



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Resolución: RPC-SO-22-No.477-2020

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del proyecto:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA “DE UN MORDISCO
SALUDABLE” EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI

Línea de Investigación:

Gestión integrada de organizaciones y competitividad sostenible

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autor/a:

Natalia Elizabeth Encalada Sandoval

Tutor/a:

Mgs. Ana Lucía Tulcán

Quito – Ecuador

2024

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Ana Lucía Tulcán Pastas con C.I: 040137108-3 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Plan de Negocio para la Creación de la Microempresa “De un Mordisco saludable” en el cantón Rumiñahui.

Elaborado por: Natalia Elizabeth Encalada Sandoval, de C.I: 171735698-2, estudiante de la Maestría: en Administración de Empresas de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 8 de marzo de 2024



Firmado electrónicamente por:
ANA LUCIA TULCAN
PASTAS

Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, Natalia Elizabeth Encalada Sandoval con C.I: 171735698-2, autor/a del proyecto de titulación denominado: Plan de Negocio para la Creación de la Microempresa “De un Mordisco saludable” en el cantón Rumiñahui. Previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 8 de marzo de 2024

**NATALIA
ELIZABETH
ENCALADA
SANDOVAL** Firmado
digitalmente por
NATALIA ELIZABETH
ENCALADA
SANDOVAL
Fecha: 2024.03.06
13:08:34 -05'00'

Firma

Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	iii
INFORMACIÓN GENERAL	1
Contextualización del tema	1
Problema de investigación	2
Pregunta de investigación:	2
Objetivo general	2
Objetivos específicos	2
Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:	3
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	4
1.1. Contextualización general del estado del arte	4
1.2. Proceso investigativo metodológico	7
1.3. Análisis de resultados	9
CAPÍTULO II: PROPUESTA	18
2.1. Fundamentos teóricos aplicados	18
2.2. Descripción de la propuesta.....	24
2.3. Validación de la propuesta.....	55
2.4. Matriz de articulación de la propuesta	57
CONCLUSIONES	58
RECOMENDACIONES	59
BIBLIOGRAFÍA	60
ANEXOS	64

Índice de tablas

Tabla 1 Factores de ubicación	35
Tabla 2 Criterios de los directivos	36
Tabla 3 Resultados general de la encuesta para establecer la proyección de ventas mensual	40
Tabla 4 Proyección de cantidad de unidades producidas mensuales y anuales	41
Tabla 5 Cantidad proyectada a vender anualmente (porciones)	42
Tabla 6 Materia prima- postre 3 leches	42
Tabla 7 Materia prima- queso de leche	42
Tabla 8 Materia prima- torta de zanahoria.....	43
Tabla 9 Materia prima- galletas saludables	43
Tabla 10 Materia prima- cupcakes.....	43
Tabla 11 Materia prima- donas saludables	43
Tabla 12 Materia prima- helado de guayaba y quinua.....	44
Tabla 13 Materia prima- torta de zapallo	44
Tabla 14 Materia prima- torta de quinua	44
Tabla 15 Mano de obra directa.....	44
Tabla 16 Resumen costos indirectos de fabricación	45
Tabla 17 Costos indirectos de fabricación- materia prima indirecta	45
Tabla 18 Costos indirectos de fabricación- mano de obra indirecta	45
Tabla 19 Costos indirectos de fabricación- suministros de seguridad	45
Tabla 20 Resumen maquinaria y equipos	46
Tabla 21 Maquinaria y equipos.....	46
Tabla 22 Utensilios de cocina	46
Tabla 23 Equipos de computación	47
Tabla 24 Muebles y enseres	47
Tabla 25 Presupuesto de producción por unidad producida	47
Tabla 26 Presupuesto de ingresos por unidad vendida.....	47
Tabla 27 Presupuesto de gastos- depreciación, mantenimiento de maquinaria y equipos .	48
Tabla 28 Presupuesto de gastos- sueldos y beneficios del personal	48
Tabla 29 Presupuesto de gastos depreciación utensilios	48
Tabla 30 Presupuesto de gastos- alquiler o arrendamiento de oficinas.....	49
Tabla 31 Presupuesto de gastos- suministros de oficina.....	49

Tabla 32 Presupuesto de gastos- servicio públicos y comunicaciones	49
Tabla 33 Presupuesto de gastos- legales	49
Tabla 34 Presupuesto de gastos- publicidad y promoción Institucional.....	49
Tabla 35 Resumen presupuesto de gastos.....	50
Tabla 36 Presupuesto de inversión	50
Tabla 37 Tabla de amortización- método francés.....	50
Tabla 38 Presupuesto de capital de trabajo.....	51
Tabla 39 Presupuesto ingresos en efectivo anuales.....	51
Tabla 40 Presupuesto de egresos en efectivo anuales.....	51
Tabla 41 Presupuesto de flujo de efectivo	51
Tabla 42 Estado de resultados	52
Tabla 43 Balance General	52
Tabla 44 Cálculo de punto de equilibrio	53
Tabla 45 Tasa mínima aceptable de retorno- TMAR.....	53
Tabla 46 Cálculo de VAN y TIR	54
Tabla 47 Perfil descriptivo de expertos validadores.....	55
Tabla 48 Resultados de la validación	56
Tabla 49. Matriz de articulación	57

Índice de figuras

Figura 1 Resultado de la encuesta pregunta 1.- Indique su género	9
Figura 2 Resultado de la encuesta pregunta 2.- Indique su rango de edad	9
Figura 3 Resultado de la encuesta pregunta 3.- Presenta alguno de estos problemas de salud.	10
Figura 4 Resultado de la encuesta pregunta 4.- Ha consumido antes postres saludables	10
Figura 5 Resultado de la encuesta pregunta 5.- ¿Qué aspectos le resultan más importante al elegir productos saludables?	11
Figura 6 Resultado de la encuesta pregunta 6.- ¿Con qué frecuencia usted consume postres?	12
Figura 7 Resultado de la encuesta pregunta 7.- ¿Cuáles de estos postres le gustaría consumir?	12
Figura 8 Resultado de la encuesta pregunta 8.- ¿Compraría usted un postre bajo en azúcar y grasa en presentación familiar?.....	13
Figura 9 Resultado de la encuesta pregunta 9.- ¿Estaría dispuesto a comprar productos saludables de una microempresa local?	13
Figura 10 Resultado de la encuesta pregunta 10.- ¿En cuál de estos lugares tiene la opción de consumir un postre bajo en azúcar y grasa?.....	14
Figura 11 Resultado de la encuesta pregunta 10.- ¿En cuál de estos lugares tiene la opción de consumir un postre bajo en azúcar y grasa?.....	15
Figura 12 Resultado de la encuesta pregunta 12.- ¿Cómo le gustaría conocer sobre las ventajas y promociones de un postre saludable?.....	15
Figura 13 Resultado de la encuesta pregunta 13.- ¿Cuál de estos empaques escogería para la entrega de su postre saludable?	16
Figura 14 Resultado de la encuesta pregunta 14.- ¿Qué factores influyen al comprar en una microempresa?.....	16
Figura 15 Resultado de la encuesta pregunta 15.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una porción de postre saludable?	17
Figura 16 Resultado de la encuesta pregunta 16.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un postre saludable en presentación familiar?.....	17
Figura 17 Propuesta.....	24
Figura 18 Análisis PESTEL.....	25
Figura 19 Análisis FODA.....	26

Figura 20 Las 5 fuerzas de Porter.....	27
Figura 21 Logotipo.....	29
Figura 22 Organigrama de la microempresa.....	30
Figura 23 La microempresa será del siguiente tipo:	30
Figura 24 Cartera de productos: Postre tres leches, postre queso de leche, galletas saludables.....	33
Figura 25 Cartera de productos: cupcakes, torta de zanahoria, helado de guayaba y quinua.	34
Figura 26 Cartera de productos: donas de quinua, torta de zapallo, torta de quinua.	34
Figura 27 Ubicación Geográfica	35
Figura 28 Ubicación de la microempresa.....	37
Figura 29 Promoción por las redes sociales Facebook e Instagram	38
Figura 30 Layout de la empresa.....	38
Figura 31 Mapa de procesos de la microempresa De un mordisco saludable.....	39
Figura 32 Proceso productivo de la microempresa.....	40
Figura 33 Gráfico VAN y TIR.....	54

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

Según estudios realizados por la OMS en el año 2016 más de 1900 millones de adultos entre las edades comprendidas los 18 o más años presentaron sobrepeso, de estos más de 650 han sido obesos. Lamentablemente estas enfermedades hoy en día se presentan también en niños y adolescentes en gran medida.

Como evidencia de lo mencionado a priori es menester que se refiera la información existente sobre la problemática que se pretende abordar, tal como lo indica la Organización Panamericana de la Salud (2019):

El sobrepeso, además de la obesidad y la inactividad física suelen ser los factores predisponentes al riesgo de padecer la diabetes tipo 2. Además, se evidencia que la predominancia de las personas con sobrepeso en América es de aproximadamente el doble de la evidenciada alrededor del planeta. En el grupo correspondiente a los adolescentes de América, el 80,7% no son lo suficientemente activos. Como datos de recomendación de estilos de vida saludable se encuentran; una dieta saludable, actividad física constante, controlar y mantener un peso corporal normal y evitar el consumo de tabaco y otras sustancias psicoactivas con el fin de prevenir o retardar la aparición de la diabetes tipo 2.

Con respecto a la contextualización del problema en el territorio ecuatoriano:

En el Ecuador, la diabetes afecta a la comunidad en niveles en constante crecimiento, pues como se refleja en la encuesta ENSANUT, la prevalencia de la diabetes en la comunidad entre las edades de 10 a 59 años es del 1.7%. Dicha proporción aumenta a partir de los 30 años de edad; de forma que a los 50 años de edad uno de cada diez ecuatorianos ya presenta diabetes. La alimentación poco o nada saludable, el sedentarismo, la falta de ejercicio y actividad física, el abuso de alcohol y otras sustancias psicotrópicas, todos estos son factores de riesgo estrechamente relacionados a las patologías no transmisibles como es la diabetes. (Viera & Castillo, 2017)

En concatenación con la información epidemiológica del Ecuador, en base a la información que presenta el INEC, la diabetes fue una de las primeras causas de mortalidad en los años 2016 y 2017. En el Cantón Rumiñahui, al año 2013, la población es de 110.767 habitantes, se comprende por cinco parroquias, de las cuales tres son urbanas: San Pedro de Taboada, Sangolquí, San Rafael, 2 parroquias rurales: Rumipamba y Cotogchoa, de los cuales 50.040 personas son económicamente activas. De la

misma fuente, en el Cantón Rumiñahui, según Registros Estadísticos del año 2022 se presentaron 40 casos de egresos hospitalarios por diabetes, mientras que las defunciones en ese año fueron de 20 casos.

Las personas con este tipo de problemas de salud, tratan de llevar una vida normal, sin limitaciones en su alimentación, aun así, en lo relacionado a postres, las opciones no han crecido puesto que parte de sus ingredientes principales son productos que afectan su salud. Por dicha razón, el presente proyecto busca generar un producto que integre como parte de sus ingredientes sustitutos y saludables que no afecten el estado de salud y a su vez que permitan a los consumidores deleitarse de un postre para satisfacer una necesidad y también compartir con sus seres queridos, ya que el producto es elaborado y apto para todo público.

Una vez identificada la necesidad de la población, a continuación, se propone este diseño de plan de negocio, puesto que actualmente hay muchas personas con problemas de salud, a las cuales se les hace difícil encontrar este tipo de productos para ingerir y que no les ocasione repercusiones en su salud.

Problema de investigación

Varias personas en la actualidad tienen problemas de salud, y no encuentran alternativas de postres saludables, por lo que, han optado por consumir productos que afectan a su bienestar. Es un claro ejemplo el cantón Rumiñahui, en donde no existen empresas que elaboren postres saludables, orientados a personas con problemas de salud (diabéticas, colesterol, triglicéridos altos, sobre peso, etc), es decir, este nicho de mercado no ha sido atendido, y los pocos productos sustitutos tienen un costo alto.

Pregunta de investigación:

¿Cómo diseñar un plan de negocios para crear una microempresa que comercialice postres saludables en el cantón Rumiñahui?

Objetivo general

Diseñar un plan de negocio para la creación de una microempresa de postres saludables orientado a personas con problemas de salud, en el cantón Rumiñahui.

Objetivos específicos

- Contextualizar los fundamentos teóricos relacionados a planes de negocios.
- Diagnosticar la situación actual de la demanda de postres saludables mediante herramientas de investigación.

- Diseñar un plan de negocio de una microempresa que comercialice postres saludables para personas con problemas de salud.
- Validar el impacto según el criterio de especialistas de la propuesta del plan de negocio.

Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:

Como se ha descrito en los apartados anteriores, gran parte de nuestra población ecuatoriana padece de estas enfermedades, por cuanto, deben cuidarse en los alimentos que ingieren. Este proyecto está enfocado en crear un plan de negocio de una microempresa que elabore y comercialice postres saludables para personas con problemas de salud tales como: diabetes, colesterol, triglicéridos altos y sobre peso, etc.

El interés de este emprendimiento es hacia los clientes potenciales anteriormente descritos, para ofrecerles en el futuro un portafolio de productos de postres con ingredientes saludables. Si bien es cierto, no es sólo un producto diferente, lo que se busca es llegar a este segmento de clientes, dando un valor agregado que lo diferencie de la competencia.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Contextualización general del estado del arte

Con el fin de resolver el desafío que supone la presente problemática, se ha vuelto pertinente recurrir a una revisión de la literatura relacionada a la misma por lo cual tomando la opinión de Sanz Blanco Yolanda (2023), donde menciona que “El plan de negocios es un documento donde el empresario detalla la información relacionada con su empresa.” (pág. 7). La misma autora hace énfasis en que se debe tener en cuenta varios estudios como son el análisis del mercado que incluye a la competencia y al sector que busca satisfacer sus necesidades a través de un producto o servicio estableciendo una estrategia clara a corto plazo, sin dejar de lado la factibilidad financiera de la propuesta la misma que debe tener una visión clara y coherente.

También se encuentra que Sanz Blanco Yolanda (2023) hace referencia a las ventajas que ofrece un plan de negocios pues el emprendedor está forzado a conseguir información, la cual puede ser de naturaleza estadística o también en base a la misma experiencia que las personas refieran y permitan detallar datos. Lo cual deja claro que para poder levantar un plan de negocios sin duda una de las principales y primeras acciones es buscar información ya sea de negocios similares o necesidades de nuestros potenciales clientes.

Por otra parte, en consideración a lo que refiere la Harvard Business Review (2021) contar con un plan de negocios ofrece una oportunidad para evaluar profundamente las ideas del autor, ya sea al considerar la apertura de un nuevo emprendimiento o al crecimiento y ampliación del mismo. Al elaborar un plan de negocios permite encontrar las oportunidades e identificar los posibles obstáculos, diseñar estrategias para superarlos y combatir sus riesgos.

Es importante considerar el aporte de Garcia Prado Enrique (2023) quien manifiesta que el fin último de contar con un plan de negocio es la configuración de los objetivos y los recursos que maneja el emprendedor para ejecutar la propuesta de negocio. Por esta razón, es necesario levantar este análisis para el diseño de un plan de negocio, para aprovechar las oportunidades que se presentan y a su vez generar un plan a seguir para mitigar las amenazas que pueden presentarse en corto plazo.

Otro aporte que ofrecen Villalobos-Abarca y otros, (2020) sugiere que Un plan de negocio es imprescindible al momento de empezar un emprendimiento y también porque permite potenciar las empresas ya existentes que requieren de recursos esenciales que bien podrían no estar disponibles en base a sus utilidades. Sin duda es de gran importancia el levantar un plan de negocios antes de iniciar cualquier emprendimiento, o mejorar uno ya en curso buscando en busca de mejores resultados.

Cravens y otros, (2007) hacen énfasis en buscar oportunidades de valor al consumidor, el autor clasifica la introducción de nuevos productos y servicios en las siguientes: “1) la novedad en el mercado y 2) la magnitud del valor creado para el consumidor.” (pág. 215). En todas ellas el valor creado agregan características nuevas y generan un valor que el cliente lo percibe como sustancial, importante o diversifican un producto con un mayor rendimiento o menor costo.

Además los mismos autores manifiestan que la iniciación o generación de un nuevo producto resultan del estudio de las necesidades de los consumidores, incluidas las ideas de transformar los productos relacionados de alguna manera con las necesidades insatisfechas por los productos que ya existen. Para iniciativas de nuevos productos con oportunidades de crecimiento la matriz de Ansoff es una buena forma de análisis a fin de conocer si la estrategia a tomar es de desarrollo de producto, penetración en el mercado, desarrollo de mercado y diversificación.

Para Castañeda (2019) “las 4P’s terminaron por ser insuficientes en algunos mercados, las personas cambian, y la forma en cómo se utiliza la tecnología también” (pág. 64), de esta forma aparece el marketing mix enfocado en el consumidor, el cual busca poner como primero siempre al consumidor para conocer de la mejor manera al cliente, ofrecer un atractivo producto, que sea de fácil acceso y que su costo no sea muy alto para que la compra sea viable.

En cuanto a la propuesta de Kotler et al., (2021) la segmentación de mercados no es otra cosa más que la evolución del enfoque de segmentación a partir de su conceptualización en la década de 1950. Y por ello enfatizan en la existencia de los cuatro principales métodos para realizar una segmentación de mercado, entre ellos están: geográfico, demográfico, psicográfico y conductual.

Los mismos autores añaden la importancia de elaborar un análisis cuya finalidad es procesar la información en tendencia, mediante big data e inteligencia artificial lo que ha permitido hoy en día realizar un análisis del volumen de datos que crece de una manera exponencial, pues dicha información se alimenta por medio de las redes sociales.

Eslava Sarmiento, (2017) define al canal de distribución como: “una red de organizaciones e instituciones que, en combinación, juega todas las funciones necesarias para conectar a los productores a los usuarios finales, a fin de realizar la tarea marketing” (pág. 31). Es decir que, el canal es el medio por el cual el sistema de mercadeo hace la transferencia de propiedad de un bien o servicio hacia su cliente.

Se ha revisado varios repositorios digitales de universidades con el fin de tener una visión más clara en cuanto a planes de negocio mismos que se detallan a continuación:

Según la investigación realizada por Carvajal Torres (2021) la aplicación de la metodología CANVAS, permite comprender cada etapa en los emprendimientos a través de los nueve componentes de la metodología, al tomar como referencia este proyecto integrador se tiene una visión más amplia en el desarrollo del presente proyecto.

En el proyecto realizado por Taco Cayambe (2022) claramente se puede evidenciar la propuesta empresarial y la adecuada implementación del estudio de mercado, estrategias de mercado, diseño de un proceso de producción, el marketing mix y finalmente el análisis financiero de la propuesta, por cuanto, el tomar como base el presente proyecto permitirá desglosar de manera ordenada las fases y fundamentos.

Al tomar como referencia este proyecto se puede ver la importancia de la aplicación de los estudios anteriormente detallados para un plan de negocio, puesto que analiza de una manera integral los factores que se deben considerar al momento de poner en marcha un negocio.

Al revisar la investigación de Chuga Tetamuez (2023) los principales hallazgos que se recogen a través de la fundamentación teórica y el detalle de paso a paso de los procedimientos a seguir, más tarde es fácil la aplicación en un plan de negocios. Como se evidencia en esta investigación el autor ha optado por aplicar como herramienta de investigación la encuesta, lo cual permite ver la acogida y viabilidad del proyecto.

Esta investigación demuestra que la aplicación de metodologías de recopilación de información como es la encuesta al momento de diseñar un plan de negocio es oportuna para buscar dar solución al problema identificado y determinar la aceptación que tendría al ser aplicado el proyecto.

Conforme la investigación de Muñoz (2020) contempla la posibilidad de comercialización mediante plataformas digitales, es importante considerar lo siguiente: tener conocimientos actualizados sobre comercio electrónico, elaborar la plantilla Canvas, tener estrategias de marketing digital y marketing mix, los planes financieros y de producción.

Al aplicar el análisis DAFO permite conocer los factores internos y externos del negocio para buscar alternativas para transformar las debilidades en fortalezas y las Amenazas en oportunidades con el fin de mejorar el negocio.

Esta investigación permite tener una referencia de un diseño de comercialización mediante plataforma digital a través de comercio electrónico para la venta de productos o servicios.

Al revisar las investigaciones anteriormente citadas se tiene una idea más clara de cómo se puede enfocar la presente investigación, con el fin de aportar a una solución al problema identificado, y

desarrollar el diseño de plan de negocio para una microempresa que comercialice postres saludables en el cantón Rumiñahui.

1.2. Proceso investigativo metodológico

Tomando en consideración la opinión de los autores Ñaupas, et. al. (2014) el presente proyecto tendrá un enfoque cuantitativo ya que recolecta datos y posteriormente los analiza a través de la aplicación de las herramientas de investigación.

- Tipo de investigación

Se aplicará la investigación aplicada que para los autores Ñaupas, et. al. (2014) se define como aquella que resuelve problemas de procesos de tipo industrial, comercial y de servicio. Al haber detectado el problema de investigación se pretende dar una solución mediante el presente plan de negocios para de esta manera cubrir las necesidades presentadas.

- o Según la manipulación de variables

Investigación no experimental como lo menciona Ávila (2006) “es conocida como investigación Post Facto, término que proviene del latín y significa después de ocurridos los hechos” (pág. 75).

Este trabajo desarrollará una investigación no experimental debido a que parte de un hecho que afecta a una parte de la población del cantón Rumiñahui.

- o Acorde al tiempo

(Ávila, 2006) hace referencia que el estudio transversal utiliza investigaciones con objetivos descriptivos para posteriormente analizar las variables en un tiempo específico. Esta investigación según el alcance es exploratorio y descriptivo por cuanto se establecerá un tiempo específico para la aplicación de técnicas y herramientas de recolección de datos.

- Según su razonamiento lógico

Para Ñaupas et al. (2014) el método deductivo radica en plantearse una hipótesis con el fin de llegar a deducir si la misma es veras o no, aplicando la misma a hechos, procesos o conocimientos, para ello usa el principio de falsación.

- o Población y muestra

Cortés & Iglesias (2004) definen como población a “la totalidad de elementos o individuos que poseen la característica que estamos estudiando” (pág. 90)

Así también, los mismos autores definen a la muestra como un extracto o fracción de la población tomada para estudiar las características de su totalidad.

El tipo de muestreo que se realizará en el presente proyecto es probabilístico aleatorio simple, tomando en consideración que la población del cantón Rumiñahui es de 110.767 habitantes, comprende cinco parroquias, y de ellas tres son urbanas: San Pedro de Taboada, Sangolquí, San Rafael, 2 parroquias rurales: Rumipamba y Cotogchoa. Personas económicamente activas 50.040.

Ecuación 1 Cálculo de muestreo probabilístico aleatorio simple se considera la fórmula universal:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población (50.040 clientes)

Z = nivel de confianza (para el 95%, la puntuación es 1.96)

p = probabilidad de que ocurra el evento

q = probabilidad que no ocurra el evento

e = error de estimación máximo aceptado (margen de error del 5%)

$$n = \frac{50.040 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0,05^2 * (50.040 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = \frac{4840,416}{13,5579}$$
$$n = 357,01$$

El tamaño de la muestra de la investigación será de 357 este número contempla tanto personas con problemas de salud como una parte del resto de la población del cantón Rumiñahui.

Métodos, técnicas e instrumentos

Para Ñaupas et al. (2014) la encuesta es aquel momento en donde se formula un conjunto de preguntas escritas de manera sistemática, las mismas que se relacionan con las variables e hipótesis del trabajo de investigación.

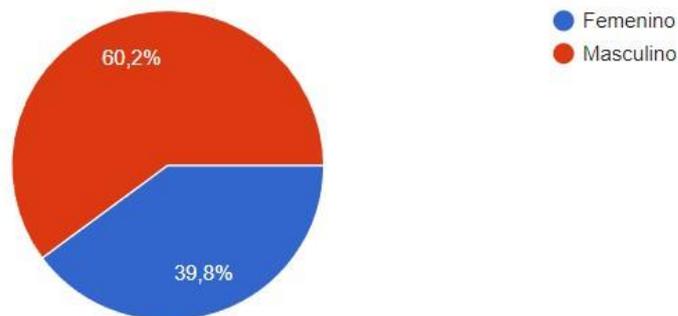
Esta investigación utiliza la encuesta como instrumento, y las preguntas a desarrolladas son: cerradas, dicotómicas y politómicas. Se utiliza términos claros y comprensibles con el fin de facilitar a las personas encuestadas su aplicación y de esta manera comprobar las hipótesis de trabajo.

1.3. Análisis de resultados

Al aplicar la herramienta de la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados de la encuesta aplicada:

Figura 1
Resultado de la encuesta pregunta 1.- Indique su género

364 respuestas

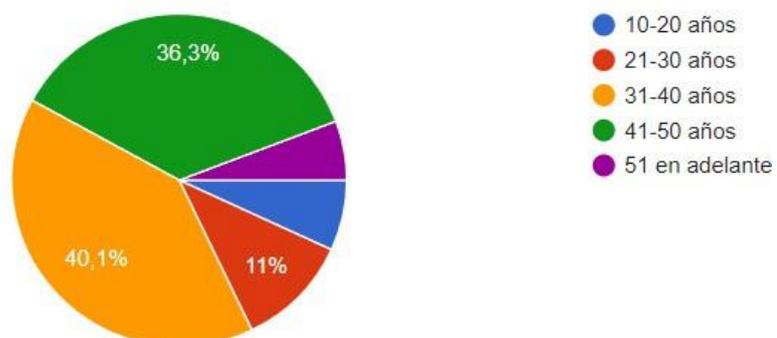


Análisis

Los resultados muestran que la mayoría de las personas encuestadas fueron hombres con un 60,2% y mujeres en un 39,8%, esta información debe ser analizada en conjunto con las respuestas a continuación.

Figura 2
Resultado de la encuesta pregunta 2.- Indique su rango de edad

364 respuestas

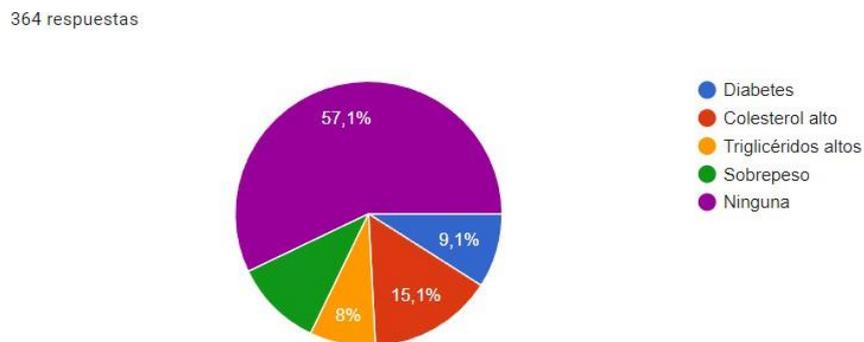


Análisis

La encuesta refleja que las edades de la mayor parte de las personas encuestadas están entre los 31 a los 50 años, rangos de edad que se encuentran en una etapa laboralmente activa y lo más

importante que tanto hombres como mujeres están en edades con poder adquisitivo y decisión en cuanto a sus necesidades de compra, tanto personal como Familiar. A partir del año 2019, fecha en que inicio la pandemia COVID 19, la población general en el Ecuador ha tomado consciencia en considerar las opciones que presenta el mercado en cuanto a salud se refiere y el que los resultados de la encuesta reflejen que el poder de decisión está en las edades de cabezas de familia. Lo cuál será el punto de partida para escoger las mejores estrategias basado en las respuestas que se presenten a continuación.

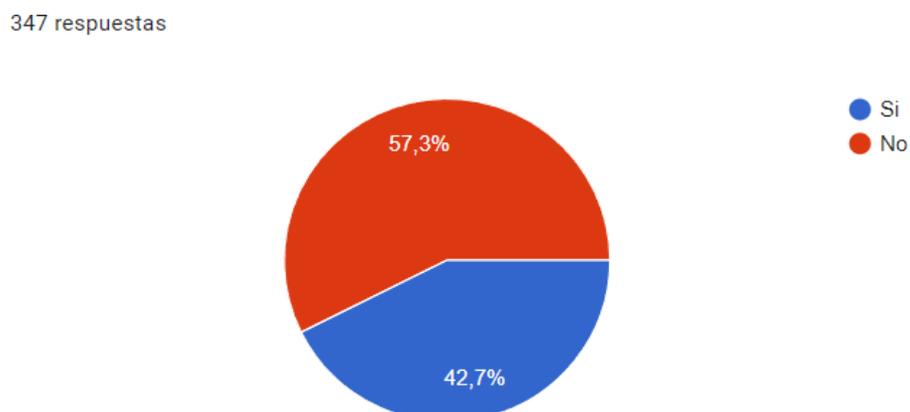
Figura 3
Resultado de la encuesta pregunta 3.- Presenta alguno de estos problemas de salud.



Análisis

Los resultados reflejan que el 42,9% de la muestra, presenta problemas de salud tales como Colesterol Alto, triglicéridos Altos, Sobrepeso, Diabetes. Información muy importante para el proyecto puesto que los productos ofertados tienen características saludables, y justamente están enfocados a un mercado que busque cuidar su salud y a su vez disfrutar de una cartera de productos que cubra su necesidad.

Figura 4
Resultado de la encuesta pregunta 4.- Ha consumido antes postres saludables.



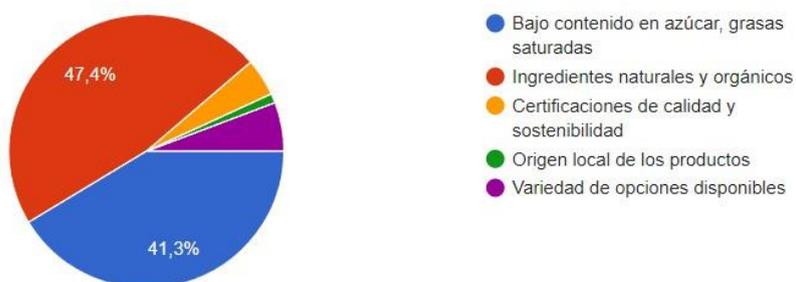
Análisis

En mayor porcentaje, la población encuestada, no ha consumido postres saludables, sin embargo, el 42,7% si lo ha hecho, por lo que este punto se debe considerar al momento de elaborar una estrategia de promoción a fin de concientizar a la población, por otra parte los resultados nos permiten conocer que la gente que si ha consumido tienen al momento productos de preferencia, que al ingresar nuestros productos dichos gustos deben cambiar.

Figura 5

Resultado de la encuesta pregunta 5.- ¿Qué aspectos le resultan más importante al elegir productos saludables?

363 respuestas



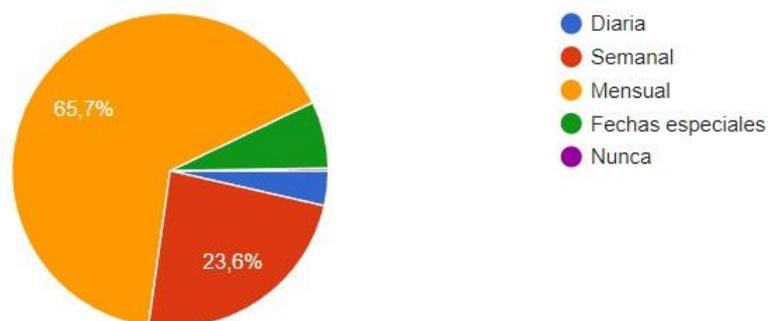
Análisis

Los resultados muestran que las preferencias del mercado de postres saludables hacen énfasis a que estén realizados basados en ingredientes naturales y orgánicos, y a su vez que tengan bajo contenido en azúcar y grasas saturadas. Lo cual basados en las características de nuestros productos, estamos acorde a las necesidades del público objetivo.

Figura 6

Resultado de la encuesta pregunta 6.- ¿Con qué frecuencia usted consume postres?

364 respuestas



Análisis

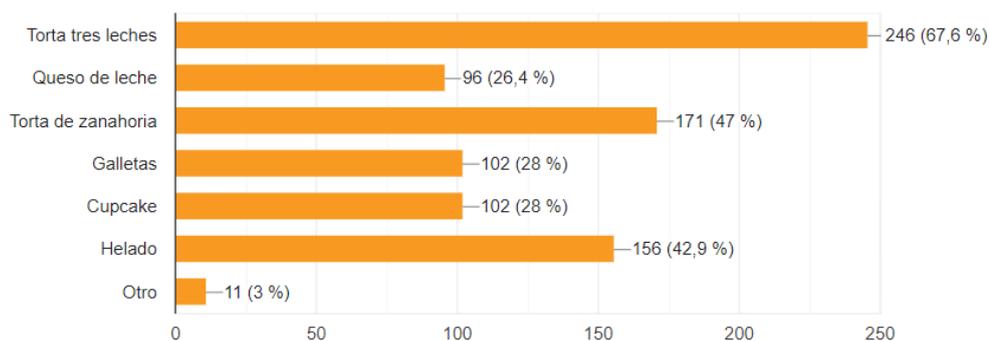
Los resultados de la encuesta muestran que el 65,7% consume postres de manera mensual y el 23,6% consumen de forma semanal, es decir, basados en dichas informaciones es necesario crear campañas que motiven a que el consumo sea en el corto plazo. A fin de que el punto de equilibrio sea en beneficio de la microempresa.

Figura 7

Resultado de la encuesta pregunta 7.- ¿Cuáles de estos postres le gustaría consumir?

¿Cuáles de estos postres le gustaría consumir?

364 respuestas



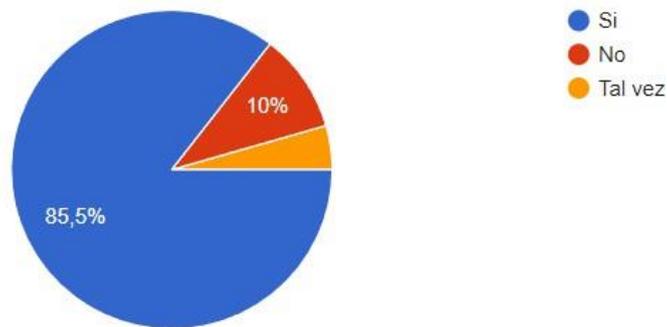
Análisis

Los resultados nos muestran que la preferencia del público objetivo es el consumo de postres en el siguiente orden, torta tres leches, torta de zanahoria, helado, Galletas, Cupcakes y queso de leche.

Figura 8

Resultado de la encuesta pregunta 8.- ¿Compraría usted un postre bajo en azúcar y grasa en presentación familiar?

359 respuestas



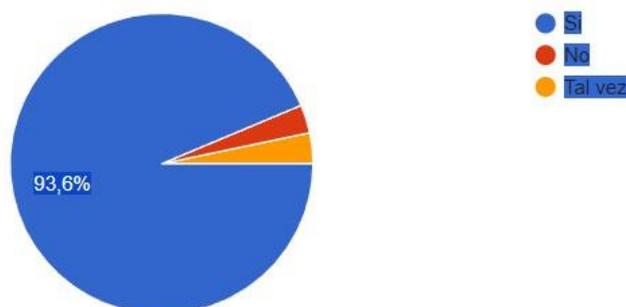
Análisis

La preferencia del consumidor nos permite evidenciar que la mayoría de encuestados muestra gran apertura a comprar postres en presentación familiar, lo que hace que busquemos ofertar productos en presentaciones familiares, sin descuidar la presentación en proporción personal. Dicha información es importante para programar las porciones de elaboración y a su vez la comercialización del producto. Al realizar un análisis de las edades y géneros en conjunto con el presente resultado, se puede evidenciar que las edades de las personas encuestadas están dentro de un rango en el cuál mucha gente tiene familia con hijos, información importante al momento de realizar estrategias de promoción.

Figura 9

Resultado de la encuesta pregunta 9.- ¿Estaría dispuesto a comprar productos saludables de una microempresa local?

362 respuestas



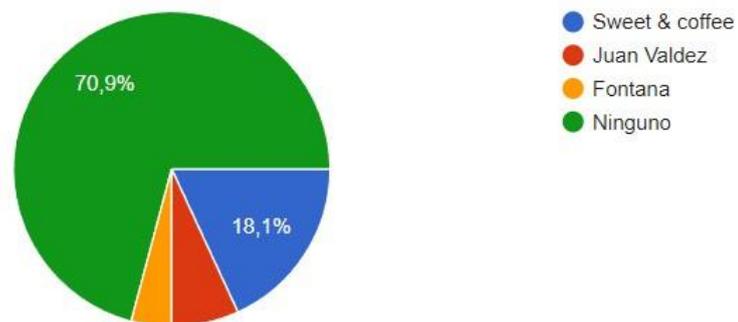
Análisis

Se puede evidenciar que hay una gran aceptación apoyar a la microempresa local en el cantón Rumiñahui, lo que nos da una respuesta positiva para continuar con el proyecto y buscar cubrir la demanda insatisfecha que al momento está presente.

Figura 10

Resultado de la encuesta pregunta 10.- ¿En cuál de estos lugares tiene la opción de consumir un postre bajo en azúcar y grasa?

364 respuestas



Análisis

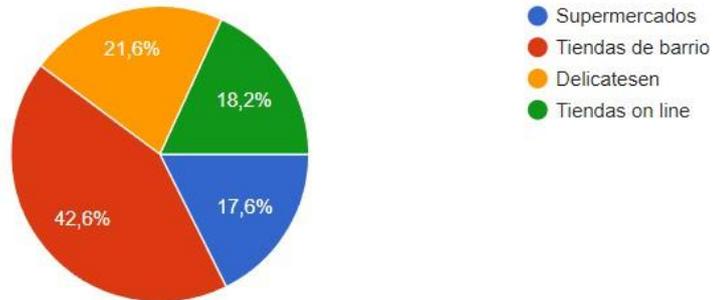
Los resultados muestran que, de las empresas listadas, hay desconocimiento de la población encuestada sobre la oferta de postres saludables en el Cantón Rumiñahui. Esta es una pauta muy relevante que nos dejan los resultados a que la promoción del producto debe ser agresiva a fin de estar en las preferencias del consumidor y que el producto sea posicionado.

Se ha revisado la oferta de productos de bajas calorías que tiene Sweet & Coffee que la población encuestada conoce que brindan y hay productos que difiere de nuestra oferta de valor, por lo que hay una gran oportunidad de cubrir la demanda que no ha sido satisfecha aún y a su vez promocionar los productos en los que actualmente hay oferta por otras empresas. Por otro lado, las empresas listadas en su mayoría se encuentran en Centros Comerciales, por lo que el buscar una ubicación fuera de estos sectores nos puede dar una ventaja competitiva para llegar al público objetivo.

Figura 11

Resultado de la encuesta pregunta 10.- ¿En cuál de estos lugares tiene la opción de consumir un postre bajo en azúcar y grasa?

357 respuestas



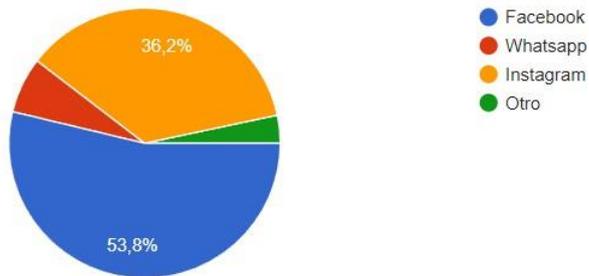
Análisis

Se visualiza que la estrategia de distribución debe estar enfocadas a tres frentes, tiendas de barrio, Delicatesen, y tiendas on-line. Situación que debe ser revisada al momento de realizar nuestra estrategia de Marketing y los resultados concuerdan con el análisis realizado en preguntas anteriores.

Figura 12

Resultado de la encuesta pregunta 12.- ¿Cómo le gustaría conocer sobre las ventajas y promociones de un postre saludable?

359 respuestas



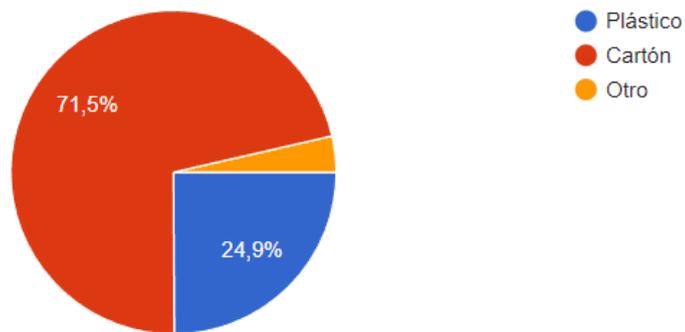
Análisis

Hoy en día, hay gran aceptación a publicar promociones a través de redes sociales, lo cual concuerda con las edades que han sido mayormente encuestadas puesto que se encuentran entre los 31 a los 50 años, y por su generación, la mayoría de las personas tiene una cuenta en Facebook e Instagram.

Figura 13

Resultado de la encuesta pregunta 13.- ¿Cuál de estos empaques escogería para la entrega de su postre saludable?

361 respuestas



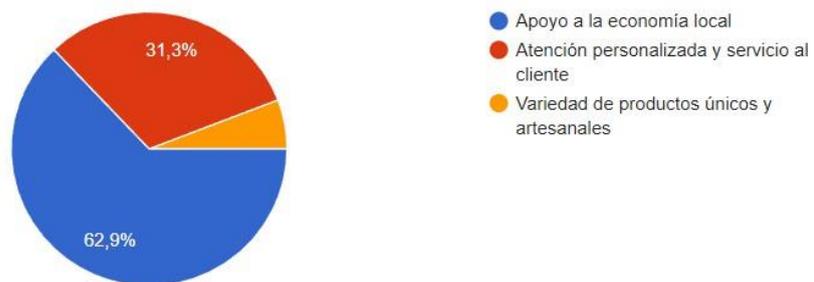
Análisis

La información presente nos permite saber que la gente está preocupada por el medio ambiente, es así, que prefieren su entrega en empaques de cartón, no obstante, será revisado dicha información en base a las características del producto, ejemplo, tres leches o helado que debe ser un recipiente que mantenga la presentación líquida y no haya derrames, producto del cuál se puedan producir comentarios negativos hacia la marca.

Figura 14

Resultado de la encuesta pregunta 14.- ¿Qué factores influyen al comprar en una microempresa?

361 respuestas



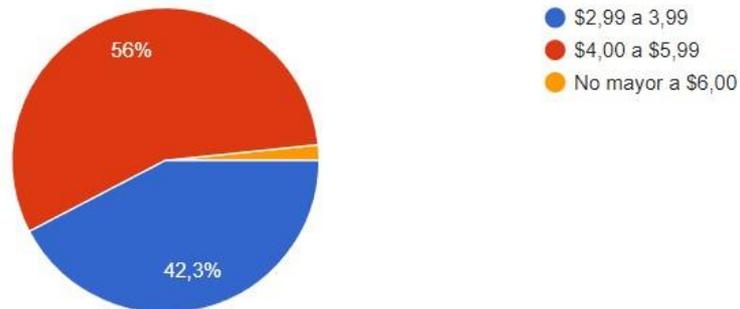
Análisis

Se refuerza la decisión de apoyar a la microempresa y economía local, sin dejar de lado que la atención personalizada y el servicio al cliente es primordial.

Figura 15

Resultado de la encuesta pregunta 15.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una porción de postre saludable?

364 respuestas



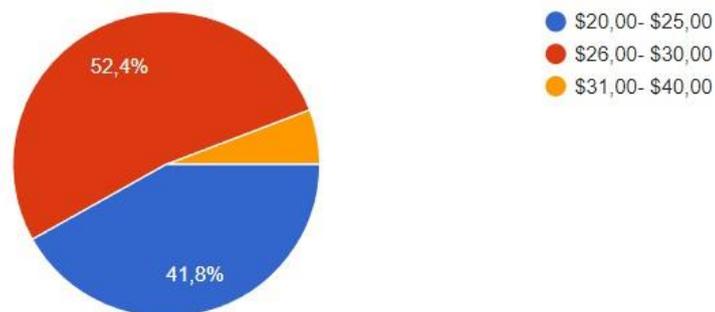
Análisis

Es un factor a considerar, puesto que la preferencia basada en el precio, está bastante equilibrada en que el producto a nivel porciones cueste entre \$2,99 a \$3,99 y \$4 a \$5,99.

Figura 16

Resultado de la encuesta pregunta 16.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un postre saludable en presentación familiar?

361 respuestas



Análisis

Al igual que la pregunta anterior, Es un factor a considerar puesto que la preferencia basada en el precio no es marcada a una de las opciones, está bastante equilibrada en que el producto a nivel presentación familiar cueste entre \$20,00 a \$25,00 y \$26,00 a \$30,00.

CAPÍTULO II: PROPUESTA

2.1. Fundamentos teóricos aplicados

Análisis situacional

Análisis PESTEL es una herramienta utilizada en el ámbito empresarial para comprender el entorno externo de una microempresa o empresa, el cual hace referencia a seis factores que influyen en el contexto empresarial que son: político, económico, sociocultural, tecnológico, ecológico, y legal.

El análisis PESTEL comprende el entorno externo y anticipar posibles cambios o tendencias que puedan afectar a su desarrollo empresarial, de igual manera ayuda a identificar amenazas y oportunidades para orientar las estrategias.

El análisis FODA nos permite identificar la situación actual de la empresa, de esta manera permite generar estrategias, mejorar las fortalezas, minimizar las debilidades, aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas, sin duda, es muy importante al momento de tomar decisiones empresariales.

Las 5 fuerzas de Porter mediante esa herramienta se puede analizar el entorno competitivo, la competencia e identificar mejor las oportunidades.

El diseño del presente plan de negocios presenta los siguientes fundamentos que ayudan a identificar los conceptos que se utilizarán con frecuencia, de igual manera la terminología técnica que se detalla a continuación:

Estructura del plan de negocios

La gestión empresarial es importante dentro de una empresa o microempresa para lograr administrar los recursos y toda su organización de manera eficiente llevar un adecuado flujo de trabajo.

En la microempresa de producción de postres saludables, se realizará una propuesta en cuanto a la creación de una filosofía alineada a lo que se desea alcanzar.

Estudio Administrativo Organizacional

Misión

La misión resume a lo que se dedica la empresa y cual es su razón de ser, quienes son sus clientes, mercados, productos o servicios que ofrece, si está actualizada en tecnología, ventajas competitivas, que tenemos de valor para el cliente, la importancia de los trabajadores en ella, cuál es su filosofía.

Visión

La Visión representa de manera detallada lo que la empresa aspira a ser en el futuro, la misma tiene un periodo de tiempo específico en el que se pretende cumplir, y a su vez a través de lo detallado en ella, se plantea estrategias para alcanzar la visión en el plazo establecido. Dichos planes pueden ser estratégicos en el largo plazo, así como tácticos en el corto plazo.

Logo

El logotipo es aquel elemento que se expresa de manera gráfica y se conoce como imagen de la marca, la cual permite que los consumidores lo recuerden y mantengan en su memoria.

Slogan

Un eslogan es eficaz, este ingresa profundamente en la mente del consumidor al punto que lo escuchan y visualizan la imagen del producto de forma inmediata.

Es un recurso de promoción que busca dar un mensaje, estar en la mente del consumidor y que permita visualizar a la marca cuando lo escuchan. Un eslogan es único y lo bastante importante porque permite transmitir la esencia de la marca, es un mensaje que informa, recuerda, persuade al mercado meta.

Organigrama

Es la representación gráfica de la organización de la empresa en estructura jerárquica y funcional.

Un organigrama se puede mencionar que lo define como una referencia clara y muy detallada en temas relacionados a Estructura y diseños Organizacionales, resaltando lo siguientes puntos:

- Desde una perspectiva actual, Los 6 elementos para poder realizar un diseño organizacional son especialización del trabajo, la departamentalización, cadena de mando y línea de autoridad, Alcance del control es decir a cuantas personas puedo supervisar de manera eficiente y eficaz, centralización o descentralización, grado de estandarización de las tareas y grado de conducta de los empleados.
- Que la estrategia, tamaño, tecnología, Entorno son variables que afectan la elección de una estructura.
- Fortalezas y debilidades de los diseños organizacionales tradicionales con estructura simple, funcional, o divisional.
- Diseño de una Organización en la actualidad o de aprendizaje, con teletrabajo y esquemas de trabajo flexible.

Estudio Legal

Los pasos que se consideran relevantes para poder constituir compañías en el Ecuador, son los siguientes:

- Investigación previa y fase de planificación, en la que se investiga el sector y su mercado al que estará dirigido el giro de negocio, en esta fase se desarrolla el plan de negocios, por otro lado, se define el tipo de entidad empresarial con la estructura que mejor se adapte a los objetivos del negocio, tales como sociedades anónimas, SAS, Sociedad responsabilidad Limitada.
- Separar el nombre Comercial de la Microempresa en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Para ello se debe haber realizado fases de marketing en la que se definió el nombre considerando de que refleje la identidad que se quiere dar, la orientación comercial de la empresa y lo importante que sea único. La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (s.f., pág. 6) a emitido la *Guía de Constitución de Sociedades por Acciones Simplificadas*. Buscador. https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/societario/cons_sas/SAS.pdf, dicho documento explica el paso a paso para crear una compañía SAS, adicional otorga un vínculo para reservar la denominación y separar el nombre de la empresa, y se ingresa las actividades que como microempresa se va a realizar, como paso previo, se debe haber registrado en la página web y haber obtenido el usuario y contraseña.
- Redactar las reglas internas de la empresa como son estructura, deberes, responsabilidades, facultades de los accionistas y administradores. Desde el entorno legal se conoce como Estatutos Sociales y poderes notariales, aquí es necesario indicar que, de acuerdo con las últimas reformas, las SAS no requieren ser constituidas mediante documento ante notario público.

Estudio de marketing

El marketing mix clasifica diferentes actividades en cuatro grupos diferentes, denominadas las cuatro Ps de marketing: producto, precio, plaza y promoción.

Producto: que es el desglose de la variedad de productos, la descripción en cuanto a la calidad, el diseño, las características, el tamaño, la garantía y las políticas de devolución que ofrece la empresa.

Precio: son las tarifas de los productos, en este punto se pueden definir los descuentos e incentivos, la forma de pago y condiciones de crédito en caso de aplicar.

Promoción: es todo aquello que tiene que ver con la publicidad, la fuerza de ventas, las relaciones públicas y el marketing directo.

Plaza: es la ubicación estratégica de la empresa, la definición de los canales de distribución, la cobertura, el manejo del inventario, el traslado de los productos hasta los puntos de comercialización.

Estudio de producción

Layout

El layout es una descripción grafica o dibujo arquitectónico de cómo se distribuye la planta en todo lo relacionado distribución de almacenamiento de materia prima, zona de producción, almacenamiento de producto terminado, subproductos y desechos, zonas administrativas y de comercialización.

Se debe considerar la distribución en el área disponible para tal efecto, buscar minimizar el recorrido de los materiales y la seguridad de los trabajadores. Se debe tomar en consideración todas las áreas de la planta, siempre considerar expansiones futuras que pueden presentarse en el transcurso del tiempo.

Recursos

En cuanto a los recursos se dividen en los siguientes:

Recursos Humanos: El personal necesario para ejecutar el proyecto, siendo los siguientes: empleados, consultores, otros. Puesto que su conocimiento y habilidades que han adquirido en el largo del tiempo son esenciales para el éxito de la puesta en marcha y posterior funcionamiento del negocio.

Recursos Económicos: El capital financiero requerido para financiar el proyecto. Tales como inversiones iniciales, presupuestos operativos, costos de producción. La factibilidad financiera evalúa si el proyecto puede mantenerse y generar valor desde un punto de vista económico y financiero.

Recursos Tecnológicos: Todo Equipo, herramientas, software y tecnología necesarios para implementar el negocio.

Recursos Físicos: Espacio físico, infraestructura, maquinaria, etc.

Recursos de Tiempo: El tiempo necesario para completar la puesta en marcha del negocio y cumplir con los plazos establecidos.

Proceso productivo

El proceso productivo es un conjunto de operaciones ejecutadas de forma secuencial, cuyo objetivo es obtener especificaciones técnicas para cada producto, a partir de materias primas y se identifica como el proceso mediante el cual una serie de materias primas se transforman en objetos utilizando funciones de producción específicas.

Es muy importante tener en consideración las cantidades a producir, la mano de obra, los manuales, la distribución del equipo de trabajo en la planta y la capacidad productiva de cada máquina que interviene en el proceso.

En cuanto a la materia prima el proceso de planificación empresarial incluye decisiones sobre la compra y priorización de materias primas y piezas utilizadas en la producción de productos terminados. Este autor hace un completo desglose en cuanto a materiales directos e indirectos, dentro de los directos se encuentra la materia prima, no obstante, da mucha importancia a presupuestar la adquisición tomando en consideración los siguientes puntos y el volumen de producción planificada.

Presupuesto de necesidades es aquel que contiene las cantidades pronosticadas de cada insumo por producto.

Presupuesto de inventarios es aquel que abarca los niveles de existencia esperados en cuanto a costo y cantidades.

Presupuesto de adquisiciones es el que abarca la periodicidad, la cantidad y el valor correspondiente a cada insumo.

Una vez identificadas las necesidades de producción, inventarios, adquisiciones de todos los materiales directos, así como indirectos y sus características; se debe hacer énfasis en buscar proveedores cercanos a la localización de la planta, al igual que guiar su capacidad de planta en base a la facilidad de adquisición y accesos a sus materias primas.

El mismo autor, incita a revisar las ventajas del proceso de distribución que pueda ofrecer y la diversidad de materia prima que se pueda encontrar con un solo proveedor, asimismo lista factores importantes que se considera importantes al momento de adquirir materia prima como son:

- Demanda conocida del producto y su capacidad de proveer materia prima para su elaboración.
- Entrega de productos a la empresa en un tiempo adecuado, de acuerdo a los manuales de abastecimiento.
- Tener un inventario mínimo.

- Manejar un costo de envío por producto mínimo.

Estudio económico financiero

Capital de trabajo

Se entiende por capital de trabajo a la resta entre el activo circulante y el pasivo circulante, es aquel con el que se cuenta para poner en marcha una empresa.

Es decir, se debe tener el suficiente capital para cubrir a producción inicial del producto, eso implica compra de materia prima, pago de salarios por mano de obra, pago de recursos usados luz, agua, teléfono, y recursos subcontratados, si aplica otorgar crédito en las primeras ventas, tomar en cuenta como es el estándar del giro de negocio en relación a cuentas por cobrar para salvaguardar el tiempo que no ingresará dinero, tener dinero para cubrir los gastos diarios de la empresa. Al igual como son los rubros por impuestos generados por la actividad, servicios y proveedores.

Punto de equilibrio

El análisis de punto de equilibrio operativo es utilizado para determinar el punto en que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables, es decir, costos operativos.

Dentro del plan de negocio, el interés es conocer el número de unidades que se deben vender para superar el punto de equilibrio, en ese caso los fundamentos usados serán los operativos.

Estados financieros

Son parte del reporte anual que es emitido por una empresa a sus accionistas, es la situación de la empresa, sus utilidades e intereses. Los estados financieros permiten identificar la cantidad de dinero que la empresa requiere, los réditos que generará en un tiempo determinado, es decir permite conocer toda la realidad de la empresa.

VAN

El Valor actual neto VAN o también llamado Valor Presente Neto VPN, es la diferencia que se produce entre VPN de los ingresos futuros que proyecta percibir una empresa y la inversión inicial para poner en marcha el proyecto.

TIR

Es la tasa de descuento, en donde el valor presente es igual a cero.

TMAR o costo de capital

Está relacionado a la inversión Inicial realizada al formar una empresa, sea esta que viene de capital propio, Inversionistas, otras empresas, bancos, o una mezcla de ellos.

Cualquiera sea el caso, cada fuente de inversión tiene en consideración una tasa mínima de ganancia que quiere por el capital que invierte, y justo esta definición es la tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR, las preguntas siempre nacen en conocer cuál es la TMAR que se debería escoger y por lo general la mayoría espera recibir un valor superior a lo que puede ofrecerle un banco si ubica ese capital en una inversión a plazo fijo. No obstante, se debe analizar que el índice de inflación es mayor que la tasa de rendimiento que un banco puede ofrecer por ubicar un dinero en plazo fijo, por lo que el valor mayor sería la base.

2.2. Descripción de la propuesta

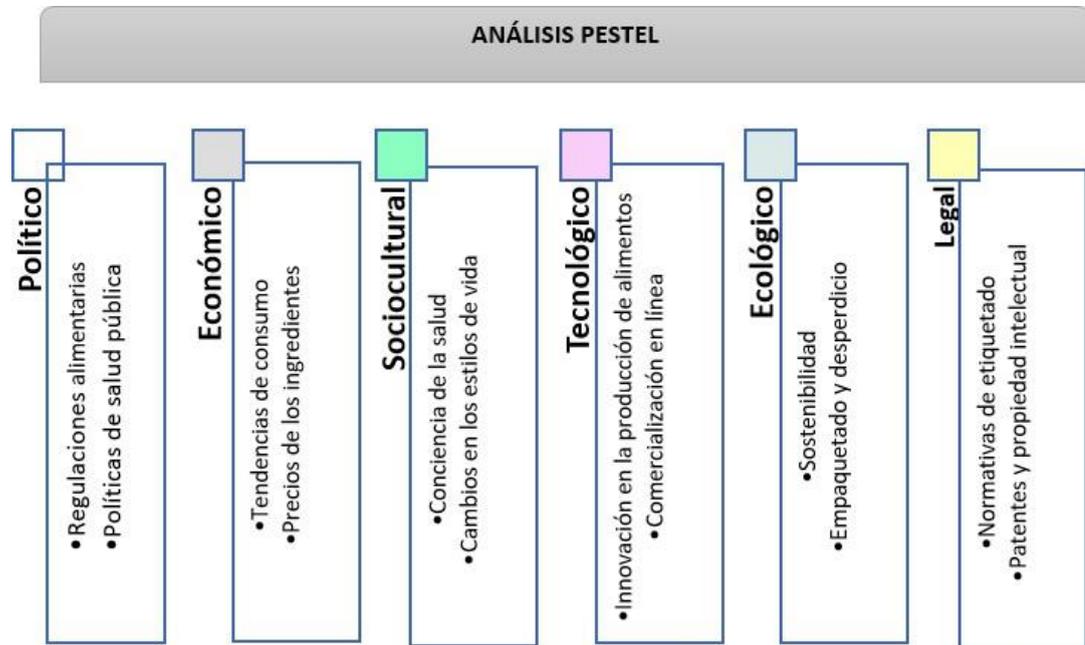
a. Estructura general

Figura 17
Propuesta



b. Explicación del aporte

Figura 18
Análisis PESTEL



Político:

- Las regulaciones alimentarias sobre ingredientes, etiquetado nutricional y publicidad pueden afectar la comercialización de postres saludables.
- Las políticas de salud gubernamentales para promover estilos de vida saludables pueden influir en la demanda de productos de postres saludables.

Económico:

- En tiempos de recesión económica, los consumidores pueden optar por alternativas más económicas en la compra de alimentos, lo que podría influir en la demanda de postres saludables.
- La volatilidad en los precios de los ingredientes puede afectar los costos de producción y, en consecuencia, los precios de los postres saludables.

Sociocultural:

- El creciente interés en la salud y el bienestar puede aumentar la demanda de postres saludables entre los consumidores conscientes de su salud.
- La tendencia hacia estilos de vida más activos y conscientes de la salud puede impulsar la demanda de postres que se perciben como opciones más saludables.

Tecnológico:

- Avances tecnológicos en la producción de alimentos pueden permitir la creación de postres saludables con ingredientes innovadores y procesos de fabricación más eficientes.

- Las plataformas en línea y las redes sociales pueden ser utilizadas para comercializar y promover postres saludables de manera efectiva, llegando a una audiencia más amplia.

Ecológico:

- La preocupación por el medio ambiente puede influir en la preferencia de los consumidores por postres saludables que utilizan ingredientes orgánicos y métodos de producción sostenibles.
- La atención al impacto ambiental del empaque y el desperdicio de alimentos puede afectar la percepción de los consumidores sobre la sostenibilidad de los postres saludables.

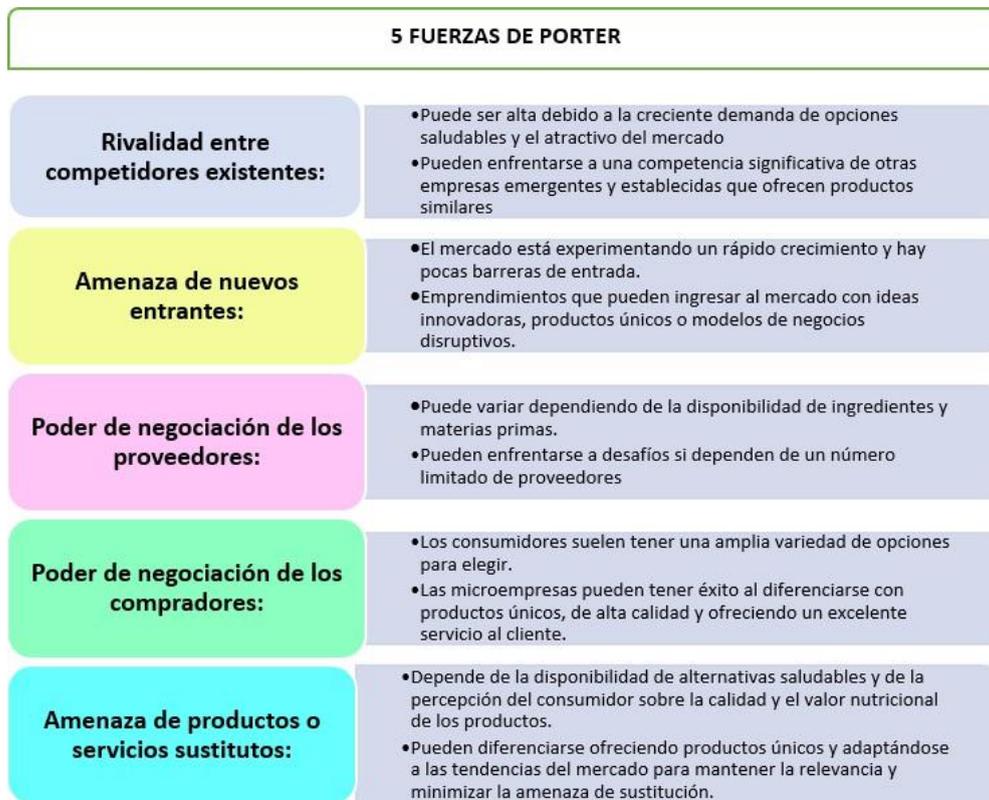
Legal:

- Normativas en cuanto a las regulaciones sobre el etiquetado de alimentos pueden afectar la forma en que los postres saludables son comercializados y presentados al consumidor.
- Patentes y propiedad intelectual puede influir en la innovación y la competencia en el mercado de postres saludables.

Figura 19
Análisis FODA



Figura 20
Las 5 fuerzas de Porter



Rivalidad entre competidores existentes:

- En la industria de postres saludables, la rivalidad entre competidores existentes puede ser alta debido a la creciente demanda de opciones saludables y el atractivo del mercado.
- Las microempresas pueden enfrentarse a una competencia significativa de otras empresas emergentes y establecidas que ofrecen productos similares, lo que puede llevar a una presión sobre los precios y los márgenes de beneficio.

Amenaza de nuevos entrantes:

- La amenaza de nuevos entrantes en la industria de postres saludables puede ser moderada en especial si el mercado está en constante búsqueda de nuevas alternativas saludables.
- Las microempresas pueden enfrentarse a la competencia de nuevos emprendimientos que pueden ingresar al mercado con ideas innovadoras con productos únicos.

Poder de negociación de los proveedores:

- El poder de negociación de los proveedores en la industria de postres saludables puede variar dependiendo de la disponibilidad de ingredientes y materias primas.

- La microempresa puede enfrentarse a desafíos si dependen de un número limitado de proveedores o si los costos de ingredientes clave son altos y están sujetos a cambios inesperados.

Poder de negociación de los compradores:

- El poder de negociación de los compradores en la industria de postres saludables puede ser moderado, ya que los consumidores suelen tener una amplia variedad de opciones para elegir.
- La microempresa puede tener éxito al diferenciarse con productos únicos, de alta calidad y ofreciendo un excelente servicio al cliente para fomentar la lealtad del consumidor y reducir la sensibilidad al precio.

Amenaza de productos o servicios sustitutos:

- La amenaza de productos o servicios sustitutos en la industria de postres saludables puede ser baja a moderada, dependiendo de la disponibilidad de alternativas saludables y de la percepción del consumidor sobre la calidad y el valor nutricional de los productos.
- La microempresa puede diferenciarse ofreciendo productos únicos y adaptándose a las tendencias del mercado para mantener la relevancia y minimizar la amenaza de sustitución.

Estudio Administrativo Organizacional

Visión: Para el 2029, ser la microempresa líder en postres saludables, adquiriendo fuerza en el mercado, a través de la innovación permanente de nuestros productos, gracias a un equipo honesto, responsable y confiable.

Misión: Somos una empresa dedicada a elaboración y comercialización de postres saludables realizados de forma artesanal o casero, de gran calidad con ingredientes 100% naturales, para que su dulzura nos traslade al sabor de casa, con un equipo de trabajo altamente comprometido, para brindar productos de un delicioso sabor, calidad y tradición.

Valores: Los valores que caracterizan a este emprendimiento son: honestidad, puntualidad, responsabilidad y compromiso de servir al cliente.

Logo: Es aquel con el que se va a identificar este emprendimiento denominado “De un mordisco saludable”.

Figura 21
Logotipo



Slogan: El slogan está elaborado de manera clara, precisa y concisa, donde se destaca uno de los valores de la microempresa que es servir, el beneficio que se busca para los clientes es cuidar su salud y dulzura que son todos aquellos productos que oferta la microempresa, todo esto en conjunto resume el servicio y productos de la marca. **“Servir dulzuras que cuida tu salud”**.

Objetivos empresariales

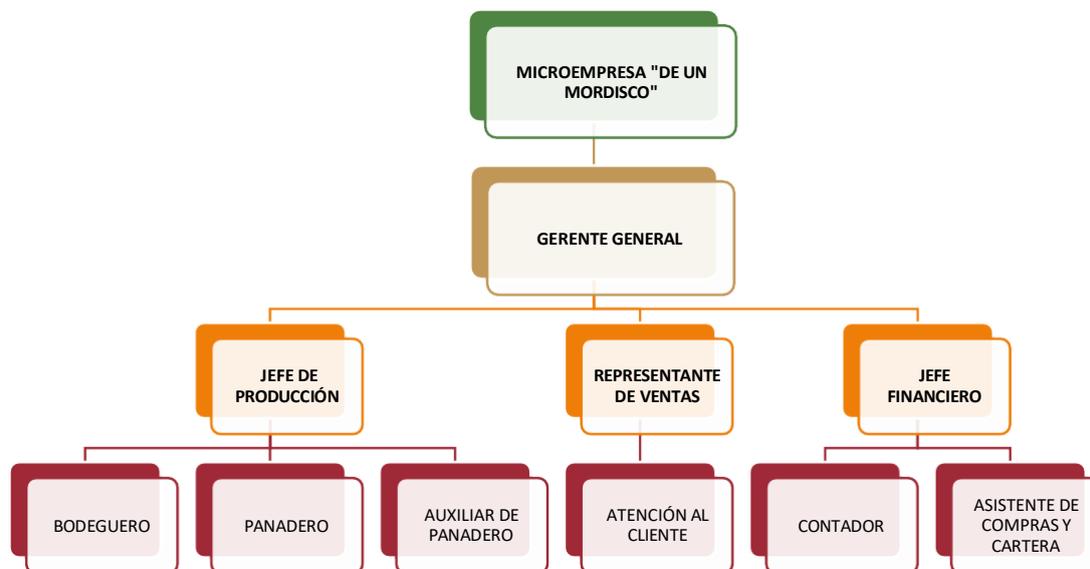
Objetivo General

Ofrecer productos de forma personalizada y que tengan acceso las personas con problemas de salud, con el fin de brindar un buen producto saludable y satisfacer su necesidad en cuanto a la preferencia, comodidad, calidad y sabor.

Objetivos Específicos

- Elaborar estos productos con los ingredientes que cumplan con las especificaciones que requieren nuestros clientes.
- Posicionar los postres saludables, siendo el producto estrella el postre tres leches en el cantón Rumiñahui y visionar a la provincia de Pichincha.
- Vender productos innovadores, ricos y saludables y a un costo asequible.
- Posicionar los postres saludables en el cantón Rumiñahui dejando marcado en la mente de clientes el producto.

Figura 22
Organigrama de la microempresa



Perfiles de puestos

Las fichas de los perfiles de puesto de la microempresa “De un mordisco saludable” se encuentran en el (Anexo 2), mismos que se levantaron de acuerdo a las necesidades específicas de cada área.

Estudio Legal

Constitución de la microempresa

Figura 23
La microempresa será del siguiente tipo:

TIPO DE EMPRESA
Según su forma jurídica: Sociedad por Acciones Simplificadas
Según el tamaño: microempresa
Según su ámbito de acción: Local
Según Titularidad del capital: privada
Según actividad económica: Secundario- producción y servicios

Para constituir la microempresa por Sociedad por Acciones Simplificadas se debe presentar los documentos habilitantes, la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros en su página web, Sección Guías del usuario, sección (Formularios-Sociedades por Acciones Simplificadas) , Buscador. https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/cons_sas.zul, ofrece un formato de acto o contrato constitutivo para SAS y nombramiento, documentos necesarios, con ello se debe presentar para su constitución:

- Solicitud de Constitución de la empresa, que es un oficio simple dirigido a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

- En dos ejemplares originales, el acto o contrato debidamente firmado, aquí dependerá si la constitución se hace con firma electrónica o manuscrita.
- En dos ejemplares originales, Nombramientos de la empresa.
- Copias de los documentos de identificación de los accionistas, representantes legales, y administradores.
- Formulario de la dirección domiciliaria, solo en caso de que durante la reserva no fue ubicada la dirección correcta.
- Se adjunta la Reserva de denominación impresa.
- Entregar toda la información en la entidad a fin de que sea revisado por el departamento de registro de sociedades para verificar la veracidad de esta, en dicha revisión, en caso de encontrar observaciones, se recibirá correos electrónicos, en caso de no existir inconvenientes te generas los documentos habilitantes.
- Capital Mínimo necesario. La sociedad por acciones simplificadas de acuerdo a información de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, no establece un monto mínimo como aporte de capital en sociedad, Es decir, que durante la realización del contrato de constitución se puede indicar que fue creada con un dólar, si así lo desea.

Inscripción. En este caso se realiza lo siguiente:

- En SAS. Se debe inscribir la empresa en el Registro Societario de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros SCVS, sin ningún costo adicional.
- Una vez inscrito y que ha sido aprobado por la SCVS, se debe dirigir al SRI para registrarse y obtener el RUC.
- Posterior a los pasos anteriores se debe registrar a los empleados en el Ministerio de trabajo.
- Ya registrada la empresa y con RUC, el cumplimiento de obligaciones Contables y tributarias es primordial mantenerlas al día.

La Superintendencia de Compañías Valores y Seguros SCVS en su página Web, presenta una Guía de usuario muy detallado, en caso de que el interés del emprendedor sea constituir una compañía SAS. Hoy en día la constitución se puede realizar con firma manuscrita al igual que con firma electrónica, en el segundo caso se debe tomar en cuenta que son pocas las firmas electrónicas reconocidas y autorizadas, por lo que se debe revisar las guías emitidas por entidades oficiales.

Requisitos para obtención del RUC

- Cédula de identidad
- Certificado de votación
- Documentos para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Escritura pública de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro único de contribuyentes

Requisitos para la patente municipal

(para personas jurídicas)

- Copia de cédula de ciudadanía.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Copia del RUC.
- Copia de la escritura de la constitución (en caso de creación).
- Copia de la declaración de impuestos al SRI.
- Informe de uso de suelo (en caso de que aplique).
- Formulario de patente.

Requisito para el permiso de funcionamiento

- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Copia del RUC.
- Copia del informe de uso de suelo.
- Copia del pago de patente año en curso.
- Copia de permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
- Formulario de permiso de funcionamiento.

Requisitos de Agencia Nacional de Regulación, control y vigilancia Sanitaria ARCSA (2023)

- Categorización Otorgada por el MIPRO

- Número de Registro Único de Contribuyentes
- Los valores a pagar para obtener permiso de funcionamiento, para microempresa (código 14.1.9.4), categoría B, de acuerdo a ARCSA (2023) el valor a pagar es USD 0, tanto para elaboración y para 14.5.4 comercialización categoría B, el valor es de USD 40,80.

Requisitos para permiso de Cuerpo de Bomberos

El trámite está vinculado a la LUF tramitada en Municipio del Gobierno de Rumiñahui, sin embargo, es necesario revisar la normativa vigente a fin de ver que requisitos se deben cumplir en los lugares físicos dependiendo el giro de negocio que se va a ejercer, la inspección del Cuerpo de Bomberos es únicamente durante el licenciamiento LUF.

Estudio Marketing

Producto

La cartera de productos que ofrecerá la microempresa “De un mordisco saludable” son los siguientes:

Figura 24

Cartera de productos: Postre tres leches, postre queso de leche, galletas saludables.



Postre tres leches

Postre queso de leche

Galletas saludables

Figura 25

Cartera de productos: cupcakes, torta de zanahoria, helado de guayaba y quinua.

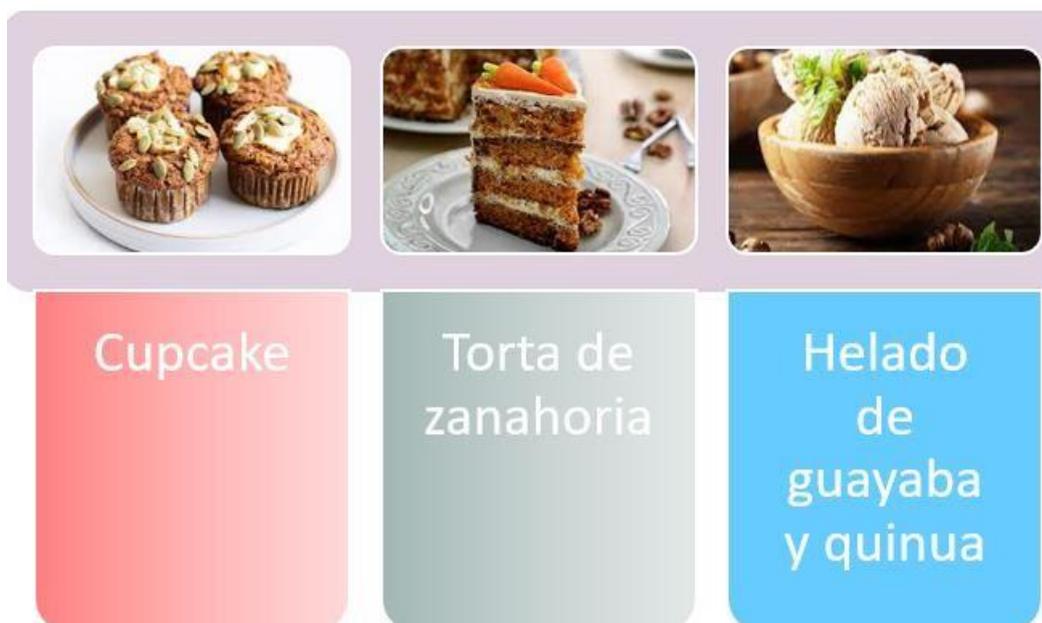


Figura 26

Cartera de productos: donas de quinua, torta de zapallo, torta de quinua.



Los productos que la empresa ofertará serán preparados con productos de origen local, naturales y orgánicos, con bajo contenido en azúcar y grasas saturadas, su presentación será en porción personal y familiar.

El empaquetado será en cajas de cartón que es la preferencia de nuestros potenciales clientes, tal como arrojó el resultado de la encuesta aplicada.

Plaza

Macro-localización

La microempresa “De un mordisco saludable” considera la instalación de su local en el Ecuador, en la Provincia de Pichincha en el Cantón Rumiñahui.

Figura 27
Ubicación Geográfica



Debido al importante número de casos de personas diabéticas en este cantón, se ha visto oportuno encontrar la ubicación de la microempresa.

Micro- localización

Determinación de la ubicación óptima:

A fin de determinar la mejor ubicación, el proyecto aplicará los siguientes factores que influyen en la ubicación del mismo:

Factores de ubicación

Tabla 1
Factores de ubicación

Factores	Puntaje 1-20
Abastecimiento de servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet)	20
Facilidad de vías de acceso	19
Existencia de locales comerciales y de arriendo	18
Disponibilidad de transporte	19
Barrio seguro	18
Mano de obra	15
Iluminación	17
Disponibilidad de cuarto frío	16
Proximidad a la materia prima	18

Proximidad a los mercados	16
Lugar de estacionamiento	17

Los factores que se muestran en la siguiente tabla son los criterios de directivos, los cuales tienen más incidencia en la localización a evaluar.

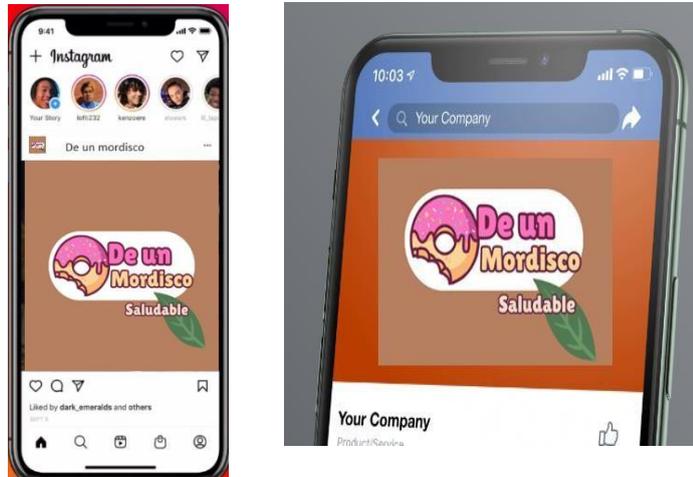
Tabla 2
Criterios de los directivos

Factores	Puntaje 1-20	Posibles localizaciones 0-5									
		San Sebastián (monumento Rumiñahui)		San Pedro de Taboada		Selva Alegre		Fajardo		San Rafael	
Abastecimiento de servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet)	20	5	100	5	100	5	100	5	100	5	100
Facilidad de vías de acceso	19	5	95	4	76	4	76	4	76	5	95
Existencia de locales comerciales y de arriendo	18	4	72	3	54	3	54	3	54	3	54
Disponibilidad de transporte	19	5	95	4	76	4	76	4	76	5	95
Barrio seguro	18	4	72	4	72	4	72	4	72	4	72
Mano de obra	15	5	75	4	60	4	60	4	60	4	60
Iluminación	17	5	85	5	85	4	68	4	68	5	85
Disponibilidad de cuarto frío	16	4	64	3	48	4	64	3	48	4	64
Proximidad a la materia prima	18	5	90	4	72	4	72	4	72	4	72
Proximidad a los mercados	16	5	80	5	80	3	48	3	48	5	80
Lugar de estacionamiento	17	4	68	3	51	3	51	3	51	4	68
Total puntaje calificación		896		774		741		725		845	

Una vez aplicado el método de Factores ponderados, se ha determinado que nuestro local estará en la zona céntrica de la ciudad de Sangolquí, debido al grado de alta concurrencia de personas y a la cercanía a varios locales comerciales y servicios de diferentes tipos.

El local se ubicará en las calles Abdón Calderón e Inés Gangotena.

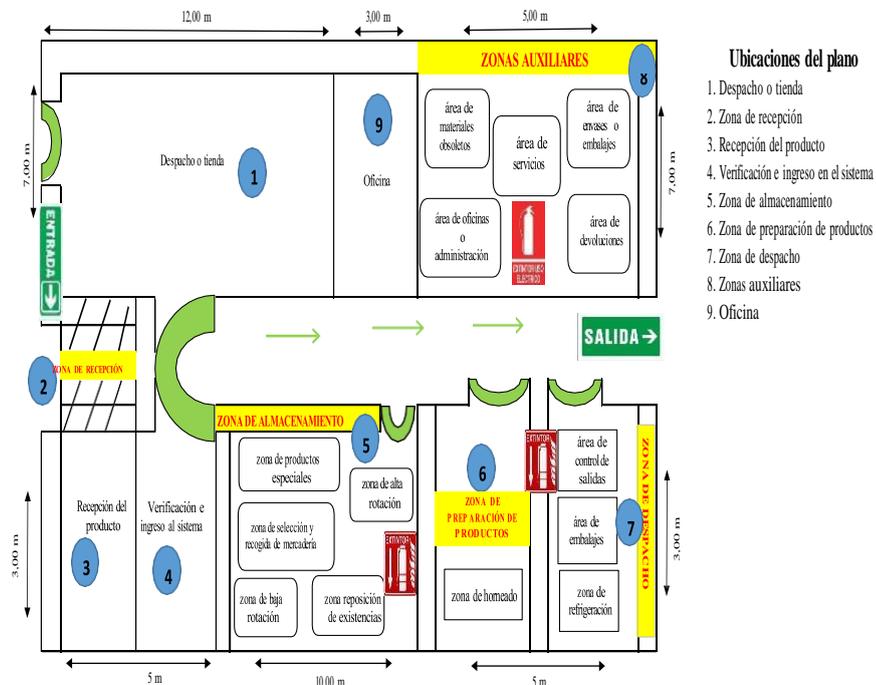
Figura 29
Promoción por las redes sociales Facebook e Instagram.



En cuanto a la publicidad de nuestros productos se realizarán por canales de redes sociales en especial, Facebook e Instagram de acuerdo a las preferencias de las personas encuestadas. Adicional, se ha considerado utilizar material POP y el diseño de una página web.

Estudio de Producción

Figura 30
Layout de la empresa.



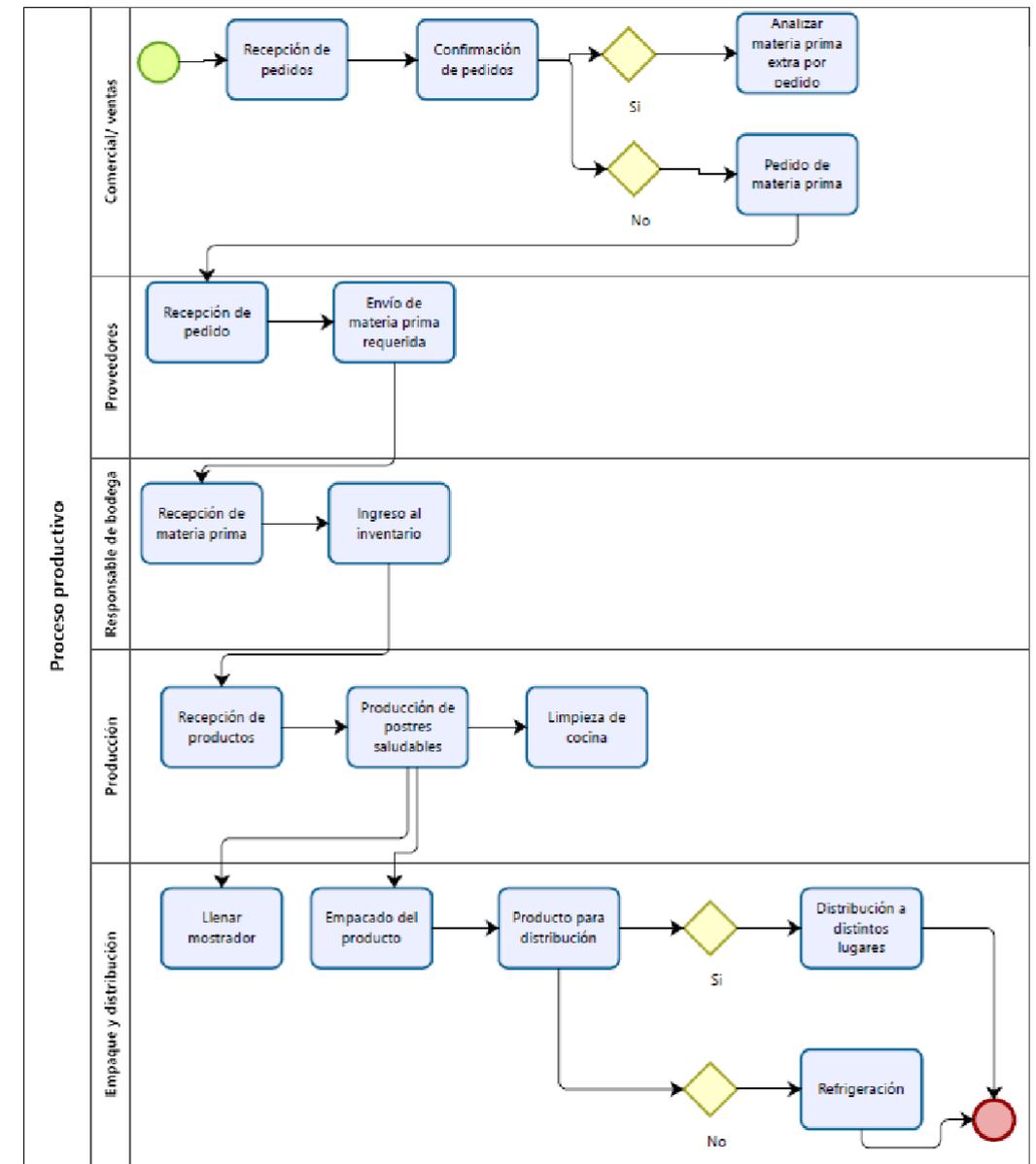
Es importante mencionar que por los productos que esta microempresa ofertará se requiere de zonas de almacenamiento, refrigeración y preparación como se puede observar en la figura antes presentada.

Figura 31
 Mapa de procesos de la microempresa De un mordisco saludable.



En cuanto al mapa de procesos es de suma importancia los procesos misionales que parten desde la obtención de la materia prima, la producción, el empaque y almacenamiento, posteriormente las operaciones logísticas y con el cierre de las ventas. No obstante, sin dejar de restar importancia a los procesos de dirección y apoyo para que la microempresa funcione de la mejor manera y obtenga los resultados planteados.

Figura 32
Proceso productivo de la microempresa.



Estudio Económico-financiero

Para levantar este estudio se han considerado establecer varios cálculos que se detallan en las siguientes tablas:

Tabla 3

Resultados general de la encuesta para establecer la proyección de ventas mensual

POBLACIÓN CANTÓN	50040	Personas
TAMAÑO DE MUESTRA	357,01	Personas
PERSONAS QUE CONSUMEN POSTRES		
		MUESTRA
		POBLACIÓN
SI	42,70%	152
NO	57,30%	205
COMPETIDORES		
DESCRIPCIÓN	%	
Sweet&Coffee	18,10%	
Juan Valvez		
Fontana		
Ninguno	70,90%	
		La demanda considerada es el 42.7% de gente que si consume postres y que son el 70.9% que no consume en mi competencia es 15149 personas
CON QUE FRECUENCIA CONSUMES		
Semanal	23,60%	
Mensual	65,70%	
		La mayor demanda está con frecuencia mensual, semanal

Análisis

Por lo tanto, el presupuesto estimado de ventas esta realizado para cubrir la demanda de 15149 porciones mensuales, considerando que cada persona consume una porción.

La encuesta muestra que la aceptación de nuestro portafolio sería la siguiente, para la cual, hemos separado las porciones abajo indicadas.

Tabla 4

Proyección de cantidad de unidades producidas mensuales y anuales

PRODUCTO	% DE PARTICIPACION	PORCIONES MENSUALES	PORCIONES ANUALES
3 Leches saludable	27,15%	4113	49361
Pastel de Zanahoria	18,87%	2859	34312
Queso de Leche	10,60%	1605	19263
Galletas saludables	11,26%	1706	20467
Cupcake	11,26%	1706	20467
Helado de guayaba y quir	17,22%	2608	31302
Donas de yogurt y avena	1,21%	184	2207
Torta de zapallo	1,21%	184	2207
Torta de quinua	1,21%	184	2207
		15149	181791

Es decir, el pronóstico de ventas se define para 181.791 porciones al año.

Tabla 5
Cantidad proyectada a vender anualmente (porciones)

CANTIDAD PROYECTADA A VENDER ANUALMENTE (PORCIONES)	181791	PERSONAL	FAMILIAR	Personas	Porciones
	% DE PARTICIPACION	CMPDu	CMPDu		
3 Leches saludable	27%	\$ 3,73	\$ 22,39	49361	\$ 184.207,22
Pastel de Zanahoria	19%	\$ 2,91	\$ 17,45	34312	\$ 99.790,62
Queso de Leche	11%	\$ 1,67	\$ 13,32	19263	\$ 32.080,47
Galletas saludables	11%	\$ 0,18	\$ 2,10	20467	\$ 3.581,65
Cupcake	11%	\$ 0,51	\$ 6,12	20467	\$ 10.439,03
Helado de guayaba y quinua	17%	\$ 1,61	\$ 9,68	31302	\$ 50.513,25
Donas de yogurt y avena	1%	\$ 1,65	\$ 13,18	2207	\$ 3.635,46
Torta de zapallo	1%	\$ 2,91	\$ 17,45	2207	\$ 6.419,28
Torta de quinua	1%	\$ 2,83	\$ 16,95	2207	\$ 6.235,35
					\$ 396.902,34

Tabla 6
Materia prima- postre 3 leches

3 LECHES SALUDABLE	6	PORCIONES		
Detalle	Cantidad	Peso	Precio Unitario MP	Valor Total
Leche de almendra	0.125	LT	\$ 3.83	\$ 0.48
Esencia de vainilla	30	ML	\$ 0.01	\$ 0.30
Stevia preparado especial	70	gr	\$ 0.08	\$ 5.60
Yogurt natural	0.75	LT	\$ 0.01	\$ 0.01
Limón	0.5	U	\$ 0.01	\$ 0.01
Harina integral o de trigo	150	GR	\$ 0.01	\$ 1.50
Canela en polvo	17	GR	\$ 0.03	\$ 0.51
Polvo de hornear	10	GR	\$ 0.01	\$ 0.10
Huevos	3	U	\$ 0.16	\$ 0.48
Requesón	475	GR	\$ 0.01	\$ 4.75
Fresas	6	U	\$ 0.03	\$ 0.18
Kiwi	0	RODAJA	\$ 0.21	\$ -
Durazno	0	RODAJA	\$ 0.01	\$ -
almendras	424	gr	\$ 0.02	\$ 8.48
			COSTO TORTA	\$ 22.39
			COSTO PORCION	\$ 3.73

Tabla 7
Materia prima- queso de leche

QUESO DE LECHE	8	PORCIONES		
Detalle	Cantidad	Peso	Precio Unitario MP	Valor Total
Huevos	8	U	\$ 0.16	\$ 1.28
Leche entera	0.48	LT	\$ 0.94	\$ 0.45
Esencia de vainilla	45	ML	\$ 0.01	\$ 0.45
Leche condensada	794	GR	\$ 0.01	\$ 7.94
Ron	0.015	LT	\$ 5.94	\$ 0.09
Azucar -caramelo	300	GR	\$ 0.01	\$ 3.00
Agua-caramelo	0.24	LT	\$ 0.10	\$ 0.02
Ron	0.015	LT	\$ 5.94	\$ 0.09
			COSTO TORTA	\$ 13.32
			COSTO PORCIÓN	\$ 1.67

Tabla 8
Materia prima- torta de zanahoria

TORTA DE ZANAHORIA	6	PORCIONES		
Detalle	Cantidad	Peso	Precio Unitario MP	Valor Total
Harina de trigo	250	GR	\$ 0.01	\$ 2.50
Polvo de hornear	1.82	GR	\$ 0.01	\$ 0.02
Canela en polvo	2.8	GR	\$ 0.03	\$ 0.08
Sal	10.8	GR	\$ 0.01	\$ 0.11
Zanahoria rallada	750	GR	\$ 0.01	\$ 7.50
Azúcar morena	200	GR	\$ 0.01	\$ 2.00
Aceite vegetal	175	ML	\$ 0.01	\$ 1.75
Huevos	3	U	\$ 0.16	\$ 0.48
Esencia de vainilla	11	ML	\$ 0.01	\$ 0.11
Nueces picadas	100	GR	\$ 0.01	\$ 1.00
Pasas	100	GR	\$ 0.01	\$ 1.00
Mantequilla	90	GR	\$ 0.01	\$ 0.90
COSTO TORTA				\$ 17.45
COSTO PORCIÓN				\$ 2.91

Tabla 9
Materia prima- galletas saludables

GALLETAS DE AVENA, PLÁTANO Y CANELA	12	UNIDADES		
DETALLE	CANTIDAD	PESO	PRECIO UNITARIO MP	VALOR TOTAL
Platanos	2	U	\$ 0,07	\$ 0,14
Avena extra fina integral	60	GR	\$ 0,01	\$ 0,60
Canela en Polvo	3	GR	\$ 0,03	\$ 0,09
Chispas Chocolate negro	127	GR	\$ 0,01	\$ 1,27
COSTO 12 U				\$ 2,10
COSTO GALLETA				\$ 0,18

Tabla 10
Materia prima- cupcakes

CUPCAKES MUFFIN INTEGRAL PLATANO Y CHOCOLATE NEGRO	12	CUPCAKES		
DETALLE	CANTIDAD	PESO	PRECIO UNITARIO MP	VALOR TOTAL
Harina de trigo integral sin gluten	288,75	GR	\$ 0,01	\$ 2,89
Miel	50	GR	\$ 0,01	\$ 0,50
Bicarbonato	3,04	GR	\$ 0,01	\$ 0,03
Canela en Polvo	3	GR	\$ 0,03	\$ 0,09
Chispas Chocolate negro	127	GR	\$ 0,01	\$ 1,27
Platanos	2	U	\$ 0,07	\$ 0,14
Huevos Grandes	2	U	\$ 0,16	\$ 0,32
Leche de almendras sin azucar	0,188	LT	\$ 3,83	\$ 0,72
Extracto de Vainilla	8,8	ML	\$ 0,01	\$ 0,09
Aceite Girasol	0,03	LT	\$ 2,49	\$ 0,07
COSTO 12 U				\$ 6,12
COSTO CUPCAKE				\$ 0,51

Tabla 11
Materia prima- donas saludables

DONAS SALUDABLES	8	DONAS		
Detalle	Cantidad	Peso	Precio Unitario MP	Valor Total
Huevo	1	U	\$ 0,16	\$ 0,16
stevia	15	ML	\$ 0,08	\$ 1,20
Pure de Calabaza	63	GR	\$ 0,02	\$ 1,26
Polvo de Hornear	3	GR	\$ 0,01	\$ 0,03
Cacao Amargo	32	GR	\$ 0,01	\$ 0,32
Leche en Polvo	33	GR	\$ 0,01	\$ 0,33
Avena extra fina integral	81,5	GR	\$ 0,01	\$ 0,82
Leche descremada	0,0625	LT	\$ 0,99	\$ 0,06
Chocolate Negro	300	GR	\$ 0,03	\$ 9,00
COSTO 8 U				\$ 13,18
COSTO UNIDAD				\$ 1,65

Tabla 12*Materia prima- helado de guayaba y quinua*

HELADO DE GUAYABA Y QUINUA 250 GR	6	CONOS		
Detalle	Cantidad	Peso	Precio Unitario MP	Valor Total
Quinua Cocida	233	GR	\$ 0,01	\$ 2,33
Leche de almendras	0,75	LT	\$ 3,83	\$ 2,87
Azucar o stevia	40	GR	\$ 0,08	\$ 3,20
Guayabas	7	U	\$ 0,17	\$ 1,19
Canela en Polvo	3	GR	\$ 0,03	\$ 0,09
			COSTO 250gr	\$ 9,68
			COSTO 1 CONO	\$ 1,61

Tabla 13*Materia prima- torta de zapallo*

TORTA DE ZAPALLO	6	PORCIONES		
DETALLE	CANTIDAD	PESO	PRECIO UNITARIO MP	VALOR TOTAL
Harina de trigo	250	GR	\$ 0,01	\$ 2,50
Polvo de hornear	1,82	GR	\$ 0,01	\$ 0,02
Canela en polvo	2,8	GR	\$ 0,03	\$ 0,08
Sal	10,8	GR	\$ 0,01	\$ 0,11
zapallo	750	GR	\$ 0,01	\$ 7,50
Azúcar morena	200	GR	\$ 0,01	\$ 2,00
Aceite vegetal	175	ML	\$ 0,01	\$ 1,75
Huevos	3	U	\$ 0,16	\$ 0,48
Esencia de vainilla	11	ML	\$ 0,01	\$ 0,11
Nueces picadas	100	GR	\$ 0,01	\$ 1,00
Pasas	100	GR	\$ 0,01	\$ 1,00
Mantequilla	90	GR	\$ 0,01	\$ 0,90
			COSTO TORTA	\$ 17,45
			COSTO PORCIÓN	\$ 2,91

Tabla 14*Materia prima- torta de quinua*

TORTA DE QUINUA	6	PERSONAS		
Detalle	Cantidad	Peso	Precio Unitario MP	Valor Total
Harina de trigo	250	GR	0,01	\$ 2,50
Polvo de hornear	1,82	GR	0,01	\$ 0,02
Canela en polvo	2,8	GR	0,03	\$ 0,08
Sal	10,8	GR	0,01	\$ 0,11
Quinua	700	gr	0,01	\$ 7,00
Azúcar morena	200	GR	0,01	\$ 2,00
Aceite vegetal	175	ML	0,01	\$ 1,75
Huevos	3	U	0,16	\$ 0,48
Esencia de vainilla	11	ML	0,01	\$ 0,11
Nueces picadas	100	GR	0,01	\$ 1,00
Pasas	100	GR	0,01	\$ 1,00
Mantequilla	90	GR	0,01	\$ 0,90
			COSTO TORTA	\$ 16,95
			COSTO PORCIÓN	\$ 2,83

Tabla 15*Mano de obra directa*

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA								
DESCRIPCIÓN	SUELDO	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	AP. PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Pastelero	\$ 500,00	\$ 50,00	\$ 41,67	\$ 41,65	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 709,90	\$ 8.518,80
Auxiliar de Panadero	\$ 450,00	\$ 38,33	\$ 37,50	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 50,18	\$ 632,25	\$ 7.587,04
Bodeguero	\$ 450,00	\$ 38,33	\$ 37,50	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 50,18	\$ 632,25	\$ 7.587,04
							TOTAL	\$ 23.692,88

Tabla 16
Resumen costos indirectos de fabricación

PRESUPUESTO COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
DETALLE	VALOR TOTAL
Presupuesto Materia Prima Indirecta	\$ 73.051,31
Presupuesto Mano de Obra Indirecta	\$ 26.878,68
Suministros de Seguridad-Area Producción	\$ 130,00
Suministros de Limpieza-Area Producción	\$ 174,75
TOTAL	\$ 100.234,74

Tabla 17
Costos indirectos de fabricación- materia prima indirecta

PRESUPUESTO MATERIA PRIMA INDIRECTA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (U)	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cajas de cartón pequeñas	72716	\$ 0,10	\$7.271,64
Cajas de cartón tamaño familiar	54537	\$ 0,25	\$13.634,33
Empaque primario	39994	\$ 0,03	\$1.199,82
Cucharas	181791	\$ 0,03	\$5.453,73
Servilletas	80	\$ 0,55	\$44,00
Tarrinas	54537	\$ 0,50	\$27.268,67
Fundas de alar	181791	\$ 0,10	\$18.179,11
		TOTAL	\$ 73.051,31

Tabla 18
Costos indirectos de fabricación- mano de obra indirecta

PRESUPUESTO MANO DE OBRA INDIRECTA								
DESCRIPCION	SUELDO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	AP. PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Jefe de producción	\$ 650,00	\$ 38,33	\$ 54,17	\$ 54,15	\$ 27,08	\$ 72,48	\$ 896,21	\$ 10.754,56
Atención al cliente	\$ 460,00	\$ 38,33	\$ 38,33	\$ 38,32	\$ 19,17	\$ 51,29	\$ 645,44	\$ 7.745,32
Representante de vent	\$ 500,00	\$ 38,33	\$ 41,67	\$ 41,65	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 698,23	\$ 8.378,80
							C.I.F	\$ 26.878,68

Tabla 19
Costos indirectos de fabricación- suministros de seguridad

SUMINISTROS DE SEGURIDAD-AREA DE PRODUCCION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Extintores-Producción	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Botiquines	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Señalética	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Lamparas de emergenc	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Detector de incendio	2	\$ 20,00	\$ 40,00
		TOTAL	\$ 130,00

Tabla 20
Resumen maquinaria y equipos

MAQUINARIA Y EQUIPOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 11.595,00
UTENSILIOS DE COCINA	\$ 561,05
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 600,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.310,00
TOTAL GENERAL	\$ 14.066,05

Tabla 21
Maquinaria y equipos

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Congelador Mixto industrial	1	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00
Mostrador refrigerador zona atención al cliente	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Caja registradora	1	\$ 240,00	\$ 240,00
Horno industrial	1	\$ 7.700,00	\$ 7.700,00
Batidora industrial	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Cocina Semi Industrial 4 quemadores	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Balanza	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Licuadaora	1	\$ 135,00	\$ 135,00
microondas	1	\$ 120,00	\$ 120,00
TOTAL			\$ 11.595,00

Tabla 22
Utensilios de cocina

UTENSILIOS DE COCINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Tazones	5	\$ 15,00	\$ 75,00
Moldes	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Bowls	3	\$ 6,80	\$ 20,40
Brochas alta temp.	5	\$ 16,00	\$ 80,00
Cucharones	10	\$ 10,00	\$ 100,00
Cuchillos	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Espátulas	3	\$ 7,65	\$ 22,95
Moldes	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Guantes Algodón	2	\$ 4,50	\$ 9,00
Jarras	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Ollas de Acero Inoxidable	4	\$ 15,00	\$ 60,00
Juego de Cucharas	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Copa de Helado	10	\$ 0,97	\$ 9,70
Set para hornear	5	\$ 7,00	\$ 35,00
TOTAL			\$561,05

Tabla 23
Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de computación	1	\$ 490,00	\$ 490,00
Impresora/Copiadora	1	\$ 110,00	\$ 110,00
TOTAL			\$ 600,00

Tabla 24
Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesa de computo	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Mesas acero inoxidable	2	\$ 350,00	\$ 700,00
Sillas	6	\$ 15,00	\$ 90,00
Vitrinas (ventas)	5	\$ 100,00	\$ 500,00
TOTAL			\$ 1.310,00
TOTAL GENERAL			\$ 14.066,05

Tabla 25
Presupuesto de producción por unidad producida

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD PRODUCIDA							
PRODUCTO	% DE PARTICIPACION VENTA	CANTIDAD	MPDu	MODu	CIFu	Cpu	CPTOTAL
3 Leches saludable	27%	49361	\$ 3.73	\$ 0.13	\$ 0.55	\$ 4.41	\$217,856.44
Pastel de Zanahoria	19%	34312	\$ 2.91	\$ 0.13	\$ 0.55	\$ 3.59	\$123,180.93
Queso de Leche	11%	19263	\$ 1.67	\$ 0.13	\$ 0.55	\$ 2.35	\$ 45,211.88
Galletas saludables	11%	20467	\$ 0.18	\$ 0.13	\$ 0.55	\$ 0.86	\$ 17,533.76
Cupcake	11%	20467	\$ 0.51	\$ 0.13	\$ 0.55	\$ 1.19	\$ 24,391.15
Helado de guayaba y quinua	17%	31302	\$ 1.61	\$ 0.13	\$ 0.55	\$ 2.30	\$ 71,851.78
Donas de yogurt y avena	1%	2207	\$ 1.65	\$ 0.13	\$ 0.55	\$ 2.33	\$ 5,140.10
Torta de zapallo	1%	2207	\$ 2.91	\$ 0.13	\$ 0.55	\$ 3.59	\$ 7,923.92
Torta de quinua	1%	2207	\$ 2.83	\$ 0.13	\$ 0.55	\$ 3.51	\$ 7,739.99
TOTAL						\$ 24.12	\$520,829.96

Tabla 26
Presupuesto de ingresos por unidad vendida

PRESUPUESTO DE INGRESOS POR UNIDAD VENDIDA					
PRODUCTO	CANTIDAD VENDIDA	CPU	MARGEN DE GANANCIA	PV	PV TOTAL
3 Leches saludable	49361	\$ 4,41	36%	\$ 6,00	\$ 296.163,01
Pastel de Zanahoria	34312	\$ 3,59	11%	\$ 4,00	\$ 137.246,27
Queso de Leche	19263	\$ 2,35	49%	\$ 3,50	\$ 67.419,22
Galletas saludables	20467	\$ 0,86	17%	\$ 1,00	\$ 20.466,55
Cupcake	20467	\$ 1,19	26%	\$ 1,50	\$ 30.699,82
Helado de guayaba y quinua	31302	\$ 2,30	18%	\$ 2,70	\$ 84.514,81
Donas de yogurt y avena	2207	\$ 2,33	16%	\$ 2,70	\$ 5.959,38
Torta de zapallo	2207	\$ 3,59	11%	\$ 4,00	\$ 8.828,71
Torta de quinua	2207	\$ 3,51	14%	\$ 4,00	\$ 8.828,71
TOTAL				\$ 29,40	\$ 660.126,48

Tabla 27

Presupuesto de gastos- depreciación, mantenimiento de maquinaria y equipos

DEPRECIACIÓN, MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPOS					
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACION	Mantenimiento 10% Valor Activo
Congelador Mixto industrial	1	\$ 1,700.00	\$ 1,700.00	\$ 153.00	\$ 170.00
Mostrador refrigerador zona atencion al cliente	1	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 54.00	\$ 60.00
Caja registradora	1	\$ 240.00	\$ 240.00	\$ 21.60	\$ 24.00
Horno industrial	1	\$ 7,700.00	\$ 7,700.00	\$ 693.00	\$ 770.00
Batidora industrial	1	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 45.00	\$ 50.00
Cocina Semi Industrial 4 quemadores	1	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 45.00	\$ 50.00
Balanza	1	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 9.00	\$ 10.00
Licuadaora	1	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 12.15	\$ 13.50
microondas	1	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 10.80	\$ 12.00
Equipo de computación	1	\$ 490.00	\$ 490.00	\$ 44.10	\$ 49.00
Impresora/Copiadora	1	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 9.90	\$ 11.00
Mesa de computo	1	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 1.80	\$ 2.00
Mesas acero inoxidable	2	\$ 350.00	\$ 700.00	\$ 63.00	\$ 70.00
Sillas	6	\$ 15.00	\$ 90.00	\$ 8.10	\$ 9.00
Vitrinas (ventas)	5	\$ 100.00	\$ 500.00	\$ 45.00	\$ 50.00
TOTAL			\$13,505.00	\$ 1,215.45	\$ 1,350.50

Tabla 28

Presupuesto de gastos- sueldos y beneficios del personal

SALARIOS Y BENEFICIOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO:								
DESCRIPCIÓN	SUELDO	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	AP. PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente General	\$ 1,200.00	\$ 38,33	\$ 100,00	\$ 99,96	\$ 50,00	\$ 133,80	\$ 1,622,09	\$ 19,465,12
Jefe Administrativo/ Financiero	\$ 650,00	\$ 38,33	\$ 54,17	\$ 54,15	\$ 27,08	\$ 72,48	\$ 896,21	\$ 10,754,56
Contador	\$ 600,00	\$ 38,33	\$ 50,00	\$ 49,98	\$ 25,00	\$ 66,90	\$ 830,21	\$ 9,962,56
Asistente de compras y cartera	\$ 460,00	\$ 38,33	\$ 38,33	\$ 38,32	\$ 19,17	\$ 51,29	\$ 645,44	\$ 7,745,32
TOTAL								\$ 47,927,56

Tabla 29

Presupuesto de gastos depreciación utensilios

DEPRECIACIÓN UTENSILIOS DE COCINA				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN
Tazones	5	\$ 15,00	\$ 75,00	\$ 22,50
Moldes	5	\$ 10,00	\$ 50,00	\$ 15,00
Bowls	3	\$ 6,80	\$ 20,40	\$ 6,12
Brochas alta temp.	5	\$ 16,00	\$ 80,00	\$ 24,00
Cucharones	10	\$ 10,00	\$ 100,00	\$ 30,00
Cuchillos	1	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 1,20
Espátulas	3	\$ 7,65	\$ 22,95	\$ 6,88
Moldes	5	\$ 10,00	\$ 50,00	\$ 15,00
Guantes Algodón	2	\$ 4,50	\$ 9,00	\$ 2,70
Jarras	4	\$ 5,00	\$ 20,00	\$ 6,00
Ollas de Acero Inoxidable	4	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ 18,00
Juego de Cucharas	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 7,50
Copa de Helado	10	\$ 0,97	\$ 9,70	\$ 2,91
Set para hornear	5	\$ 7,00	\$ 35,00	\$ 10,50
TOTAL			\$ 561,05	\$ 168,31

Tabla 30
Presupuesto de gastos- alquiler o arrendamiento de oficinas

ALQUILER O ARRENDAMIENTO DE OFICINAS:		
DESCRIPCIÓN	USD/MES	TOTAL ANUAL
Arrendamiento	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Garantía		\$ 800,00
TOTAL		\$ 5.600,00

Tabla 31
Presupuesto de gastos- suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Resmas de papel bon	6	\$ 3,70	\$ 22,20
Calculadora	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Cajas de esferos	2	\$ 5,50	\$ 11,00
TOTAL			\$ 48,20

Tabla 32
Presupuesto de gastos- servicio públicos y comunicaciones

SERVICIOS PÚBLICOS Y COMUNICACIONES		
DESCRIPCIÓN	USD/MES	TOTAL ANUAL
Luz, consumo gas	\$ 1.125,90	\$ 13.510,78
Agua-Areas administrativas	\$ 30,00	\$ 360,00
Teléfono Convencional	\$ 25,00	\$ 300,00
Plan celular 5 líneas, plan usd10	\$ 50,00	\$ 600,00
Internet	\$ 25,00	\$ 300,00
TOTAL		\$ 15.070,78

Tabla 33
Presupuesto de gastos- legales

PRESUPUESTO DE ACTIVOS DIFERIDOS (Gastos Legales y Contables)				
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AMORTIZACION
Registro de la etiqueta	1	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 40,00
Registro sanitario	1	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 40,00
Patente	1	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 40,00
Permiso de funcionamiento	1	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 16,00
TOTAL			\$ 680,00	\$ 136,00

Tabla 34
Presupuesto de gastos- publicidad y promoción Institucional

DETALLE	PUBLICIDAD Y PROMOCION EMPRESARIAL												TOTAL	
	AÑO 0	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV		DEC
Creación Imagen Corporativa	\$ 750,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 750,00
Publicidad en Facebook e Instagram		\$ 80,00	\$ 160,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 160,00	\$ 1.280,00
Material POP		\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Degustaciones		\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 500,00
Obs: Fechas Promocionales		Amor y la Amistad				Día Madre	Día Padre						Navidad	
													ADICIONAL EN 1ER AÑO	\$ 750,00
													TOTAL ANUA	\$ 2.830,00

Tabla 35
Resumen presupuesto de gastos

RESUMEN PRESUPUESTO DE GASTOS	AÑO 1	SIGUIENTES AÑOS
Gastos de administración	\$ 70.710,30	\$ 69.741,99
Gastos de ventas (publicidad)	\$ 3.580,00	\$ 2.830,00
Presupuesto Activos fijos	\$ 13.505,00	\$ -
Presupuesto activos diferidos	\$ 680,00	\$ 680,00
Presupuesto de inversión de capital de tra	\$ 520.829,96	\$ 520.829,96
Materia prima directa	\$ 396.902,34	\$ 396.902,34
Mano de obra indirecta	\$ 23.692,88	\$ 23.692,88
Costos indirectos de fabricación	\$ 100.234,74	\$ 100.234,74

Tabla 36
Presupuesto de inversión

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN		
DESCRIPCIÓN	MONTO	%
Inversión Activos Fijos	\$ 13.505,00	2,52%
Inversión Activos Diferidos	\$ 680,00	0,13%
Inversion Capital de Trabajo	\$520.829,96	97,35%
TOTAL	\$535.014,96	100,00%

Tabla 37
Tabla de amortización- método francés

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	\$ 520.829,96
VALOR DE PRÉSTAMO	\$ 100.000,00

MONTO:	\$ 100.000,00
TASA ANUAL:	11,61%
TASA MENSUAL:	0,97%
PERIODOS:	5
CUOTAS	\$ 27.473,45

TABLA DE AMORTIZACIÓN-MÉTODO FRANCÉS				
PERIODO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
0	\$ 137.367,26			\$ 100.000,00
1	\$ 27.473,45	\$ 11.610,00	\$ 15.863,45	\$ 84.136,55
2	\$ 27.473,45	\$ 9.768,25	\$ 17.705,20	\$ 66.431,35
3	\$ 27.473,45	\$ 7.712,68	\$ 19.760,77	\$ 46.670,58
4	\$ 27.473,45	\$ 5.418,45	\$ 22.055,00	\$ 24.615,58
5	\$ 27.473,45	\$ 2.857,87	\$ 24.615,58	\$ -

Nota. - La tasa anual activa es tomada luego de revisar la página del Banco Central a febrero 2024, aplicable a Crédito Productivo PYME.

Tabla 38
Presupuesto de capital de trabajo

PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCION	MONTO
Materia prima directa	\$ 396.902,34
Mano de obra directa	\$ 23.692,88
Costos indirectos de fabricación	\$ 100.234,74
Total	\$ 520.829,96

Tabla 39
Presupuesto ingresos en efectivo anuales

PRESUPUESTO INGRESOS EN EFECTIVO														
DESCRIPCION	EVENTOS MENSUALES	Día Padre												TOTAL
		Amor y la Amistad			Día Madre			Día Niño			Navidad			
% DE PARTICIPACION	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DEC	100%	
	5%	15%	5%	5%	15%	15%	5%	5%	5%	5%	5%	15%	100%	
	\$ 33.006,32	\$ 99.018,97	\$ 33.006,32	\$ 33.006,32	\$ 99.018,97	\$ 99.018,97	\$ 33.006,32	\$ 33.006,32	\$ 33.006,32	\$ 33.006,32	\$ 33.006,32	\$ 99.018,97	\$ 660.126,48	
Efectivo 75%	\$ 24.754,74	\$ 74.264,23	\$ 24.754,74	\$ 24.754,74	\$ 74.264,23	\$ 74.264,23	\$ 24.754,74	\$ 24.754,74	\$ 24.754,74	\$ 24.754,74	\$ 24.754,74	\$ 74.264,23	\$ 495.095,61	
30 días 25%	\$ 8.251,58	\$ 24.754,74	\$ 8.251,58	\$ 8.251,58	\$ 24.754,74	\$ 24.754,74	\$ 8.251,58	\$ 8.251,58	\$ 8.251,58	\$ 8.251,58	\$ 8.251,58	\$ 24.754,74	\$ 140.277,13	
	\$ 24.754,74	\$ 82.515,81	\$ 49.509,49	\$ 33.006,32	\$ 82.515,81	\$ 99.018,97	\$ 49.509,49	\$ 33.006,32	\$ 33.006,32	\$ 33.006,32	\$ 33.006,32	\$ 82.515,81	\$ 635.372,74	
FLUJO DE CAJA ANUAL		\$ 635.372,74		PV TOTAL		\$ 660.126,48								
CAJA		\$ 140.277,13		75% efectivo		\$ 495.095,61								
BANCOS		\$ 495.095,61		25% 30 días		\$ 165.031,62								
CUENTAS POR COBRAR		\$ 24.753,74												

Tabla 40
Presupuesto de egresos en efectivo anuales

PRESUPUESTO EGRESOS EN EFECTIVO														
DESCRIPCION	EVENTOS MENSUALES	Día Padre												TOTAL
		Amor y la Amistad			Día Madre			Día Niño			Navidad			
% DE PARTICIPACION	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DEC	100%	
	5%	15%	5%	5%	15%	15%	5%	5%	5%	5%	5%	15%	100%	
	\$ 23.497,68	\$ 70.493,05	\$ 23.497,68	\$ 23.497,68	\$ 70.493,05	\$ 70.493,05	\$ 23.497,68	\$ 23.497,68	\$ 23.497,68	\$ 23.497,68	\$ 23.497,68	\$ 70.493,05	\$ 469.953,65	
Efectivo 30%	\$ 7.049,30	\$ 21.147,91	\$ 7.049,30	\$ 7.049,30	\$ 21.147,91	\$ 21.147,91	\$ 7.049,30	\$ 7.049,30	\$ 7.049,30	\$ 7.049,30	\$ 7.049,30	\$ 21.147,91	\$ 140.986,09	
30 días 25%	\$ 0,00	\$ 5.874,42	\$ 17.623,26	\$ 5.874,42	\$ 5.874,42	\$ 17.623,26	\$ 5.874,42	\$ 5.874,42	\$ 5.874,42	\$ 5.874,42	\$ 5.874,42	\$ 5.874,42	\$ 99.865,15	
60 días 45%	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 10.573,96	\$ 17.623,26	\$ 5.874,42	\$ 5.874,42	\$ 17.623,26	\$ 5.874,42	\$ 17.623,26	\$ 5.874,42	\$ 5.874,42	\$ 5.874,42	\$ 98.690,27	
	\$ 7.049,30	\$ 27.022,33	\$ 35.246,52	\$ 30.546,99	\$ 32.896,76	\$ 44.645,60	\$ 42.295,83	\$ 30.546,99	\$ 18.798,15	\$ 18.798,15	\$ 18.798,15	\$ 32.896,76	\$ 339.541,51	
MPD		\$ 396.902,34		FLUJO DE CAJA ANUAL		\$ 339.541,51								
MPI		\$ 73.051,31		CUENTAS POR PAGAR		\$ 130.412,14								
TOTAL		\$ 469.953,65												
Efectivo 30%		\$ 140.986,09												
30 días 25%		\$ 117.488,41												

Tabla 41
Presupuesto de flujo de efectivo

DESCRIPCION	MONTO
Ventas en efectivo	\$ 635.372,74
Ingresos total	\$ 635.372,74
Egresos totales	
MPD y MPI	\$ 469.953,65
MOD y MOI	\$ 50.571,56
CIF (menos MPI y MOI)	\$ 304,75
Gastos de Ventas (publicidad)	\$ 3.580,00
Inv. Activos Fijos y Diferidos	\$ 11.731,00
Pago Cuota Préstamo	\$ 27.473,45
Total de Egresos	\$ 563.614,41
Total Ingresos-Egresos	\$ 71.758,33

Tabla 42
Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS	
DETALLE	MONTO
Ventas total	\$ 660.126,48
(-)Costo Producción	\$ 520.829,96
Utilidad Bruta Ventas	\$ 139.296,52
Gastos de Operación	\$ 1.555,66
(-)Gastos de Administración	\$ 70.710,30
(Depreciaciones)	
(-)Depreciación en Maquinarias y Equipos	\$ 1.215,45
(-)Depreciación en Utensillos de cocina	\$ 168,31
(-)Depreciación en Equipos de Computación	\$ 54,00
(-)Depreciación en Muebles y Enseres	\$ 117,90
(-)Gastos de Amortización Act. Dif.	\$ 136,00
(-)Gastos Venta (publicidad)	\$ 3.580,00
Utilidad de Operación	\$ 65.006,22
Gastos financieros	\$ 11.610,00
Utilidad de Op.-Gastos financieros	\$ 53.396,22
Participación de Trabajador y Participación 15%	\$ 8.009,43
Utilidad antes del Impuesto	\$ 45.386,79
Impuesto a la Renta 25%	\$ 11.346,70
Utilidad Neta	\$ 34.040,09

Tabla 43
Balance General

BALANCE GENERAL			
ACTIVO (USD)		PASIVO (USD)	
ACTIVO CORRIENTE	750.274,37	PASIVO CORRIENTE	157.885,59
CAJA (DINERO EN EFECTIVO)	110.346,52	CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES (HASTA A 1 AÑO)	130.412,14
BANCOS (DINERO EN BANCOS)	218.271,77	CRÉDITO CON BANCOS O COOPERATIVAS (HASTA 1 AÑO)	27.473,45
CUENTAS POR COBRAR	24.753,74	OTRAS CUENTAS POR PAGAR (HASTA 1 AÑO)	-
INVENTARIOS (AGRÍCOLA, PECUARIO, GANADO, COMERCIAL, MATERIA PRIMA, MERCADERÍA, PRODUCTOS EN PROCESO O	396.902,34	PASIVO NO CORRIENTE	240.305,94
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	-	CUENTAS POR PAGAR (MÁS DE 1 AÑO)	130.412,14
ACTIVO NO CORRIENTE	12.905,00	CRÉDITO CON BANCOS O COOPERATIVAS (MÁS DE 1 AÑO)	109.893,81
SEMOVIENTES (ANIMALES EN PIE)	-	OTRAS CUENTAS POR PAGAR (MÁS DE 1 AÑO)	-
MAQUINARIA Y EQUIPOS	11.595,00	TOTAL PASIVO	398.191,53
VEHÍCULOS	-	TOTAL PATRIMONIO	364.987,84
MUEBLES Y ENSERES	1.310,00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	763.179,37
CASAS / LOCALES COMERCIALES / EDIFICIOS	-		
TERRENOS	-		
OTROS ACTIVOS (DERECHO DE LLAVE, DERECHOS DE ACCIONES, ETC.)	-		
TOTAL ACTIVO	763.179,37		

Tabla 44
Cálculo de punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRO	
COSTOS FIJOS	\$ 70,030.30
Alquiler	\$ 5,600.00
Salarios y Beneficios del Personal Administrativo	\$ 47,927.56
Suministros de Oficina	\$ 48.20
Servicios Públicos de Oficina	\$ 15,070.78
Depreciación (parte de los costos fijos, aunque es un gasto no monetario)	\$ 1,383.76
COSTOS VARIABLES	\$ 424,175.22
Materiales Directos	\$ 396,902.34
Mano de Obra Directa (si es variable)	\$ 23,692.88
Comisiones de Ventas (si son variables)	\$ -
Publicidad Variable (si es proporcional a las ventas)	\$ 3,580.00
Inventario de Materias Primas	\$ -
Inventario de Productos en Proceso	\$ -
Inventario de Productos Terminados	\$ -
Ventas PxQ	\$ 660,126.48
Punto de Equilibrio	108985 Porciones

Tabla 45
Tasa mínima aceptable de retorno- TMAR

TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO TMAR		
TMAR = i + f + if; i = premio al riesgo; f = inflación		
Inflación	3.47%	promedio del 2020-2023
		mayor al interés del banco por el préstamo realizado, y considera un % por el riesgo de invertir en el negocio
premio al riesgo	15%	
TMAR	19% riesgo medio	

Tabla 46
Cálculo de VAN y TIR

CALCULO DEL VAN, TIR, RELACION BENEFICIO COSTO						
	CRECIMIENTO/CONTRACCIÓN	0%	0%	0%	0%	0%
	INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION						
Saldo Inicial (50% de la utilidad)			\$17.020,05	\$18.154,81	\$18.810,03	\$19.541,31
Préstamo	(100.000,00)					
FLUJO DE INVERSION	(100.000,00)	-	17.020,05	18.154,81	18.810,03	19.541,31

DETALLE	MONTO					
Ventas total	\$ 660.126,48	\$ 660.126,48	\$ 660.126,48	\$ 660.126,48	\$ 660.126,48	\$ 660.126,48
(-)Costo Producción	\$ 520.829,96	\$ 520.829,96	\$ 520.829,96	\$ 520.829,96	\$ 520.829,96	\$ 520.829,96
Utilidad Bruta Ventas	\$ 139.296,52					
Gastos de Operación	\$ 1.555,66	\$ 1.555,66	\$ 1.555,66	\$ 1.387,35	\$ 1.387,35	\$ 1.387,35
(-)Gastos de Administración (Depreciaciones)	\$ 70.710,30	\$ 69.741,99	\$ 69.741,99	\$ 69.741,99	\$ 69.741,99	\$ 69.741,99
(-)Depreciación en Maquinarias y Equipos	\$ 1.215,45	\$ 1.215,45	\$ 1.215,45	\$ 1.215,45	\$ 1.215,45	\$ 1.215,45
(-)Depreciación en Utensillos de cocina	\$ 168,31	\$ 168,31	\$ 168,31	\$ -	\$ -	\$ -
(-)Depreciación en Equipos de Computación	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00
(-)Depreciación en Muebles y Enseres	\$ 117,90	\$ 117,90	\$ 117,90	\$ 117,90	\$ 117,90	\$ 117,90
(-)Gastos de Amortización Act. Dif.	\$ 136,00	\$ 136,00	\$ 136,00	\$ 136,00	\$ 136,00	\$ 136,00
(-)Gastos Venta (publicidad)	\$ 3.580,00	\$ 2.830,00	\$ 2.830,00	\$ 2.830,00	\$ 2.830,00	\$ 2.830,00
Utilidad de Operación	\$ 65.006,22	\$ 66.724,54				
Gastos financieros	\$ 11.610,00	\$ 9.768,25	\$ 7.712,68	\$ 5.418,45	\$ 2.857,87	\$ 2.857,87
Utilidad de Op.-Gastos financieros	\$ 53.396,22	\$ 56.956,28	\$ 59.011,86	\$ 61.306,08	\$ 63.866,67	\$ 63.866,67
Participación de Trabajador y Participación 15%	\$ 8.009,43	\$ 8.543,44	\$ 8.851,78	\$ 9.195,91	\$ 9.580,00	\$ 9.580,00
Utilidad antes del Impuesto	\$ 45.386,79	\$ 48.412,84	\$ 50.160,08	\$ 52.110,17	\$ 54.286,67	\$ 54.286,67
Impuesto a la Renta 25%	\$ 11.346,70	\$ 12.103,21	\$ 12.540,02	\$ 13.027,54	\$ 13.571,67	\$ 13.571,67
Utilidad Neta	\$ 34.040,09	\$ 36.309,63	\$ 37.620,06	\$ 39.082,63	\$ 40.715,00	\$ 40.715,00
FLUJO DE FONDOS NETO	(100.000,00)	\$ 34.040,09	\$ 53.329,68	\$ 55.774,87	\$ 57.892,66	\$ 60.256,31

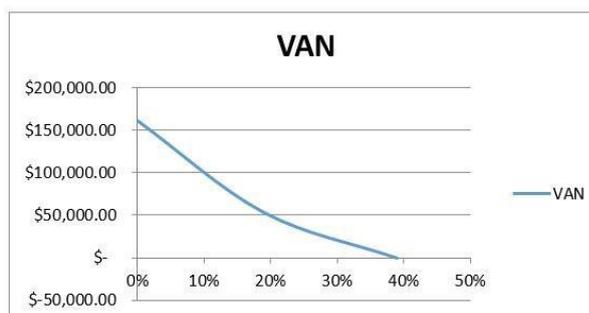
VP1	\$ 28.605,12
VP2	\$ 37.659,54
VP3	\$ 33.097,69
VP4	\$ 28.869,26
VP5	\$ 25.250,37
VPN	\$ 153.481,98
RBC (Razón Beneficio Costo)	\$ 1,53
VAN	\$ 53.481,98
Tasa Interna de Retorno	38,99%

TMAR 19,00%

Figura 33
Gráfico VAN y TIR

Tasa Interna de Retorno	38.99%
--------------------------------	--------

TMAR	VAN
0%	\$ 161,293.61
19%	\$ 53,481.98
39%	\$ -19.95



c. Estrategias y/o técnicas

Para el presente proyecto relacionado a Realizar un Plan de negocio para la creación de la microempresa “de un mordisco” en el Cantón Rumiñahui, se inicia las actividades con la realización de un estudio de mercado, en el que se identifica la aceptación que tienen los productos en el Cantón Rumiñahui, por una reducida cantidad de negocios que se enfoquen a este nicho de mercado. Dentro de las estrategias planteadas se realizó una investigación cuantitativa , para posteriormente realizar una encuesta a fin de definir nuestro nicho de mercado, se procesó los datos que fueron obtenidos a través de la encuesta, para posterior realizar un análisis a través de las 5 fuerzas de Porter, PESTEL y FODA, asimismo definir estrategias de marketing y marketing mix, conceptualización de la marca, desarrollo de producto, con ello poder parametrizar los costos involucrados en el proyecto tanto en la producción, almacenaje, comercialización, administrativo a fin de poder recopilar toda la información necesaria para el respectivo análisis económico financiero, con ello determinar la rentabilidad de la micro empresa.

2.3. Validación de la propuesta

Para la elección de especialistas se ha considerado un perfil acorde a los siguientes criterios: formación académica relacionada con el tema investigativo, experiencia académica y/o laboral orientada a la gestión administrativa y motivación para participar. La siguiente tabla presenta información detallada de los actores seleccionados para validación del plan.

Tabla 47
Perfil descriptivo de expertos validadores

Apellidos y Nombres	Años de experiencia	Titulación Académica	Cargo
Carlos Javier Flores Arias	13 años	Magíster en Gerencia Empresarial, MBA	Technical Records Manager
Lidia Lorena Collaguazo Arellano	17 años	Máster en Gestión de Proyectos	Especialista de Fomento y Fortalecimiento
Dominique Lizeth Arcos Durán	5 años	Magister en Administración y Dirección de Empresas	Asistente de Coordinación

Los objetivos perseguidos mediante la validación son los siguientes:

- Validar la metodología de trabajo aplicada en el desarrollo de la investigación.
- Aprobar los resultados, conclusiones y recomendaciones obtenidas.
- Redefinir (si es necesario) el enfoque de los elementos desarrollados en la propuesta considerando la experiencia de los especialistas.

- Constatar las posibilidades potenciales de aplicación del plan de negocios propuesto.

Resultado de Validación

Tabla 48

Resultados de la validación

CRITERIOS	EXPERTO 1	EXPERTO2	EXPERTO 3	TOTAL	Porcentaje
Impacto	5	5	5	15	100%
Aplicabilidad	5	5	5	15	100%
Conceptualización	5	4	5	14	93.33%
Actualidad	5	5	5	15	100%
Calidad Técnica	5	5	5	15	100%
Factibilidad	5	5	5	15	100%
Pertenencia	5	5	5	15	100%
Total	35	34	35		

Nota: se presentan los resultados acordes al instrumento de validación (Anexo 3, 4 y 5)

Se han establecido los niveles de importancia y representatividad y un valor máximo de cinco puntos, el cual, será otorgado según el desempeño adecuado del criterio; y un mínimo de un punto en el caso de observarse un cumplimiento insuficiente.

2.4. Matriz de articulación de la propuesta

En la presente matriz se sintetiza la articulación del producto realizado con los sustentos teóricos, metodológicos, estratégicos-técnicos y tecnológicos empleados.

Tabla 49.
Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	INSTRUMENTOS APLICADOS
Capítulo I: Descripción del Proyecto	Para diseñar un plan de negocios es muy importante revisar varias fuentes de información, que permitan ampliar el conocimiento.	Plan de negocios con enfoque cuantitativo puesto que recolecta datos para posteriormente ser analizados.	Revisión de fundamentación teórica y aplicación de herramienta de investigación.	Al plantear el plan de negocios permite analizar la viabilidad de un emprendimiento y proceso para alcanzar sus objetivos.	Se aplicó la encuesta en donde se plantearon 16 preguntas, con lo cual se ha podido determinar ciertos aspectos al momento de diseñar el plan de negocios.
Capítulo II: Propuesta	Fundamentado en investigación basado en metodologías administrativas, financieras y de planificación	Evaluación de procesos administrativos y financieros, análisis de viabilidad económica	Basado en procesos, análisis y evaluación de proyectos.	Diseño de plan de negocios para una empresa comercializadora de postres saludables en el cantón Rumiñahui	Estudios: Administrativo Organizacional, Legal, Marketing, Producción y Financiero.

CONCLUSIONES

Con la elaboración de este plan de negocios se espera poner en marcha todos los estudios que fueron desarrollados para de esta manera cumplir con el objetivo de producir y comercializar postres.

Con la contextualización de los fundamentos teóricos se realizó un estudio de factibilidad y se determinó el nicho de mercado y los productos a ofertar, lo cual, durante el proceso de análisis se identifica que dentro del consumo de postres si se considera la importancia de ingerir productos saludables, ya que a partir del COVID se ha dado mayor énfasis en el cuidado de salud en general.

Al realizar un diagnóstico basado en metodología y aplicación de técnicas y herramientas de investigación como es el caso de la encuesta, se determinó que si existe un mercado potencial para la comercialización del producto.

Al diseñar el plan de negocios para la creación de la microempresa “de un mordisco saludable” en el cantón Rumiñahui, se identificó que, si es viable después de haber realizado un adecuado análisis financiero en donde se obtiene utilidad en el primer año.

A través del criterio de especialistas, la revisión de los análisis de mercado y financieros realizados en el presente proyecto, se puede evidenciar que existe viabilidad para llevar a cabo el plan de negocio para la creación de la microempresa “de un mordisco saludable” en el cantón Rumiñahui.

RECOMENDACIONES

Se recomienda poner énfasis en cumplir la cuota de venta al nicho de mercado para alcanzar el objetivo de comercialización presentado en el estado de resultados.

Otra de las recomendaciones es tener un borrador de una nueva estructura jerárquica que en caso de crecimiento rápido de la microempresa se pueda aplicar.

Se recomienda que posterior a la implementación del plan de negocios se acceda a un sistema ERP para tener un mayor control financiero y una buena gestión de inventario, puesto que se manejan productos perecibles.

Se recomienda realizar un plan estratégico de la microempresa de 3 a 5 años a detalle con el objetivo de tener indicadores de gestión que nos permita visualizar si la gestión va acorde al plan de negocios.

Es necesario que se continúe con la validación de los especialistas ya que ellos aportan con puntos de vista desde su experiencia, para que los fundamentos teóricos y prácticos sean correctamente aplicados para de esta manera llegar a los resultados del plan sean exitosos.

BIBLIOGRAFÍA

- 50Minutos.es. (2016). *El Marketing mix: Las 4Ps para aumentar sus ventas*. Bélgica: 50Minutos.es. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/El_marketing_mix/VWTyCwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=marketing+mix&printsec=frontcover
- Ávila, H. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: eumed.net. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Introducci%C3%B3n_a_la_metodolog%C3%ADa_de_la_in/r93TK4EykfUC?hl=es-419&gbpv=0
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (6 ed.). México: Mc Graw-Hill/Interamericana Editores, S.A de C.V.
- Ballvé, A., & Debeljuh, P. (2000). *Misión y valores. La empresa en busca de su sentido*. Planeta S.A.I.C.
- Burbano Ruiz, J. E. (2011). *Presupuestos, Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión, y control de recursos* (4 ed.). Bogotá, Colombia: McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S. A.
- Buzón Quijada, J. (2019). *Operaciones y procesos de producción*. España: Elearning S.L. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Operaciones_y_procesos_de_producci%C3%B3n/q3XIDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=proceso+de+producci%C3%B3n&printsec=frontcover
- Carvajal Torres, A. (09 de 2021). *Repositorio Univerisidad Tecnológica Israel*. Obtenido de Plan de negocio para la creación de una empresa de helado de mandarina "Tangerine Ice Cream", en el Distrito Metropolitano de Quito: <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/2880>
- Castañeda, J. (1 de Agosto de 2019). Evolución de las 4P's o Marketing mix . *Evolución de las 4P's o Marketing mix* . Valladolid, España: Universidad de Valladolid.
- Castro, G. (2017). "Desarrollo del modelo de negocio CANVAS en la panadería" "Adriano Palta". *"Desarrollo del modelo de negocio CANVAS en la panadería" "Adriano Palta"*. Ecuador: Repositorio Universidad Tecnológica Israel. Obtenido de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1327>

- Chuga Tetamuez , Á. (03 de 2023). *Repositorio Univerisidad Tecnológica Israel*. Obtenido de Plan de negocios para la creación de un centro de acopio de leche en la Parroquia La Libertad de la provincia del Carchi: <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/3804>
- Cortés, M., & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Ciudad del Carmen, México: Universidad Autónoma del Carmen.
- Cravens, D., Piercy, N., & Moreno, Y. (2007). *Marketing estratégico 8va. edición*. Madrid: McGraw-Hill.
- Eslava Sarmiento, A. (2017). *Canales de distribución logístico-comerciales*. Bogotá: Ediciones de la U.
- García Padilla, V. (2015). *Análisis Financiero: un enfoque integral*. México: Patria. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/An%C3%A1lisis_Financiero/zNBUCwAAQB-AJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=an%C3%A1lisis+financiero&printsec=frontcover
- García Prado, E. (2023). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Harvard Business Review. (2021). *Como crear un plan de negocio. Serie Management en 20 minutos*. Reverte Management.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación, quinta edición*. México: Mc Graw Hill/ Interamericana Editores S.A.
- INEC. (2021). *Instituto de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Instituto de Estadísticas y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/defunciones-generales/>
- Inlago, D. (2020). Modelo de negocio para la creación de un fast food saludable, en la ciudad de Cayambe. *Modelo de negocio para la creación de un fast food saludable, en la ciudad de Cayambe*. Ibarra, Ecuador: Repositorio Institucional Uniandes. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/11223>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: tecnología para la humanidad*. New Jersey: LID Editorial.
- Lawrence, S., & Moyes, F. (2004). *Writing a Successful Business Plan*. Deming Center for Entrepreneurship, Leeds School of Business, University of Colorado at Boulder.
- López, F. (2017). Desarrollo del modelo de negocio CANVAS en la tienda de productos. *Desarrollo del modelo de negocio CANVAS en la tienda de productos*. Ecuador: Repositorio

- Universidad Tecnológica Israel. Obtenido de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1362>
- McCarthy, E. J., & Perreault, Jr., W. D. (2002). *Marketing: A Global Managerial Approach* (14 ed.). The McGraw Hill Companies. Inc.
- Ministerio de Salud Pública. (2018). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de Ministerio de Salud Pública: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/MSP_ENSANUT-ECU_06-10-2014.pdf
- Muñoz, M. (2020). Modelo de Negocio para la Creación de la Empresa DULLOVE dedicada a la elaboración y comercialización de postres y dulces saludables para niños en la ciudad de Guayaquil, 2020. *Modelo de Negocio para la Creación de la Empresa DULLOVE dedicada a la elaboración y comercialización de postres y dulces saludables para niños en la ciudad de Guayaquil, 2020*. Guayaquil, Ecuador: Repositorio Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/55739>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa- Cualitativa y Redacción de la Tesis 4ta. Edición*. Bogotá: Ediciones de la U.
- OMS. (2016). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>
- OPS. (2019). *Organización Panamericana de la Salud*. Obtenido de Organización Panamericana de la Salud: <https://www.paho.org/es/temas/diabetes#:~:text=La%20diabetes%20es%20una%20enfermedad%20cr%C3%B3nica%20que%20se%20produce%20cuando,regula%20el%20az%C3%BAcar%20en%20sangre.>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona : Grupo Planeta.
- Pastor, X., & Caicedo, C. (2016). *Cómo elaborar un trabajo final de máster?* UOC.
- Puga, Y. (2023). El Lienzo de modelo de negocios o modelo CANVAS herramientas para Emprendedores. *FAECO sapiens vol. 6 no. 1*, 347-363. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/221/2213811033/movil/>
- Robbins, S. P., Coulter, M., & Decenzo, D. A. (2017). *Fundamentos de Administración* (10 ed.). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

- Rosendo Ríos, V. (2018). *Investigación de mercados. Aplicación al marketing estratégico empresarial*. España: ESIC. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Investigaci%C3%B3n_de_mercados/LI9RDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=investigaci%C3%B3n+de+mercados&printsec=frontcover
- Sanchez Huerta, D. (2020). *Análisis FODA o DAFO*. Madrid: Bubok Publishing.
- Sanz Blanco, Y. (2023). *Haz tu plan de negocios*. Independently published.
- Superintendencia de Compañías, V. y. (s.f.). *Formularios-Sociedades por Acciones Simplificadas*. Obtenido de https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/cons_sas.zul
- Superintendencia de Compañías, V. y. (s.f.). *Guía de Constitución de Sociedades por Acciones Simplificadas*. Obtenido de https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/societario/cons_sas/SAS.pdf
- Taco Cayambe, A. (09 de 2022). *Repositorio Univerisidad Tecnológica Israel*. Obtenido de “Plan de Negocios para la implementación de una cafetería temática de pan de yuca en el D.M. Quito sector San Juan”: <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/3094>
- Viera, S., & Castillo, S. (2017). *Prevalencia de Diabetes en Pacientes atendidos en un Subcentro de Salud en la ciudad de Guayaquil. Período octubre 2016 a febrero 2017*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Villalobos-Abarca, M., Choque-Tolmo, B., & Herrera-Acuña, R. (2020). *Scielo Chile*. Obtenido de Desarrollo de un software web para la gestión de planes de negocios. Información tecnológica: https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642020000400045&script=sci_arttext&tIng=pt#aff1
- Yáñez, L. (8 de 11 de 2023). *Russell Beford Ecuador*. Obtenido de <https://russellbedford.com.ec:https://russellbedford.com.ec/5-pasos-clave-para-la-constitucion-de-companias-en-ecuador-2023/>
- Zamarreño Aramendia, G. (2020). *Fundamentos de Marketing*. España: Elearning S.L. Obtenido de https://google.com.ec/books/edition/Fundamentos_de_Marketing/ZyHDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=estrategias+de+mercados&printsec=frontcover

ANEXOS

ANEXO 1-ENCUESTA

Objetivo de la encuesta: recabar datos que nos permitan analizar los gustos y preferencias de las personas encuestadas para ver la viabilidad del plan de negocios de una microempresa que comercialice postres saludables.

Nota.- Los datos son netamente para información del presente proyecto.



ENCUESTA PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DEL PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA “DE UN MORDISCO SALUDABLE” EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI

Objetivo de la encuesta: recabar datos que nos permitan analizar los

gustos y preferencias de las personas encuestadas para ver la viabilidad del plan de negocios de una microempresa que comercialice postres saludables.

Nota.- Los datos son netamente para información del presente proyecto.

Información demográfica

1. Por favor indique su género:

Marca solo un óvalo.

Femenino

Masculino

2. Por favor indique su género:

Marca solo un óvalo.

- 10-20 años
- 21-30 años
- 31-40 años
- 41-50 años
- 51 en adelante

Información salud y nutrición

3. *¿Presenta alguno de estos problemas de salud?*

Marca solo un óvalo.

- Diabetes
- Colesterol alto
- Triglicéridos alto
- Sobrepeso
- Ninguna

4. *¿Ha consumido antes postres saludables??*

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

5. *¿Qué aspectos le resultan más importantes al elegir productos saludables???*

Marca solo un óvalo.

- Bajo contenido en azúcar, grasas saturadas
- Ingredientes naturales y orgánico
- Certificaciones de calidad y sostenibilidad
- Origen local de los productos

Variedad de opciones disponibles

Información de gustos y preferencias

6. *¿Con qué frecuencia usted consume postres?*

Marca solo un óvalo.

- Diaria
- Semanal
- Mensual
- Fechas Especiales
- Nunca

7. *¿Cómo le gustaría conocer sobre las ventajas y promociones de un postre saludable?*

Marca solo un óvalo.

- Facebook
- Whatsapp
- Instagram
- Otro

8. *¿Cuál de estos empaques escogería para la entrega de su postre saludable?*

Marca solo un óvalo.

- Plástico
- Cartón
- Otro

9. *¿Qué factores influyen al comprar en una microempresa?*

Marca solo un óvalo.

- Apoyo a la economía local

- Atención personalizada y servicio al cliente
- Variedad de productos únicos y artesanales

10. *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una porción de postre saludable?*

Marca solo un óvalo.

- \$2,99 a 3,99
- \$4,00 a \$5,99
- No mayor a \$6,00

11. *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un postre saludable en presentación familiar?*

Marca solo un óvalo.

- \$20,00- \$25,00
- \$26,00- \$30,00
- \$31,00- \$40,00

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

ANEXO 2

PERFILES DE PUESTOS

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS	INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA	
Código:	NJS	<u>INTERFAZ</u>		
Denominación:	Gerente General	Todos	Rol:	Estratégico
Nivel:	Profesional		Nivel de Instrucción:	Cuarto Nivel
Unidad o Proceso:	GERENCIA GENERAL		Título Requerido / Área de Conocimiento:	Ingeniero Comercial MBA Administrador de Empresas
		6. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		
		Tiempo de Experiencia:	5 años en la industria	
		Especificidad de la experiencia:	Habilidades Gerenciales Expertis Financiero y Comercial	
		Capacitación:	Herramientas informáticas.	
ACTIVIDADES ESENCIALES		DESTREZAS TÉCNICAS	DESTREZAS CONDUCTUALES	
Gestión de la Dirección Organización y Control Realizar la Planeación Estratégica Expansión de Mercado Gestionar Alianzas Comunicación Empresarial Revisión de Objetivos Empresariales Presupuesto Empresarial Elaboración de la Planificación Estratégica Búsqueda de nuevas Necesidades de Capital Medir y dar apoyo al plan de negocios Garantizar que los planes sean realistas Administrar efectivamente el cambio Seguimiento y evaluación de KPI Generales		Planificación y gestión Conocimiento del entorno Comercial y Organizacional , Generación de ideas, Habilidad analítica (análisis de prioridad, criterio lógico, sentido común) Monitoreo y control Manejo de recursos financieros Expresión escrita Orientación / asesoramiento	Pensamiento crítico, analítico y estratégico Monitoreo y control Orientación de servicio Construcción de relaciones Trabajo en equipo Comunicativo Iniciativa Aprendizaje continuo Liderazgo Orientación a los resultados	

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS	INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA	
Código:	NJM 1	INTERFAZ		
Denominación:	Jefe de Producción	Gerencia General Jefatura de Ventas Jefatura Administrativa Financiera Asistente de Compras	Rol:	Agregador de Valor
Nivel:	Profesional		Nivel de Instrucción:	Tercer Nivel
Unidad o Proceso:	JEFATURA PRODUCCION		Título Requerido / Área de Conocimiento::	Ingeniero Industrial Ingeniero en Alimentos
		6. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		
		Tiempo de Experiencia:	5 años en la industria Alimentos	
		Especificidad de la experiencia:	Experiencia Jefatura de Producción Experiencia en Cadena de Suministros Manejo de Personal Buenas Prácticas de Manufactura. Manejo y Manipulación de Alimentos. Normativa Legal de Alimentos vigente Calidad	
		Capacitación:	Herramientas informáticas. Deseable 6 sigma	
ACTIVIDADES ESENCIALES		DESTREZAS TÉCNICAS		DESTREZAS CONDUCTUALES
Gestión de la Calidad Gestión de Recursos Costos Directos Gestión Nuevos Proyectos Cadena de Valor Planeación Presupuesto de Producción Planeación de Requerimientos MP-Demanda Eliminar cuellos de botella. Elaboración del Plan Maestro de Producción MPS Elaboración del Plan de Producción PCP Elaboración Programación Producción a corto plazo Elaboración del Plan detallado de Materiales y Capacidad Medir desempeño Operativo Control de Tiempos preparación y configuración de equipos, procesamiento y elaboración de productos, tiempo en fila. Elaboración lista de Materiales BOM Administración de la Capacidad de Producción Elaboración de Turnos de Trabajo y requerimiento de más personal en caso de ser necesario		Planificación y gestión Procesos de Producción, Procesos Industriales, Gestión de la Calidad, Normativa Legal Vigente, Buenas prácticas de Manufactura. Normas de Seguridad, Higiene y Protección Ambiental Normativa para Manejo de Alimentos Dominio de Excel		Pensamiento crítico, analítico y estratégico Monitoreo y control Organizado Orientación a los resultados Trabajo en equipo Expresión oral Iniciativa Liderazgo

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS	INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA	
Código:	NO-P-1	<u>INTERFAZ</u>		
Denominación:	Panadero	JEFATURA DE PRODUCCION	Rol:	Agregador de Valor
Nivel:	No Profesional		Nivel de Instrucción:	Tercer Nivel
Unidad o Proceso:	JEFATURA PRODUCCION		Título Requerido / Área de Conocimiento::	Chef Tecnologo en Pastelería
		6. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		
		Tiempo de Experiencia:	3 años	
		Especificidad de la experiencia:	Pasteleria	
		Capacitación:	Herramientas informáticas.	
ACTIVIDADES ESENCIALES		DESTREZAS TÉCNICAS		DESTREZAS CONDUCTUALES
Preparación de cadena productiva Equipos Herramientas Preparación material prima Elaboración de productos Inspección de Producto Terminado Gestion de Seguridad e Higiene de los Alimentos Rediseñar especificaciones de productos Establecer tiempos de producción Trabajar con Jefe de Producción para la elaboración de la lista de materiales BOM Revisión semanal de materia prima de pedidos que ingresan a producción la siguiente semana Cumplir las normas de Seguridad, Higiene y Protección Ambiental		Manejo de recursos materiales Inspección de productos Normas de Seguridad, Higiene y Protección Ambiental Metodología Orden y Limpieza de área de Trabajo Normativa para Manejo de Alimentos		Orientación a los resultados Trabajo en equipo Comunicativo Manejo de conflictos

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS	INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA	
Código:	NO-P-2	INTERFAZ		
Denominación:	Auxiliar de Panadero	JEFATURA DE PRODUCCION	Rol:	Agregador de Valor
Nivel:	No Profesional		Nivel de Instrucción:	Bachiller
Unidad o Proceso:	JEFATURA PRODUCCION		Título Requerido / Área de Conocimiento::	Experiencia en pastelería
		6. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		
		Tiempo de Experiencia:	1 años	
		Especificidad de la experiencia:	Pastelería	
		Capacitación:	Herramientas informáticas.	
ACTIVIDADES ESENCIALES		DESTREZAS TÉCNICAS	DESTREZAS CONDUCTUALES	
Realizar Empaque y embalaje Proceso de Refrigeración Limpieza e Higienización Traslado de Materia Prima de Almacén a Area Operacional Actividades asignadas por el Panadero Control Conservación de Producto en Area de Producción Realizar preparaciones previas de algunos ingredientes Decoración de Producto Cumplir las normas de Seguridad, Higiene y Protección Ambiental Manipular correctamente los utensilios y aparatos de pastelería		Manejo de recursos materiales Normas de Seguridad, Higiene y Protección Ambiental Metodología Orden y Limpieza de área de Trabajo Normativa para Manejo de Alimentos	Orientación a los resultados Trabajo en equipo Comunicativo Manejo de conflictos	

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS	INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA	
Código:	NUM 2	<u>INTERFAZ</u>		
Denominación:	Responsable de Ventas	Gerencia General Jefatura de Producción Jefatura Administrativa Financiera Asistente de Compras	Rol:	Agregador de Valor
Nivel:	Profesional		Nivel de Instrucción:	Tercer Nivel
Unidad o Proceso:	JEFATURA COMERCIAL Y VENTAS		Título Requerido / Área de Conocimiento::	Ingeniero Comercial MBA Administrador de Empresas
		6. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		
		Tiempo de Experiencia:	5 años	
		Especificidad de la experiencia:	Jefatura de Ventas Jefatura Comercial	
		Capacitación:	Herramientas informáticas.	
ACTIVIDADES ESENCIALES		DESTREZAS TÉCNICAS	DESTREZAS CONDUCTUALES	
Gestión Comercial Actividades de Marketing y Marketing Digital Fidelización y atención de Clientes Investigación de Mercado Logística, transporte, Despacho o coordinación de entrega de Pedidos Encuesta de Satisfacción Promoción del Producto Gestión Promoción, Publicidad y Ventas Gestión de Ofertas Control de Ventas Revisión Política de precios y nivel de servicio Introducción nuevos productos Gestionar Captación de Clientes Realizar Estudio de Mercado Distribución de Producto Terminado Reingeniería o mejora de los procesos relacionados al transporte de MP y PT. Revisión Pronósticos de Demanda Dar seguimiento Post venta		Planificación y gestión Conocimiento del entorno Comercial, Generación de ideas, Habilidad analítica (análisis de prioridad, criterio lógico, sentido común) Monitoreo y control Inspección de productos o servicios Expresión escrita Análisis de datos y tendencias del mercado	Pensamiento crítico, analítico y estratégico Monitoreo y control Orientación de servicio Construcción de relaciones Trabajo en equipo Comunicativo Iniciativa Aprendizaje continuo Orientación a los resultados Liderazgo	

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS	INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA	
Código:	NO-C-1	INTERFAZ		
Denominación:	Atención al Cliente	Jefatura de Ventas Jefatura Adm. Fin Contador	Rol:	Agregador de Valor
Nivel:	No Profesional/ Profesional		Nivel de Instrucción:	Bachiller
Unidad o Proceso:	JEFATURA COMERCIAL Y VENTAS		Título Requerido / Área de Conocimiento::	Bachiller en Contabilidad.
		6. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		
		Tiempo de Experiencia:	3 años	
		Especificidad de la experiencia:	Atención al Cliente Contabilidad	
		Capacitación:	Herramientas informáticas.	
ACTIVIDADES ESENCIALES		DESTREZAS TÉCNICAS	DESTREZAS CONDUCTUALES	
Recepción y registro de Pedidos de Producto Terminado PT Gestión de rechazos en Producto Terminado Entrega de Factura a Cliente Gestión Servicio al Cliente en Punto de Venta Limpieza de Punto de Venta Solicitud de Re-Stock producto terminado en punto de venta Exposición del Producto en Punto de Venta Realizar actividades de Facturación en puntos de Venta Gestión de Almacén de Área de despacho si aplica Revisión y Gestión de Stocks PT Cierre efectivo de Ventas Ubicar Promociones emitidas por Jefatura de Ventas Coordinar la entrega de pedidos iniciados en puntos de Venta Cumplir las normas de Seguridad, Higiene y Protección Ambiental Metodología Orden y Limpieza de área de Trabajo		Generación de ideas Normas de Seguridad, Higiene y Protección Ambiental Metodología Orden y Limpieza Gestión de Inventario Conocimiento en procesos operativos de caja, ATM, administración de portafolio.	Orientación de servicio Iniciativa Construcción de relaciones Comunicativo Manejo de conflictos	

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS	INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA	
Código:	NO-P-3	INTERFAZ		
Denominación:	Bodeguero	Jefe de Producción Panadero Auxiliar de Panadero Jefe Administrativo / Financiero Contador Asistente de Procura y Cartera	Rol:	Soporte
Nivel:	No Profesional		Nivel de Instrucción:	Tercer Nivel
Unidad o Proceso:	JEFATURA ADMINISTRATIVA FINANCIERA		Título Requerido / Área de Conocimiento:	Tecnologo en Administración de Empresas
		6. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		
		Tiempo de Experiencia:	0	
		Especificidad de la experiencia:	Gestión de Inventarios Buenas Prácticas de Manufactura	
		Capacitación:	Herramientas informáticas.	
ACTIVIDADES ESENCIALES		DESTREZAS TÉCNICAS		DESTREZAS CONDUCTUALES
Recepción de materia prima entregada por Proveedor Realizar el control de Inventario, fecha de caducidad de Materia Prima Inspección y Recepción de MP en almacén, Clasificación de Alimentos, ingreso a sistema, Correcto perchado y control de almacenamiento de materia Prima, Control de Vencimientos, máximos y mínimos Registro de Salida de MP de Area de Producción Gestión de Almacén Materia Prima (recepción, inventarios, transferencias, despachos, recepción de retornos y devoluciones, etc.) Revisión de Stocks MP Optimización de los inventarios Disminución de los inventarios obsoletos Preparación de Materia Prima Solicitada por Producción		Gestión de Almacén Administración y medición del trabajo Establecimiento de prioridades Orientación al logro. Manejo de recursos materiales Inspección de productos Normas de Seguridad, Higiene y Protección Ambiental Metodología Orden y Limpieza de área de Trabajo Normativa para Manejo de Alimentos		Trabajo en equipo Comunicativo Manejo de conflictos Liderazgo Orientación hacia el cliente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS	INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA	
Código:	NJM 3	INTERFAZ		
Denominación:	Jefe Administrativo / Financiero	Todos	Rol:	Soporte
Nivel:	Profesional		Nivel de Instrucción:	Tercer Nivel
Unidad o Proceso:	JEFATURA ADMINISTRATIVA FINANCIERA		Título Requerido / Área de Conocimiento:	Ingeniero Comercial MBA Administrador de Empresas
		6. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		
		Tiempo de Experiencia:	5 años	
		Especificidad de la experiencia:	Tesorería, Nómina, Contabilidad Básica, cadena de Suministros, Manejo de personal	
		Capacitación:	Herramientas informáticas.	
ACTIVIDADES ESENCIALES		DESTREZAS TÉCNICAS		DESTREZAS CONDUCTUALES
<p>Gestión Externa de Mantenimiento Técnico</p> <p>Gestión de la Información</p> <p>Gestión Talento Humano</p> <p>Gestionar permisos Ambientales</p> <p>Gestionar permisos de Funcionamiento</p> <p>Gestión Administrativa Financiera</p> <p>Control de Plagas</p> <p>Gestión externa de contratación Legal</p> <p>Gestión de formación de Colaboradores</p> <p>Gestionar procesos de Selección y contratación, pago extras, Outsourcing.</p> <p>Gestion Nuevos Proyectos Administrativos</p> <p>Aprobación Plan anual de Adquisiciones</p> <p>Gestionar actividades de Alquiler de activos</p> <p>Gestión y control de Procesos de Vigilancia y Cámaras</p> <p>Revisar cumplimiento Plan Aprovisionamiento anterior.</p> <p>Validar la aprobación presupuestaria para la lista de compras</p> <p>Autorización de Orden de Compra relacionada a RPQ.</p> <p>Establecer alianzas con proveedores estratégicos.</p> <p>Contratos de largo plazo.</p> <p>Relaciones de colaboración con proveedores claves</p> <p>Medir desempeño administrativo</p> <p>Gestión de Recursos y planificación de pagos Costos Directos, Indirectos, Agua, Luz, Internet, Gas, Impuesto Predial, Pago Permisos Funcionamiento, Telefonía, Utilitario de Oficina, Otros.</p> <p>Pago de Sueldos, Cargas Sociales</p> <p>Autorizaciones de Factura para Pago</p> <p>Control de Flujos de Efectivo</p> <p>Administrar Ingresos de Capital</p> <p>Autorizar Egresos de Capital</p> <p>Apoyo en el cierre del balance contable.</p> <p>Cuadre y revisión de estados de cuenta.</p> <p>Coordinar, analizar y ejecutar procesos o procedimientos que contribuyan a garantizar la liquidez y el crecimiento de la Empresa</p>		<p>Organización de la información</p> <p>Desarrollo estratégico de los recursos humanos</p> <p>Planificación y gestión</p> <p>Manejo de recursos financieros</p> <p>Desarrollo, planificación y ejecución estrategias Financieras</p> <p>Dominio de Excel</p>		<p>Pensamiento crítico, analítico y estratégico</p> <p>Monitoreo y control</p> <p>Liderazgo</p> <p>Comunicativo</p> <p>Manejo de conflictos</p> <p>Construcción de relaciones</p>

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS	INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA	
Código:	NO-F-1	INTERFAZ		
Denominación:	Contador	Todos	Rol:	Soporte
Nivel:	Profesional		Nivel de Instrucción:	Tercer Nivel
Unidad o Proceso:	JEFATURA ADMINISTRATIVA FINANCIERA		Título Requerido / Área de Conocimiento:	Lic. Auditoría ó Contador CPA
		6. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		
		Tiempo de Experiencia:	3 años	
		Especificidad de la experiencia:	Contabilidad General Contabilidad de Costos	
		Capacitación:	Herramientas informáticas.	
ACTIVIDADES ESENCIALES		DESTREZAS TÉCNICAS	DESTREZAS CONDUCTUALES	
<p>Realizar la Depreciación de equipos Realizar la Gestión Contable de la Empresa. Calcular el impuesto a la actividad de acuerdo a la unidad de negocio y Realizar y presentar las declaraciones de impuestos mensuales, anuales y anexos. Control Cuentas por Pagar Registros de Facturas Pagadas Controlar costos Realizar análisis de los costos, gastos y balances. Registrar los asientos de diario, amortizaciones, provisiones. Realizar y atender requerimientos de organismos de control.</p>		<p>Organización de la información Manejo de recursos financieros Dominio de Excel Normas Internacionales de Información Financiera. Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno Ley de Compañías. Análisis de Costos. Orientación a resultados.</p>	<p>Pensamiento analítico Monitoreo y control Orientación al servicio. Trabajo en Equipo.</p>	

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS	INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA	
Código:	NO-F-3	INTERFAZ		
Denominación:	Asistente de Compras y Cartera	Jefe de Producción Panadero	Rol:	Soporte
Nivel:	Profesional	Responsable de Ventas Bodeguero	Nivel de Instrucción:	Tercer Nivel
Unidad o Proceso:	JEFATURA ADMINISTRATIVA FINANCIERA	Jefe Administrativo / Financiero Contador	Título Requerido / Área de Conocimiento::	Ingeniero Comercial Administrador de Empresas
		6. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		
		Tiempo de Experiencia:	3 años	
		Especificidad de la experiencia:	Gestión Compras Gestión Logística Gestión de Inventario Recuperación de Cartera	
		Capacitación:	Herramientas informáticas.	
ACTIVIDADES ESENCIALES		DESTREZAS TÉCNICAS	DESTREZAS CONDUCTUALES	
<p>Gestión de rechazos en Materia Prima</p> <p>Gestión de Compras</p> <p>Gestión con Proveedores</p> <p>Re-Stock en Materia Prima</p> <p>Gestión de Stocks MP</p> <p>Revisión datos históricos (lo comprado y consumido el año pasado).</p> <p>Reunión Semanal de trabajo con quienes necesitan insumos estratégicos (usuarios internos).</p> <p>Determinar tipo de compra y tiempos que demorará el proceso</p> <p>Alimentar lista creada y detalle con las compras a realizar</p> <p>Reunión de encargo de compras con Jefes de procesos involucrados para validar sus previsiones y revisar si existen nuevos proyectos</p> <p>Elaborar un plan de compras con sus actividades de seguimiento e identificación de responsables.</p> <p>Subida del Plan de Compras al Sistema</p> <p>Seguimiento en el año del Plan Anual de Compras en base a programa</p> <p>Concentrar volumen: Agrupar artículos / Centralizar compras</p> <p>Desarrollo nuevos proveedores.</p> <p>"Enviar solicitud de ofertas a proveedores (RFQ)</p> <p>, evaluar ofertas de proveedores."</p> <p>Envío Orden de Compra y seguimiento de MP hasta llegada a Almacén</p> <p>Gestión de Cartera</p> <p>Control de Tiempos de espera por adquisición , desplazamiento de Materiales hasta Almacén</p>		<p>Organización de la información</p> <p>Monitoreo y control</p> <p>Sólidos Conocimientos en Compra y Logística</p> <p>Dominio de Excel</p>	<p>Orientación a Resultados</p> <p>Comunicativo</p> <p>Manejo de conflictos</p> <p>Construcción de relaciones</p>	



ANEXO 3

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA "DE UN MORDISCO SALUDABLE" EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI.**

Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Carlos Javier Flores Arias

Título obtenido
Magíster en Gerencia Empresarial, MBA
Cédula de Identidad
1715337885
E- mail
carlosjav_flores@yahoo.com
Institución de Trabajo
SmartLynx Airlines
Cargo
Technical Records Manager
Años de experiencia en el área
13 años

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sincera del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA “DE UN MORDISCO SALUDABLE” EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI.

Indicador	Descripción	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	El alcance que tendrá la propuesta y su representatividad en la generación de valor	X				
Aplicabilidad	La capacidad de implementación de la propuesta considerando que los contenidos sean aplicables	X				
Conceptualización	La base de conceptos y teorías propias de la propuesta de manera sistémica y articulada	X				
Actualidad	Los procedimientos actuales y los cambios científicos y tecnológicos considerados en la propuesta	X				
Calidad Técnica	Los atributos cualitativos del contenido de la propuesta para satisfacer las expectativas de sus beneficiarios	X				
Factibilidad	El nivel de utilización de la propuesta por parte de la organización acorde a los recursos disponibles	X				
Pertinencia	La contundencia y conveniencia de la propuesta para solucionar el problema planteado.	X				
Total		35				

Observaciones:

Recomendaciones

Se recomienda tomar en consideración abrir una isla en un centro comercial, por la afluencia de personas que lo visitan y por el posicionamiento que la marca podría alcanzar al ofrecer un portafolio de productos variado.

Lugar, fecha de validación: 2 de Marzo de 2024



Firma del especialista



ANEXO 4

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA "DE UN MORDISCO SALUDABLE" EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI.**

Su criterio es de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Lidia Lorena Collaguazo Arellano

Título obtenido
Máster en Gestión de Proyectos
Cédula de Identidad
1717730954
E- mail
myl_63@hotmail.com
Institución de Trabajo
Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación
Cargo
Especialista de Fomento y Fortalecimiento
Años de experiencia en el área
17 años

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sincera del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA “DE UN MORDISCO SALUDABLE” EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI.

Indicador	Descripción	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	El alcance que tendrá la propuesta y su representatividad en la generación de valor	X				
Aplicabilidad	La capacidad de implementación de la propuesta considerando que los contenidos sean aplicables	X				
Conceptualización	La base de conceptos y teorías propias de la propuesta de manera sistémica y articulada		X			
Actualidad	Los procedimientos actuales y los cambios científicos y tecnológicos considerados en la propuesta	X				
Calidad Técnica	Los atributos cualitativos del contenido de la propuesta para satisfacer las expectativas de sus beneficiarios	X				
Factibilidad	El nivel de utilización de la propuesta por parte de la organización acorde a los recursos disponibles	X				
Pertinencia	La contendencia y conveniencia de la propuesta para solucionar el problema planteado.	X				
Total		30	4	0	0	0

Observaciones:

Recomendaciones

Se recomienda ampliar las citas bibliográficas.

Lugar, fecha de validación: Quito, febrero 29 del 2024

LIDIA LORENA Firmado digitalmente por
COLLAGUAZO LIDIA LORENA
ARELLANO COLLAGUAZO ARELLANO
Fecha: 2024.02.29 21:16:25
-0500

Firma del especialista

**ANEXO 5
INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA**

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA "DE UN MORDISCO SALUDABLE" EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI.**

Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Dominique Lizeth Arcos Durán

Título obtenido
Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas
Cédula de Identidad
1752519726
E- mail
domij_arcos@hotmail.com
Institución de Trabajo
Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación
Cargo
Asistente de Coordinación
Años de experiencia en el área
5 años

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sincera del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA “DE UN MORDISCO SALUDABLE” EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI.

Indicador	Descripción	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	<i>El alcance que tendrá la propuesta y su representatividad en la generación de valor</i>	X				
Aplicabilidad	<i>La capacidad de implementación de la propuesta considerando que los contenidos sean aplicables</i>	X				
Conceptualización	<i>La base de conceptos y teorías propias de la propuesta de manera sistémica y articulada</i>	X				
Actualidad	<i>Los procedimientos actuales y los cambios científicos y tecnológicos considerados en la propuesta</i>	X				
Calidad Técnica	<i>Los atributos cualitativos del contenido de la propuesta para satisfacer las expectativas de sus beneficiarios</i>	X				
Factibilidad	<i>El nivel de utilización de la propuesta por parte de la organización acorde a los recursos disponibles</i>	X				
Pertinencia	<i>La contundencia y conveniencia de la propuesta para solucionar el problema planteado.</i>	X				
Total		35				

Observaciones:

Recomendaciones

Lugar, fecha de validación: Quito, 01 de marzo de 2024 _____



Firma del especialista

ANEXO 6

The screenshot displays the Turnitin Feedback Studio interface. The main document area shows a document with several sections highlighted in pink, indicating plagiarism. The document content includes:

- Universidad Israel**
- UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**
- ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"**
- MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**
Resolución: RPC-SO-22-No.477-2020
- PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER**
- Título del proyecto:**
PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA "DE UN MORDISCO SALUDABLE" EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI
- Línea de Investigación:**
Gestión integrada de organizaciones y competitividad sostenible

The right sidebar shows a "Resumen de coincidencias" (Summary of matches) with a total of 4% in red. Below this, two matches are listed:

Match ID	Source	Percentage
1	repositorio.uisrael.edu... <small>Fuente de Internet</small>	3%
2	repositorio.utc.edu.ec <small>Fuente de Internet</small>	1%

At the bottom of the interface, the status bar shows "Página: 1 de 93", "Número de palabras: 12876", and "Versión solo texto del informe". The system tray at the very bottom indicates the date and time as "13:26 6/3/2024".