento para incentivar las ventas, estas comisiones están determinadas por un valor agregado por cada venta individual por el valor de 1400.

también se cuentan con aplicaciones de domicilios para la realización de domicilios como rappi y ifood

## **Figura 11**

### **Publicidad del establecimiento**



## Macarrons and coffe



Ven a nuestro establecimiento,  
encontratas

Pastres de queso con sabor a chocolate y vainilla, frutas rojas y kiwi

Pastres de chocolate como Esfera dorada con tierra de coco, cup cakes de café y chocolate, malteadas de chocolate y los macarrons Francesas.

También puedes degustar de un delicioso espresso, un capuchino o si deseas tener nuestros productos en casa puedes comprar nuestro café especial y chocolate tolimese ya sea amargo o para cobertura.

Nuestros productos de  
café y chocolate son  
producidos en  
Planadas Tolima.

PIDELOS A DOMICILIO AL :  
3504603204

FOR MEDIO DE NUESTRA PAGINA WEB Y EN REDES  
SOCIALES COMO INSTAGRAM, FACEBOOK PUEDES  
ESTAR PENDIENTE DE NUESTRAS PROMOCIONES  
PARA QUE DEFRUTES MAS

[HTTPS://CRICALOPEZ.WIXSITE.COM/MY-SITE](https://CRICALOPEZ.WIXSITE.COM/MY-SITE)

*Nota: Se incentivan las ventas por medio de imágenes o fichas publicitarias incentivadoras de productos Tolimenses, Cristian Lopez elaboración propia [imagen]*

**Figura 12**

*Cupones de cupcakes*



*Nota: Se realizan estrategias de venta como cupones con promociones, Cristian Lopez,*

*Elaboración*

*propia*

**Figura 13**

*Cupones de descuento*



*Macarrons and coffee*

Tienes un 20% de descuentos en los siguientes productos:  
Cupcakes de chocolate.  
Chesse cake de frutos rojos.  
Esfera de chocolate dorada.

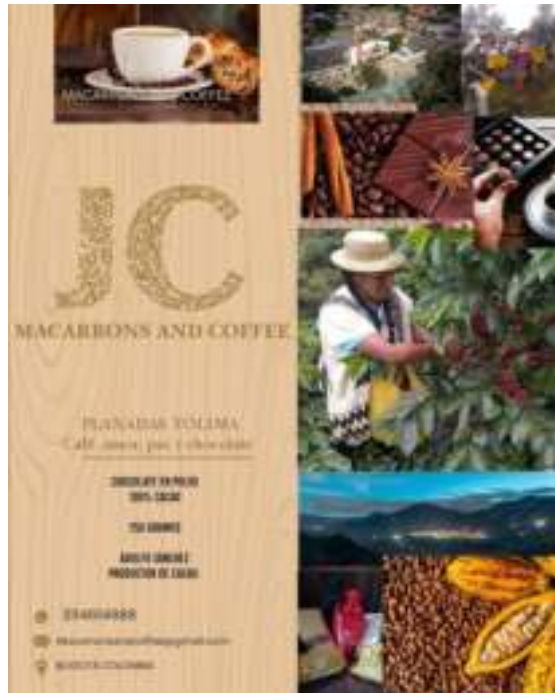
Reclámalos en nuestro establecimiento ubicado en Chapinero  
Dirección: **Cra 17 Calle 50 - 77**

**20% de descuento**

*Nota: Se realizan estrategias de venta por medio de cupones con descuentos del 20% en algunos productos, Cristian Lopez Elaboración propia*

*Figura 14*

*Información de producto de chocolate.*



*Nota: se realizan estrategias de venta por medio de la etiqueta del producto que sea llamativo,*

*Jhojan Vásquez. elaboración propia*

*Figura 15*

*producto de café molido*



*Nota: se realizan estrategias de venta con el fin de acoger al cliente con bolsas de tela con el nombre de la marca JC MACARRONS AND COFFEE para generar un impacto de reconocimiento. Jhojan Andres Vasquez Elaboración propia*

### **Resultados del objetivo específico no. 3**

Según el filósofo David Arroyo, afirma en el libro "la motivación" lo siguiente: (las motivaciones secundarias se basan en las primarias pero son adquiridas por el aprendizaje y la experiencia) (David Arroyo et al., 2014) basados en lo anterior, la principal activación del motivo de la experiencia no es simplemente satisfacer una necesidad biológica sino brindar aprendizaje a los comensales a través de ambientación, y preparaciones bajo un mismo concepto de atracción y sentido de pertenencia hacia productos tradicionales ancestrales propios, así mismo como incrementar el conocimiento sobre nuestra gastronomía ancestral tradicional, rompiendo expectativas y prejuicios como "todo lo antiguo es aburrido"

Debido a la contingencia que se presenta hoy en día en la sociedad sobre covid 19, se tiene estrategias para nuestros clientes que cumpla el motivo que nos conviene que es que el cliente siga prefiriendo nuestra cocina quedándose en casa generando medidas de prevención que incurran que la seguridad no solo de ellos sino también de su familia y allegados.

Para cumplir con el servicio en pandemia, decidimos en la empresa llevar a casa nuestros productos en una caja comercial con empaques biodegradables llevado una pre producción para que el cliente interactúe con nosotros por medio de nuestras páginas web donde estará todo el manual de preparación y cómo llevarlo a la mesa listo para empezar nuestra atracción o show como si estuviera en nuestra empresa compartiendo con nosotros nuestra gran experiencia, por esto, hablamos con rappy para que nos diera un mejor servicio para poder llevar de la mejor manera nuestro menú y variedad de productos, como también manejar las mejores opciones de bioseguridad para darle nuestro excelente servicio desde la cocina y barra con tapabocas, uniformes completos, guantes y jornadas de desinfección cada hora, hasta llegar a casa con los cuidados de rappi. manejamos materiales biodegradables para el empaque de nuestros productos, los cuales generan un gran impacto ambiental para nuestros clientes y comensales que a su vez serán cerrados y forrados totalmente para garantizar la seguridad y el transporte del producto, que también cuenta con una cinta de seguridad para que el cliente esté más seguro al recibir el pedido.

## **Experiencia**

Según el filósofo David arroyo, afirma en el libro” la motivación” lo siguiente: (las motivaciones

secundarias se basan en las primarias pero son adquiridas por el aprendizaje y la experiencia) (David Arroyo et al., 2014) basados en lo anterior, la principal activación del motivo de la experiencia no es simplemente satisfacer una necesidad biológica sino brindar aprendizaje a los comensales a través de ambientación, y preparaciones bajo un mismo concepto de atracción y sentido de pertenencia hacia productos tradicionales ancestrales propios, así mismo como incrementar el conocimiento sobre nuestra gastronomía ancestral tradicional, rompiendo expectativas y prejuicios como “todo lo antiguo es aburrido”

### **ESTRATEGIAS DE ESTIMULACION OPTIMA DE LOS CONSUMIDORES**

- Invertir en un aroma o esencia que atraiga clientes donde se sienta como en casa, que me genere tranquilidad, que recuerde momentos con las personas que ama, manejando un marketing olfativo generando un impacto de los olores en las emociones.
- Manejar nuevas tecnologías que me aseguren tener buen impacto visual a los clientes como un ventilador 3d, donde se impacte al consumidor con reflejos de nuestros platos en 3d.
- Mantener una estrategia de vendedor, de manera personalizada al cliente que le ayude con todo lo que necesita desde que entra al establecimiento hasta que sale.

### **TENDENCIAS DE DISEÑO DE SERVICIO APLICADAS A MACARONS AND COFFEE**

- **DIETA DIGITAL:** esta tendencia busca dar un “break” a los usuario o consumidores del uso continuo de elementos tecnológicos y es allí donde queremos adoptar esta tendencia,

limitando el uso de wifi, para evitar el uso de dispositivos móviles y hacer que el comensal preste mayor atención al desarrollo de la experiencia gastronómica, de igual manera el proceso y desarrollo del servicio está aislado de la interacción del cliente con la tecnología para así lograr mayor interacción entre el personal de servicio y el comensal

- **EXPERIENCIA EMOCIONAL:** este tipo de tendencia busca relacionar de cierta manera el desarrollo de la experiencia con las emociones de cliente, y es allí donde se busca llegar a cautivar emociones alegres y de tranquilidad, específicamente a través de recuerdos y sensaciones en un ambiente de antaño con lavado de manos en chocolate, café (chocolaterapia) donde nos recuerde a la niñez.
- **CONFIANZA:** esta es una de las principales tendencias para la preferencia y fidelización de clientes, y con la experiencia del establecimiento se busca cautivar emociones familiares donde se aprecie el interés por la época antigua, así mismo se brinda comodidad y elegancia para hacer del diseño de servicios un momento más ameno para el comensal
- **MEDIOS DE PAGO:** esta tendencia no limita la manera de pago en nuestro establecimiento, logrando que nuestros comensales puedan realizar sus pagos ya sea por medio de tarjetas de crédito o pagos en efectivo, así mismo, al estar vinculados a plataformas de domicilio virtuales, se habilita la posibilidad de realizar pagos por medio electrónico.

## **ESTRATEGIAS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

- Las estrategia que maneja *Macarrons and Coffee* son muy importantes para el crecimiento de la empresa, por lo cual en su gran medida se dará uso a las redes sociales que son el gran potencial de mercado, en la parte de marketing se usará publicidad en las diferentes plataformas de internet que le salgan al consumidor en videos de youtube muy constantemente, en Facebook, twitter y tambien buscar vallas publicitarias en vías de bogotá para que visualmente el producto llegue rápido al consumidor y que eso lo lleve al establecimiento y donde dia a dia se le den de las mejores opciones al cliente para que se quede y traiga con él, mucha más gente como por ejemplo fechas especiales en familia donde se les brinde acogimiento y también posea convenios con gasolineras cercanas donde por una cierta cantidad de compras, la persona tenga un porcentaje de gasolina gratis y en el restaurante como tal se genere un ambiente de cuidado al medio ambiente generando el convenio con empresas donde todo el plástico y material reciclable se reutilice y por último utilizar en los supermercado el “push y pull” donde se brindan muestras de los productos para atraer así al cliente.

## **OBJETIVO 4**

### **TABLAS DE INGRESOS**

Se realiza costos necesarios para el funcionamiento del establecimiento a continuación encontrarán las tablas relacionadas con los resultados de los costos entre ellas se encuentran, costos de materia prima, resumen de costos, punto de equilibrio, estado de resultados de pérdidas y ganancias, y presupuestos de ventas



## CAPÍTULO V.

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En Colombia los grupos armados y la guerrilla son un problema en el cual la organización de las naciones unidas exige una solución, para ello se crean programas de desmovilización y reintegro a la sociedad entre estos programas encontramos proyectos de asociaciones cafeteras, esto ha permitido tanto como solucionar esta problemática como permitir el desarrollo del café y chocolate colombiano que presentan una muy buena calidad.

se analizaron dos productos de planadas Tolima , el café y el chocolate, y en base a ellos se diseñó una oferta gastronómica como la planificación de un plan de negocio de una repostería con un punto físico en la localidad de chapinero , el objetivo de esta investigación es elaborar productos de repostería a base de café y chocolate tolimense además de incentivar, las ventas de estos productos tolimenses por medio de información como imágenes, publicidad correos, además de información en la misma etiqueta del producto, para que pueda ser apreciada por los clientes o compradores. Se implementa un departamento administrativo, uno operativo, un departamento de ventas y finalmente se encuentra el departamento de servicio.

Como estrategias de venta que se manejan en MACARONS AND COFFEE para atraer al consumidor como por ejemplo, bolsas de tela con el logo y nombre del establecimiento que genere una confianza conjunto al empaque llevando a cabo estrategias visuales, como también realizar con los diferentes productos, ” chocolaterapias, cafeterapeutico” para brindar una experiencia del cliente y el establecimiento con productos de calidad y enseñando a utilizar los productos para otras usos exclusivos.

## BIBLIOGRAFÍA

### Adecuación de estilo

#### Ilustraciones:

Figura 1 Elaboración Propia (2021), Resultado de encuesta en rango de edad [grafico]

figura 2 Jhojan Vásquez Elaboración propia,(2021),Región cafetera planadas Tolima [imagen], SIC@, <https://sica.cafedecolombia.com/sica/faces/PassLdap/confirmationPassword.jsp>

figura 3 INDCRESA

(2021), Proceso de elaboración del chocolate [imagen], INDCRESA <https://indcresa.com/proceso-del-cacao/>

figura 4 Jhojan Vásquez

Elaboración propia,(2021), obtención del cacao [fotografía]

figura 5 Jhojan Vásquez

Elaboración propia,(2021), cacao fermentado [fotografía]

figura 6 Jhojan Vásquez

Elaboración propia,(2021), Chocolate en barra[fotografía]

Figura 7 Diana Castillo,

(2021), entrada del establecimiento de chapinero [fotografía] facebook, [https://www.facebook.com/commerce/products/6987793827901195/?ref=messenger\\_share&rt=5](https://www.facebook.com/commerce/products/6987793827901195/?ref=messenger_share&rt=5)

Figura 8 Diana Castillo,

(2021), establecimiento de chapinero [fotografía] facebook, [https://www.facebook.com/commerce/products/6987793827901195/?ref=messenger\\_share&rt=5](https://www.facebook.com/commerce/products/6987793827901195/?ref=messenger_share&rt=5)

figura 9 Cristian Lopez

elaboración propia, Organigrama de

establecimiento Macarons and coffee [imagen]

Figura 11 Elaboración propia, Publicidad del establecimiento [imagen]

Figura 12 Cupones de cup cakes, Elaboración propia[imagen]

Figura 13 Cupones de descuentos. Elaboración propia [imagen]

Figura 14 elaboración propia, Información de producto de Chocolate[imagen]

Figura 15 Producto de café molido, elaboración propia,[ Fotografía]

### Refetencias:

Puerta, G., & al., e. (2016). Diagnóstico de la calidad del café según altitud, suelos y beneficio en varias regiones de Colombia. *Cenicafé*, 15-51.

<https://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/727/1/arc067%2802%2915-51.pdf>

Perea Villamil, A. Martínez Guerrero, N. y Aranzazu Hernández, F. (2017). Características de calidad del cacao de Colombia: catálogo de 26 cultivares (2a. ed.). Ediciones UIS.

<https://elibro.net/es/lc/funsanmateo/titulos/111868>

Lopez, J. M. (2017). Evaluación Económica en la producción agropecuaria de la finca Almorzadero vereda la India y la finca Buenavista vereda el Cucharó Municipio Falan - Tolima. Tolima: UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/13996/1106334168.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Uribe, C. (s.f.). En el Día del Café. 89 Años de Historia, Resultados y Retos.

<https://federaciondecafeteros.org/static/files/89a%C3%B1osfnc.pdf>

Bejarano, J. (1980). Los estudios sobre la historia del café en Colombia. Bogotá: Cuadernos de economía. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4935026>

Garzón, O. (04 de JUNIO de 2008). Planadas tiene el mejor café del mundo. EL ESPECTADOR.

<https://www.elespectador.com/colombia/mas-regiones/planadas-tiene-el-mejor-cafe-del-mundo-article-17811/>

Jimenes, F. (20 de julio de 2016). Planadas, Tolima, recibe la paz sembrando café. EL TIEMPO, pág. 1 <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16649969>

Mora Forero, J., & González Ariza, L. (2019). Análisis del micoturismo en Colombia: Estudio de caso en Villa de Leyva, Boyacá, Colombia. *Sosquua*, 1(1), 23–31.

<https://doi.org/10.52948/sosquua.v1i1.18>

Nieto Mejía, A. (2019). Productividad agrícola y turismo: Ejes de articulación para el cooperativismo con jóvenes campesinos. *Sosquua*, 1(1), 58–80.

<https://doi.org/10.52948/sosquua.v1i1.22>

PANTÁGOTAS. (7 de Enero de 2021). Pantágora media. Obtenido de <https://www.pantagoramedia.com/felipe-eslava-un-joven-del-sur-del-tolima-que-emprende-y-es-pionero-con-el-chocolate/>

## ANEXOS

<b>PREPARACIÓN</b>	<b>COSTO</b>	<b>P. VENTA</b>	<b>% COSTO</b>
CAFE POR KILO	\$ 16.500	\$ 30.000	55%
CAFE X LIBRA	\$ 10.560	\$ 19.505	54%
CHOCOLATE X KILO	\$ 58.520	\$ 37.000	158%
CHOCOLATE AMARGO X LIBRA	\$ 7.398	\$ 12.000	62%
SALSA DE CAFE X L	\$ 9.512	\$ 19.000	50%
CHESSECAKE DE CHOCOLATE	\$ 3.404	\$ 8.900	38%
CHESSECAFE DE FRUTOS ROJOS	\$ 3.724	\$ 9.900	38%
CHESSECAKE DE KIWI	\$ 4.935	\$ 8.900	55%
CUPCAKES	\$ 1.865	\$ 5.900	32%
ESFERA DE CHOCOLATE	\$ 1.902	\$ 5.900	32%
MACARRONES DE CAFE	\$ 283	\$ 900	31%
ESPRESSO	\$ 882	\$ 1.900	46%
CAPUCHINO	\$ 1.048	\$ 2.300	46%
BATIDO DE CAFE	\$ 1.341	\$ 4.000	34%

MATERIA PRIMA	COSTO	UN. MEDIDA	CANT. REQUERIDA	INVENTARIO INICIAL
AZUCAR	\$3	gramos	4000	\$12.920
chocolate cobertura	\$11	gramos	8000	\$84.000
chocolate amargo	15,5	gramos	6000	\$93.000
cafe procesado	\$19	gramos	10000	\$185.000
capacillos	0,5	gramos	10000	\$5.000
cereza marroquina	\$35	gramos	2000	\$69.000
colorante dorado	\$818	gramos	500	\$409.091
CREMA CHANTILLY	\$10	gramos	3000	\$28.500
CREMA DE LECHE	\$8	gramos	4000	\$31.200
cremor tartaro	\$51	gramos	1000	\$51.200
esencia de vainilla	\$60	gramos	500	\$29.917
fresa	\$5	gramos	5000	\$26.760
GALLETAS	\$4	gramos	2000	\$8.000
GELATINA SIN SABOR	\$5	gramos	4000	\$18.800
harina	\$4	gramos	7000	\$27.230
harina de almendras	\$34	gramos	5000	\$169.995
Huevos AA	\$19	gramos	1000	\$18.900
kiwi	\$7	gramos	1000	\$7.172
Leche	\$6	gramos	8000	\$51.200
Leche en polvo	18,44	gramos	3000	\$55.320
limon	\$2	gramos	2000	\$4.416
mantequilla la fina	\$8	gramos	4000	\$31.920
mantequilla sin sal	\$17	gramos	4000	\$67.600
mora	\$2	gramos	3000	\$7.176
polvo para hornear	\$6	gramos	2000	\$12.380
QUESO CREMA	\$7	gramos	6000	\$39.000
sal	\$1	gramos	2000	\$1.980
Azucar glas	4,79	gramos	5000	\$23.950
total	\$1.180		113000	\$1.570.627

**PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 1**

DESCRIPCIÓN	P. Venta /sin im	Q1	Q2	Q3	Q4	TOTAL AÑO 1
Total platos vendidos						
cafe kl	\$ 5.913.607,73	10	20	30	40	
ventas refe		\$ 59.136.077	\$ 118.272.155	\$177.408.232	\$236.544.309	\$ 591.360.773
cafe l	\$ 3.992.825,70	10	20	30	40	
		\$ 39.928.257	\$ 79.856.514	\$119.784.771	\$159.713.028	\$ 399.282.570
chocolate kl	\$ 4.103.301,61	10	20	30	40	
		\$ 41.033.016	\$ 82.066.032	\$123.099.048	\$164.132.064	\$ 410.330.161
comocate amatgo l	\$ 4.405.637,76	10	20	30	40	
		\$ 44.056.378	\$ 88.112.755	\$132.169.133	\$176.225.510	\$ 440.563.776
salsa cafe	\$ 3.745.284,90	10	20	30	40	
		\$ 37.452.849	\$ 74.905.698	\$112.358.547	\$149.811.396	\$ 374.528.490
CHESSECAKE DE CHOCOLATE	\$ 1.954.870	10	20	30	40	
		\$ 19.548.698	\$ 39.097.395	\$58.646.093	\$78.194.790	\$ 195.486.976
CHESSECAKE DE FRUTOS ROJOS	\$ 2.341.789	10	20	30	40	
		\$ 23.417.887	\$ 46.835.773	\$70.253.660	\$93.671.547	\$ 234.178.866
CHESSECAKE DE KIWI	\$ 461.294	10	20	30	40	
		\$ 4.612.945	\$ 9.225.889	\$13.838.834	\$18.451.778	\$ 46.129.445
CUPCAKE	\$ 1.102.465	10	20	30	40	
		\$ 11.024.654	\$ 22.049.309	\$33.073.963	\$44.098.618	\$ 110.246.544
ESPERA DE CHOCOLATE	\$ 1.254.530	10	20	30	40	
		\$ 12.545.296	\$ 25.090.593	\$37.635.889	\$50.181.186	\$ 125.452.964
Macarronas	\$ 684.289	10	20	30	40	
		\$ 6.842.889	\$ 13.685.778	\$20.528.667	\$27.371.556	\$ 68.428.889
ESPRESO	\$ 453.561	10	20	30	40	
		\$ 4.535.608	\$ 9.071.215	\$13.606.823	\$18.142.430	\$ 45.356.075
CAPUCHINO	\$ 632.342	10	20	30	40	
		\$ 6.323.423	\$ 12.646.847	\$18.970.270	\$25.293.693	\$ 63.234.233
BATIDO DE CAFE	\$ 811.009	10	20	30	40	
		\$ 8.110.091	\$ 16.220.181	\$24.330.272	\$32.440.362	\$ 81.100.906
<b>Ventas Total</b>	\$ 31.856.806,69					\$ 3.185.680.669,44

<b>INVERSION</b>			
<b>FIJA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cant</b>	<b>Vr. Unitario</b>	<b>Vr. Total</b>
<b>EQUIPO DE RESTAURANTE</b>			
estufa	1	\$3.549.900	\$3.549.900
licuadora 10 litro	1	\$1.356.000	\$1.356.000
mesas de acero inoxidable x 2	2	\$5.139.800	\$10.279.600
hornos	1	\$2.792.300	\$2.792.300
bitrinas	1	\$4.500.000	\$4.500.000
nevera de alimentos	1	\$2.213.649	\$2.213.649
nevera challenger	1	\$859.900	\$859.900
campana extractora	1	\$1.350.000	\$1.350.000
horno microondas	1	\$289.900	\$289.900
cafetera 11 litros	1	\$11.999.000	\$11.999.000
			\$ -
<b>UTENSILIOS Y MENAJE</b>			
			\$ -
ollas	8	\$98.800	\$790.400
batidoras	3	\$100.000	\$300.000
espatulas	3	\$98.000	\$294.000
cucharas 16 piezas	10	\$52.900	\$529.000
cuchillos tramontina	3	\$29.900	\$89.700
repasadores x20	10	\$2.000	\$20.000
rotuladores x 50	10	\$4.000	\$40.000
dotacion	6		\$0
mangas pasteleras desechabl	10	\$13.599	\$135.990
Kit de pasteleria y reposteria	1	\$120.000	\$120.000
espatulas	1		\$0
set 21 pizzas para horbnear	1	\$99.900	\$99.900
moldes de metal x 6	1	\$19.900	\$19.900
mandolina	1	\$79.950	\$79.950
set de utensilios de cocina de :	1	\$147.900	\$147.900
juego set agara ollas 4	1	\$96.900	\$96.900
jabon neutro 20L	1	\$167.900	\$167.900
amonio cuaternario 4L	1	\$12.900	\$12.900
escobas x 3	1	\$9.000	\$9.000
recojedores	1	\$3.000	\$3.000
traperos	1	\$5.000	\$5.000
escurridor de traperos	1	\$164.900	\$164.900
basos	1	\$97.800	\$97.800
platos grandes	1	\$14.370	\$14.370
platos grandes	1	\$178.800	\$178.800
guantesx100	1	\$54.900	\$54.900
chaqueta negra chef profesion	1	\$124.900	\$124.900
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
			\$0
Silla ejecutiva	1	\$319.900	\$319.900
escritorio	1	\$250.500	\$250.500
Computador portatli	1	\$3.279.180	\$3.279.180
impresora	1	\$1.033.900	\$1.033.900
			\$0
			\$0
<b>TRANSPORTE</b>			
			\$0
Distribuidor	1890	\$500	\$945.000
Moto de dolimicilos	1	\$5.800.000	\$5.800.000
			\$0
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 54.415.839</b>



