

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONOMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE
EMPRESAS

TEMA:
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN
COMERCIALIZACIÓN DE POSTRES A BASE DE
QUÍNOA Y AVENA UBICADO EN EL SECTOR
SUR DE QUITO, AÑO 2017.

Trabajo de investigación para la obtención del Título de Ingeniero en
Administración de Empresas y Negocios

AUTOR: Illapa Castillo Andrea Fernanda

DIRECTOR:
Ing. Marcelo Ríos
QUITO- ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación “(PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN COMERCIALIZACIÓN DE POSTRES A BASE DE QUÍNOA Y AVENA UBICADO EN EL SECTOR SUR DE QUITO, AÑO 2018. ” presentado por Illapa Castillo Andrea Fernanda, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito, 04 de Abril del 2018

Ing. Marcelo Ríos
Director

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Andrea Fernanda Illapa Castillo , declaro ser el autor del Plan de Negocios titulado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN COMERCIALIZACIÓN DE POSTRES A BASE DE QUÍNOA Y AVENA UBICADO EN EL SECTOR SUR DE QUITO, AÑO 2017”, como requisito para optar al grado de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, , firmo conforme:

Autor: Andrea Fernanda Illapa Castillo

Firma:

Número de Cédula: 1725578791

Dirección: Guamani

Correo Electrónico:andyferac@hotmail.com

Teléfono: 0958940219

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Andrea Fernanda Illapa Castillo

C.I 1725578791

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del tribunal Examinador aprueban el Informe de tesis, sobre el Tema:“(PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN COMERCIALIZACIÓN DE POSTRES A BASE DE QUÍNOA Y AVENA UBICADO EN EL SECTOR SUR DE QUITO, AÑO 2017. ”De la estudiante Illapa Castillo Andrea Fernanda de la carrera de Ingeniería de Administración de Empresas y Negocios de la “Universidad Tecnológica Indoamérica”.

Quito.....2018

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL

F.....

VOCAL

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios, a mis padres, a mi hermana, familia y amigos por todo el apoyo que me brindaron Durante la carrera y por sus sabios consejos.

Gracias a mi abuela por ser un ejemplo de lucha y perseverancia por demostrarme que si una lucha por sus objetivos los logra.

Gracias a todo el personal docente, por inculcarme sus conocimientos y enseñanzas.

Gracias

DEDICATORIA

A mis padres Narcisa y Fernando por nunca
dejar de creer en mí y darme fuerza y ánimo
para seguir día a día A mi hermana Nicole
por su amor incondicional,
a mi familia por la motivación y
palabras de ánimo.

La Autora

Tabla de contenido

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
DECLARACION DE AUTENTICIDAD	iv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA.....	v
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
Índice de Tablas	xi
Índice de Gráficos	xiv
Índice de figuras.....	xv
Índice de Imágenes.....	xvi
Índice de anexos.....	xvii
Sumario investigativo	xviii
ABSTRACT	xx
Introducción	1
CAPÍTULO I.....	3
Área de Marketing.....	3
1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	3
1.1.1 Especificación del Servicio o Producto.....	3
1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.....	8
1.2.1.1 Categorización de sujetos.....	9
1.2.1.2 Estudio de Segmentación	10
1.2.1.3 Plan de muestreo	12
1.2.1.4 Diseño y recolección de información.....	14
1.2.1.4.1 Información secundaria.....	14
1.2.2 Demanda potencial.....	30
1.3 ANALISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	32
1.3.1 Análisis del micro ambiente.....	32
1.3.2.1 Matriz EFE.....	35
1.3.3 Proyección de la oferta.....	39
1.4. Demanda Potencial Insatisfecha.....	41
1.5 Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación).....	42
1.5.1 Plan de medios	43

1.5.1.1	Objetivo.....	43
1.5.1.2	Target	43
1.5.1.3	Estrategia.....	43
1.5.1.4	Canales	43
1.5.1.5	Medios.....	44
1.5.1.6	Presupuesto	44
1.5.1.7	Cronograma.....	45
1.6	Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución).....	45
1.7	Seguimiento de clientes.....	46
1.8	Especificar mercados alternativos.	47
CAPÍTULO II		48
ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)		48
2.1	Descripción del proceso	48
2.1.1	Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.....	48
2.1.1.1	Mapa de procesos.....	48
2.1.1.2	Procesos de la empresa.....	49
2.1.2	Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	60
2.1.3	Tecnología a aplicar	66
2.2	FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES	67
2.1.2	Ritmo de producción	67
2.2.2	Capacidad instalada.....	67
2.2.3	Número de trabajadores	69
2.3	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	70
2.3	Capacidad de producción futura.....	70
2.4	DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	71
2.4.1	Especificación de materias primas y grado de sustitución que puede presentar.	71
2.5	CALIDAD.....	71
2.5.1	Método de control de calidad	71
CAPÍTULO III.....		73
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....		73
3.1	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	73
3.1.1	Visión de la Empresa.....	73
3.1.2	Misión de la Empresa	73
3.1.3	Análisis FODA.....	74
3.2	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	77

3.2.2 Descripción de los cargos del organigrama.	79
3.3 CONTROL DE GESTIÓN	85
3.3.1 Indicadores de gestión.....	85
3.4 NECESIDADES DE PERSONAL	86
4.1. Determinación de la forma jurídica	88
4.1.1 Razón Social.....	88
4.1.2 Especie de compañía.....	88
4.1.3 Características fundamentales de la compañía de responsabilidad limitada	88
4.2 Patentes y Marcas.....	89
4.3 Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).....	90
5.1 Plan de inversiones.....	93
5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO	95
5.2.2 Forma de financiamiento	96
5.3.2 Costos fijos.....	101
5.3.3.1 Sueldos y Salarios administrativos	104
5.4 CÁLCULO DE INGRESOS	109
5.5. Flujo de Caja.....	111
5.6 Punto de equilibrio	112
5.7 Estado de resultados proyectado	114
5.8 Evaluación financiera.....	115
5.8.1 Indicadores	115
5.8.1.1 Valor actual Neto (VAN).....	115
5.8.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	116
5.8.2 Razones	119
5.8.2.1 Liquidez.....	119
5.8.2.2 Rentabilidad	120
5.9 Conclusiones	122
5.9.1 Recomendaciones.....	123
Bibliografía	124
ANEXOS	127

Índice de Tablas

Tabla 1	Categorización de sujetos.....	9
Tabla 2	Estudio de Segmentación.....	10
Tabla 3	Dimensión geográfica.....	11
Tabla 4	Dimensión demográfica.....	11
Tabla 5	Cuadro de necesidades.....	13
Tabla 6	Objetivo específico.....	13
Tabla 7	Empresas de postres.....	14
Tabla 8	Maquinaria, equipos y herramientas.....	15
Tabla 9	Proveedores.....	17
Tabla 10	Productos complementarios.....	18
Tabla 11	Cantidad de personas que consumen postres.....	19
Tabla 12	Frecuencia con los que se consume.....	20
Tabla 13	Aceptación del producto.....	21
Tabla 14	Nivel de demanda por producto.....	22
Tabla 15	Preferencia de medios de publicidad.....	23
Tabla 16	Nivel de aceptación de precios por postres.....	24
Tabla 17	Aceptación de los postres.....	25
Tabla 18	Atracción del postre.....	26
Tabla 19	Preferencia de endulzante.....	27
Tabla 20	Motivación para consumir postres.....	28
Tabla 21	Postre de preferencia.....	29
Tabla 22	Calculo de la demanda.....	31
Tabla 23	Demanda Proyectada.....	31
Tabla 24	Matriz EFE.....	36
Tabla 25	Matriz EFI.....	38
Tabla 26	Número de postres.....	39
Tabla 27	Oferta proyectada.....	40
Tabla 28	Demanda potencial insatisfecha.....	42
Tabla 29	Presupuesto plan de medios.....	44
Tabla 30	Cronograma.....	45
Tabla 31	Descripción de maquinaria.....	61

Tabla 32 Descripción de equipos	63
Tabla 33 Descripción de herramientas	64
Tabla 34 Descripción de equipos de oficina, computación y útiles de oficina	65
Tabla 35 Descripción de muebles y enseres	65
Tabla 36 Descripción de personal	66
Tabla 37 Ritmo de producción	67
Tabla 38 Capacidad Instalada	68
Tabla 39 Stock de productos	69
Tabla 40 Número de trabajadores	69
Tabla 41 Capacidad de producción	70
Tabla 42 Capacidad de producción futura	70
Tabla 43 Materia prima	71
Tabla 44 FODA	74
Tabla 45 Estrategias FO y DO	75
Tabla 46 Matriz FA y DA	76
Tabla 47 Descripción del puesto Gerente General.....	79
Tabla 48 Descripción gerente finanzas	80
Tabla 49 Descripción gerente de producción	81
Tabla 50 Descripción del Gerente de ventas	82
Tabla 51 Descripción de Repostero	83
Tabla 52 Descripción del Bodeguero	84
Tabla 53 Indicadores de gestión.....	86
Tabla 54 Crecimiento del personal	87
Tabla 55 Activos Fijos	93
Tabla 56 Activos diferidos	95
Tabla 57 Capital de trabajo	96
Tabla 58 Inversión estimada	96
Tabla 59 Financiamiento.....	97
Tabla 60 Costos Variables	97
Tabla 61 Mano de obra directa.....	98
Tabla 62 Fondos de reserva mano de obra directa.....	99
Tabla 63 Mano de obra indirecta	100

Tabla 64 Fondos de reserva mano de obra indirecta.....	101
Tabla 65 Costos fijos.....	101
Tabla 66 Depreciación maquinaria, equipos y herramientas	102
Tabla 67 Proyección de depreciación maquinaria, herramienta y equipos	102
Tabla 68 Depreciación equipos de administración	103
Tabla 69 Proyección de depreciación de equipos administrativos.....	103
Tabla 70 Sueldos y salarios.....	105
Tabla 71 Fondos de reserva sueldos y salarios	106
Tabla 72 Detalle de gastos	106
Tabla 73 Proyección de costos Fijos y variables	107
Tabla 74 Proyección de gastos.....	108
Tabla 75 Calculo de costos	109
Tabla 76 Ingresos	110
Tabla 77 Proyección de ingresos.....	110
Tabla 78 Flujo de caja	111
Tabla 79 Estado de resultados.....	114
Tabla 80 Indicadores de VAN	115
Tabla 81 Calculo del VAN.....	116
Tabla 82 Calculo del TIR.....	117
Tabla 83 Periodo de recuperación.....	118
Tabla 85 Margen de utilidad	121

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Consume postres	19
Gráfico 2 Frecuencia	20
Gráfico 3 Aceptación del producto	21
Gráfico 4 Demanda por producto.....	22
Gráfico 5 Medios de comunicación	23
Gráfico 6 Precios.....	24
Gráfico 7 Aceptación del postre.....	25
Gráfico 8 Atracción por postre.....	26
Gráfico 9 Preferencia de endulzante	27
Gráfico 10 Motivación para consumir postres	28
Gráfico 11 Postre de preferencia.....	29

Índice de figuras

Figura 1 las 5 fuerzas de porter	33
Figura 2 Caneles de distribución.....	46
Figura 3 Mapa de proceso	48
Figura 4 Proceso de la empresa.....	50
Figura 5Proceso de recepción de pedido.....	51
Figura 6 Proceso de flan de quínoa	53
Figura 7 Proceso de elaboración de galletas quínoa y avena	55
Figura 8 Elaboración de Cupcakes.....	57
Figura 9 Proceso de elaboración de Waffles.....	59
Figura 10Plano de la empresa	60
Figura 11 Organigrama estructural	77
Figura 12 Organigrama funcional.....	78
Figura 13 Punto de equilibrio.....	113

Índice de Imágenes

Imagen N° 1 Flan de quínoa.....	4
Imagen N° 2 Cupcakes.....	5
Imagen N° 3 Galletas de quínoa y avena.....	6
Imagen N° 4 Waffles.....	7
Imagen N°5 Ubicación.....	8

Índice de anexos

Anexos 1 Modelo de encuesta.....	128
Anexos 2 Análisis Anti plagio	130
Anexos 3 Modelo de Flan	131
Anexos 4 Cupcakes	132
Anexos 5 Galletas avena y quínoa	134
Anexos 6 Waffles	135

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Sumario investigativo

Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN COMERCIALIZACIÓN DE POSTRES A BASE DE QUÍNOA Y AVENA UBICADO EN EL SECTOR SUR DE QUITO, AÑO 2017”

Autora: Andrea Fernanda Illapa Castillo

Tutor: Ing. Marcelo Ríos

El proyecto se desarrolla en el mercado de la repostería, el mismo que sigue en auge a pesar de las distintas bajas económicas que ha sufrido el país.

Este proyecto está destinado a ofrecer servicio de repostería, de una manera sana sin que las personas dejen de comer lo que les gusta, de manera especial para las personas que tiene diabetes al ser unos postres saludables y tener ingredientes que ayudan a la salud. Además el proyecto fue pensado en personas que cuidan mucho su estilo de vida y que por varias razones se limitan a comer ciertos postres. De esta manera nace la idea del negocio.

Se constituirá como una compañía limitada que estará conformada por tres socios para el inicio de las actividades.

Al realizar los cálculos correspondientes se puede reflejar que la empresa dará un giro positivo lo que permitirá la creación de la misma.

El plan de negocios se encuentra dividido en cinco capítulos que se los analiza empezando por el Área de Marketing; donde conoceremos oferta, demanda y demanda insatisfecha y diferentes factores que influyen en la creación, seguida por el Área de producción se conoce la capacidad que tendrá al producir los postres y el número de empleados con el que debe contar para el inicio, entre otros.

Área de organización y gestión, se describe las funciones asignadas al personal que laborara en la empresa.

Área jurídica legal hace referencia a todo los trámites en que se incurre para inicio de las actividades tales como permisos de funcionamiento, entre otros.

Capítulo final área financiera se encuentra el presupuesto e ingresos para la empresa, aquí se conoce si la empresa tendrá la rentabilidad y viabilidad esperada.

Después de los cálculos realizados en el capítulo financiero se obtiene un valor neto mayor a uno, y la tasa interna de retorno que sobrepasa a la tasa de inflación.

Descriptores: Avena, comercialización, creación, elaboración, emprendimiento, repostería, quínoa.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Topic: "BUSINESS PLAN FOR PRODUCTION MARKETING OF DESSERTS
BASED ON QUINOA AND AVENA LOCATED IN THE SOUTHERN
SECTOR OF QUITO, YEAR 2018"

ABSTRACT

Author: Andrea Fernanda Illapa Castillo

Tutor: Ing. Marcelo Ríos

The project is developed in the confectionery market, the same one that is still booming despite the different economic losses suffered by the country.

This project is intended to offer pastry service, in a healthy way without people stop eating what they like, especially for people who have diabetes to be healthy desserts and have ingredients that help health. In addition, the project was designed for people who take great care of their lifestyle and for various reasons are limited to eating certain desserts. In this way the idea of the business is born.

It will be constituted as a limited company that will be formed by three partners for the start of activities.

By making the corresponding calculations it can be reflected that the company will give a positive turn which will allow the creation of the same.

The business plan is divided into five chapters that are analyzed starting with the Marketing Area; where we will know supply, demand and unmet demand and different factors that influence the creation, followed by the production area is known the capacity that will have to produce the desserts and the number of employees that must have for the start, among others.

Organization and management area, describes the functions assigned to the personnel that will work in the company.

Legal legal area refers to all the procedures that are incurred for the start of activities such as operating permits, among others.

Final chapter financial area is the budget and income for the company, here it is known if the company will have the expected profitability and road.

After the calculations made in the financial chapter, a net value greater than one is obtained, and the internal rate of return that exceeds the inflation rate.

Descriptors: Creation, entrepreneurship, elaboration, research, commercialization.

Introducción

El tema del presente plan de negocio es la “Producción y comercialización de postres a base de quínoa y avena”. Está enfocado en dar a conocer a los habitantes del sur de Quito especialmente en la parroquia Quitumbe una nueva manera de alimentarse sanamente, sin dejar de lado los dulces placeres de la vida.

En la actualidad las personas han dejado de lado el consumo de postres ya sea por salud, por prohibiciones medicas entre otros. Es por esto que nace la idea de proyecto, elaborando postres sanos y endulzados naturalmente, de los cuales además sus componentes tienen vitaminas, hierro entre otros beneficios alimenticios.

Otro de los motivos de la idea de negocio son postres que pueden consumir también personas diabéticas.

Para la producción de dichos postres se procederá a poner una empresa en el sector de Quitumbe, en la cual diariamente se elaboraran los diferentes postres, trabajando ocho horas diarias, para la comercialización se realizara entrega en diferentes panaderías para la venta.

Al ser una empresa nueva tendrá algunas limitaciones como la competencia de empresas reposteras más grandes y ya establecidas en el mercado.

El plan de negocios está formado por cinco capítulos los cuales se describen a continuación:

Capítulo uno.- se detalla los beneficios, aspectos innovadores que el nuevo producto y la empresa ofertan, se conocerá el área geográfica, número habitantes.

Se elaboró diferentes matrices en las que se conoce las fuerzas y debilidades con las que cuenta la empresa, se realiza el cálculo de demanda, oferta y demanda insatisfecha.

Capítulo dos. Área de producción. En esta sección se plantea cada uno de los procesos de la empresa que se aplicará para cada una de las actividades y postres a elaborarse.

Se detallan los equipos, herramientas, muebles enseres necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa.

Se detalla el número de personas que se necesitará para el inicio de las actividades y las personas que se necesitaran a futuro, se conocerá la capacidad de producción y capacidad de producción futura.

Capítulo tres. Área de organización y gestión. En este capítulo se analiza el FODA de la empresa, misión y visión empresarial.

Se puede observar el organigrama funcional y organizacional de los departamentos con los que iniciará sus actividades la empresa, y a la vez una descripción de los puestos.

Capítulo cuatro. Área jurídica legal. Se determina la forma jurídica que tomará la empresa para el inicio de sus actividades, además de realizar los trámites y permisos correspondientes para su correcto funcionamiento.

Capítulo cinco. Área financiera. Determina la forma de financiamiento con la que contará la empresa activos fijos, activos diferidos entre otros.

Se especifica los ingresos, punto de equilibrio, flujo de caja de la empresa.

CAPÍTULO I

Área de Marketing

1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.1.1 Especificación del Servicio o Producto.

El producto que se ofertará son postres a base de quínoa y avena una deliciosa y saludable manera de alimentarse por todos los nutrientes y vitaminas con los que cuentan estos alimentos.

Los principales beneficios que ofrecen la quínoa y la avena son las siguientes:

La quínoa contiene todos los aminoácidos esenciales, bases de las proteínas, enzimas y neurotransmisores. Por lo que se le dice que es una “Proteína completa” ya que se puede utilizar hasta como sustituto de la carne en las dietas vegetarianas.

Las grasas que posee son insaturadas como el Linoleico (esencial para la salud) y va del 4% al 9%, lo que ayuda a reducir los niveles de colesterol y triglicéridos en sangre.

La Avena además de ser uno de los cereales más ricos en proteínas vegetales, también posee Vitamina B1, fósforo, potasio, magnesio, calcio y hierro.

Los carbohidratos que aporta este cereal, proporcionan energía durante mucho tiempo, y son de lenta absorción. De este modo la sensación de saciedad se mantiene.

Posee gran cantidad de fibra por lo que la absorción de grasas y azúcares de los alimentos se reduce y mantiene el efecto de saciedad, muy parecido a la avena. (Fernandez, 2016)

Hay una extensa variedad de postres que se puede realizar con la quínoa y avena los principales postres que se ofertaran son los siguientes:

- Flan de quínoa



Imagen 1: Flan de quínoa

Fuente: (recetas, 2016)

Elaborado por: La Autora

Los ingredientes que se usaran para la elaboración de este postre son los siguientes:

- Huevos
- Stevia
- Esencia de vainilla
- Quínoa
- Leche
- Cupcakes de avena



Imagen 2: Cupcakes

Fuente: (Hoy cocinas tu, 2013).

Elaborado por: La Autora

Para preparar Cupcakes necesitaremos los siguientes ingredientes:

- Avena
- Leche
- Harina
- Polvo para hornear
- Canela
- Huevos
- Stevia
- Aceite

- Galletas de avena y quínoa



Imagen 3: Galletas de avena y quínoa

Fuente: (Facilísimo)

Elaborado por: La Autora

Ingredientes para elaborar galletas de quínoa y avena:

- Stevia
- Mantequilla
- Huevos
- Avena
- Quínoa cocida
- Harina multiusos
- Canela molida
- Sal
- Chispas de chocolate

- Waffles



Imagen 4: Waffles

Fuente: (Sampedro, 2017)

Elaborado por: La Autora

Para elaborar Waffles necesitaremos los siguientes ingredientes:

- Quínoa cocida
- Harina
- Polvo para hornear
- Sal
- Huevos
- Mantequilla
- Leche de coco
- Vainilla
- Stevia

1.1.1.1 Ubicación

La empresa estará ubicada en uno de los sectores del sur de Quito, parroquia Quitumbe, calle Cóndor Ñan.



Imagen 5: Ubicación
Fuente: Google maps, 2017
Elaborado por: La Autora

1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

Ser un producto saludable es parte de la innovación necesaria, es un producto que no se lo encuentra usualmente, su principal aspecto diferenciador es ser un postre a base de quínoa y avena, generalmente se utilizan otras materias primas como harinas para la elaboración de postres, por lo cual el aspecto diferenciador es la combinación de los dos ingredientes antes mencionados.

Al tratarse de un producto saludable será endulzado con un endulzante natural como lo es la Stevia, en el caso de los Waffles estarán acompañados de frutas. A futuro se realizara la inclusión de nuevos postres sin que pierda sus principales ingredientes.

1.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO

1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general.

En un mercado perfecto, los precios de los bienes y servicios son fijados por la oferta y la demanda. (WS, 2016)

El mercado al que se quiere llegar es hombres y mujeres de edades indistintas, que quieren agregar a su alimentación este tipo de postres, son quienes advierten o gustan de una alimentación sana a base de alimentos tradicionales o propios de la región andina.

1.2.1.1 Categorización de sujetos

Los consumidores potenciales para el servicio serán personas que gusten de alimentarse sanamente y deseen incluir en su dieta postres saludables. Pudiendo ser estas personas de género indistinto, diferentes edades y personas económicamente activas.

Tabla 1 Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Hombres, mujeres.
¿Quién usa?	Hombres, mujeres, niños.
¿Quién decide?	Hombres, mujeres.
¿Que influye?	Amigos, familiares, conocidos.

Fuente: Observación directa

Elaborado por: La Autora

1.2.1.2 Estudio de Segmentación

Estudio de Segmentación

El presente estudio de segmentación está enfocado en la venta de postres a base de quínoa y avena dentro del sur de Quito, la misma que está ubicada en la parroquia Quitumbe.

Tabla 2 Estudio de Segmentación

Tipo de Necesidad	Fisiológica
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	No
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente: Observación directa

Elaborado por: La Autora

Dimensión Geográfica

La ubicación de la empresa será en el Sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito, en la parroquia Quitumbe, se estudiará la dimensión geográfica en general hasta que se especifique el mercado objetivo.

Tabla 3 Dimensión geográfica

Variable	Descripción
País	Ecuador
Región.	Sierra
Ciudad Urbana y Rural.	Distrito Metropolitano de Quito
Población de la ciudad.	2.239.191 habitantes
Población de la Parroquia Quitumbe.	79.057 habitantes

Fuente: Censo de población y vivienda 2010

Elaborado por: La Autora

Dimensión demográfica

El mercado objetivo del presente proyecto son los habitantes del sur de Quito principalmente en la parroquia Quitumbe en edades desde los 20 años en adelante, hombres y/o mujeres pertenecientes a cualquier clases social y que tengan capacidad económica.

Tabla 4 Dimensión demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
Edad	20 en adelante	45.724
Sexo	Hombres/ Mujeres	22.109/23.615

Fuente: Censo de población y vivienda 2010

Elaborado por: La Autora

1.2.1.3 Plan de muestreo

Se determinará los sujetos a ser investigados.

Para obtener la muestra del proyecto se determinará la población existente en la parroquia Quitumbe; dando como total 45.724 personas.

La fórmula a utilizarse para el cálculo de la muestra en una población finita que se aplicará en este proyecto, es la siguiente (APA, 2016):

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

Equivalencias

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad

P= Probabilidad de ocurrencia

Q= Probabilidad de no ocurrencia

N= Población o universo

Datos

n= Personas propietarias de vehículos

Z= Para 95% de confianza, Z=1,96

P= 0,50

Q= 0,50

N= 45.724

e= Error de la muestra
5% = 0,05

e= Permissible

Desarrollo

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 45724}{0,05^2 \times (45724-1) + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0,50 \times 0,50 \times 45723}{0,0025 \times 45723 + 3.8416 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{43912,36}{115,27}$$

$$n = 380,95 = 381 \text{ cuestionarios}$$

Tabla 5 Cuadro de necesidades

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Empresas de servicio de postres	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Cuantía de la competencia	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Maquinaria, equipos y herramientas	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Proveedores de materia prima e insumos	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Empleo de la tecnología	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Productos y servicios complementarios	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La autora

Tabla 6 Objetivo específico

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Top de instituciones educativas en el sector	Secundaria	Ministerio de educación	Bancos de datos de otras organizaciones
Factores críticos para el sector	Secundaria	Ministerio de educación	Bancos de datos de otras organizaciones
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Mujeres, hombres, jóvenes, niños.	Encuesta

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La Autora

1.2.1.4 Diseño y recolección de información.

1.2.1.4.1 Información secundaria








Tabla 7 Empresas de postres

Empresas de servicio de postres	Lugar de prestación del servicio	Tipo de servicio
Sweet & Coffee	Guayaquil	Cafetería
En-dulce	Quito	Panadería
Sweets	Quito	Pastelería
TaoKakao	Quito	Pastelería y repostería
Honey & Honey	Quito	Pastelería, panadería y cafetería
La unión	Quito	Panadería y pastelería
Crepes & Waffles	Quito	Cafetería

Fuente: Ekos

Elaborado por: La autora

Tabla 8 Maquinaria, equipos y herramientas

Descripción	Equipo
<p>Licuada industrial: Licuadora industrial basculante, vaso en acero inoxidable, fondo del vaso y soporte de aluminio, 110v. De 15 litros motor 1HP y de 25 litros motor 1 1/2HP.</p>	
<p>Batidora: permite batir o mezclar alimentos blandos, esponjar y emulsionar mezclas y salsas, y montar claras de huevo a punto de nieve.</p>	
<p>Horno Industrial: se calientan los materiales y las piezas o elementos colocados en su interior por encima de la temperatura ambiente.</p>	
<p>Mesa de trabajo: deberá permitir colocar correctamente el equipo de trabajo. La superficie de 90 cm por 120 cm. Altura entre 65 y 75 cm.</p>	
<p>Vitrina pastelera: Conserva y exhibe tortas, postres y productos en general.</p>	
<p>Nevera: aparato electrodoméstico para enfriar alimento.</p>	
<p>Moldes: es un recipiente utilizado en diversas técnicas de preparación de alimentos para dar forma al plato acabado.</p>	



Manga Pastelera: es un utensilio de cocina formado por un paño cosido en forma de tronco de cono o un cilindro con un pistón sólido que tiene una boquilla que puede ser de varios modelos.



Espátula/ paleta: La paleta de silicón recoge la mezcla eficientemente y es muy útil al momento de trabajar con movimientos envolvente para incorporar elementos como la harina.



Bol o Bowl: deben tenerse diferentes tamaños y existen en diferentes materiales, como lo son, en acero inoxidable, vidrio, plástico y madera.



Rodillo de pastelería: de longitud entre los 20 y los 40 centímetros, que se emplea para extender la masa que se empleará en la elaboración de tarta.



Batidora manual: es un utensilio de cocina empleado en la mezcla de alimentos, también conocido como globo. Se suelen construir estos batidores con hilos (o varillas).



Fuente: Pagina web IMAR
Elaborado por: La autora

Tabla 9 Proveedores

Empresa	Dirección	Teléfono	Producto
La industria Harinera S.A	Av. Maldonado s13-178 y Joaquín Gutiérrez	2670757	Harinas y premezclas
Cereales Andinos	Llano Grande – José Hernández s/n e Inga Huaycu	201 2585 / 201 2997	Harina de quinua, quinua en grano, quinua con canela.
PRODICEREAL	Río Zabaleta y Río Comumbi Sector Guajaló	2679-140 / 141	Avena molida, avena natural, avena precocida.
Planeta Fit	Av. Ayapamba y Maldonado	0999253872	Stevia en polvo
Lechera Andina S.A	Km. 17.5 Vía Amaguaña, Sector Santa Clara	2330858	Lácteos
Comercializadora FRESHNATURAL S.A.	Av. Ilaló 323 y La Luz	2860276	Frutas
Agropecuaria La Merced S.A. MERAPEC	José Andradre Oe1-103 y Juan de Celis	2485500 / 2485498	Huevos
Superior	Av. De La Presa N56-87 y Pasaje Manuel Herrera	02-2469369	Repostería y chocolatería

Fuente: Mercado libre página web, 2017
Elaborado por: La autora

Tabla 10 Productos complementarios

Producto	Imagen
Yogurt de soya	
Helado	
Gelatina	
Jugos Naturales	
Frutas	
Leche de soya	

Fuente: observación directa

Elaborado por: La autora

1.2.1.4.2 Información Primaria

Como información primaria se elaboró una encuesta, la misma que sirvió para determinar gustos y referencias de los pobladores de la parroquia Quitumbe de Quito, existiendo una población de 79.057 luego de los cálculos respectivos se obtiene una muestra 381 personas a encuestar que se realizaron indistintamente.

A continuación los resultados de la encuesta aplicada:

1.2.1.5 Análisis e Interpretación

De acuerdo con la muestra obtenida de personas encuestadas en la parroquia Quitumbe del sur de Quito, se procede al análisis e interpretación de los resultados obtenidos a continuación:

Pregunta N°1 ¿Consume postres?

Tabla 11 Cantidad de personas que consumen postres

Respuestas	N° Personas	Porcentaje
Si	355	93.18%
No	26	6.82%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta 2017

Elaborado por: La autora

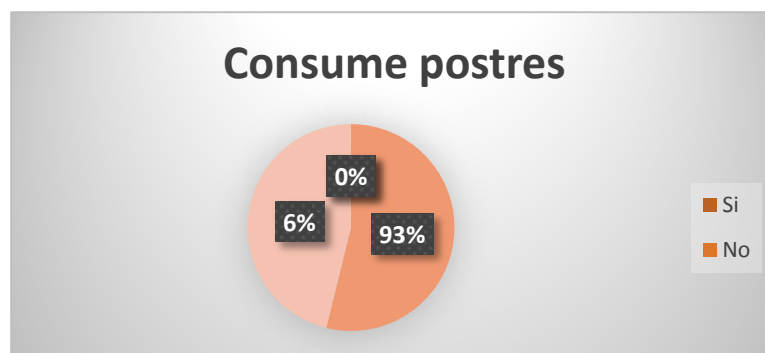


Gráfico 1
Consumo postres

Fuente: Encuestas 2017

Elaborado por: La Autora

Análisis interpretación

De las 381 personas encuestadas, correspondiendo al 92% respondieron que si consumen postres en su dieta, mientras que 8% respondió que no los consume.

La encuesta continuara con las personas que respondieron que si consumen postres siendo estas 355.

Pregunta N°2 ¿Cada cuánto los consume?

Tabla 12 Frecuencia con los que se consume

Respuestas	N° personas	Porcentaje
Diario	73	20.56%
3 veces por semana	187	52.68%
2 veces por semana	55	15.49%
2 veces al mes	40	11.27%
Total	355	100%

Fuente: Encuesta 2017

Elaborado por: La autora

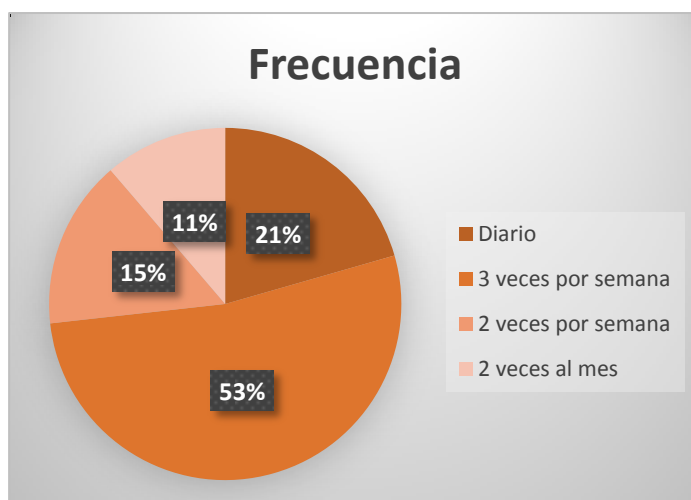


Grafico 2

Frecuencia

Fuente: Encuestas 2017

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

De la encuesta aplicada a 355 personas, el 20,56% respondieron que consumen diariamente postres, 52,68% respondieron que consumen 3 veces por semana, 15,49% respondió que consume 2 veces por semana y 11,27% respondió que los consume 4 veces por semana.

Con los resultados obtenidos se puede observar que la mayor parte de las personas encuestadas consumen postres tres veces por semana lo que será de beneficio para la empresa.

Pregunta N° 3 ¿Conoce los beneficios de la quínoa y avena?

Tabla 13
Conocimiento del producto

Respuesta	N° personas	Porcentaje
Si	338	95.21%
No	17	4.79%
TOTAL	355	100%

Fuente: Encuesta 2017

Elaborado por: La autora



Gráfico 3
Conocimiento del producto

Fuente: Encuestas 2017

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

De un total de 355 personas encuestadas, 95,21% respondió que conoce los beneficios de la quínoa y el 4,79% respondió que no conoce de los beneficios.

Observando los resultados de las encuestas la mayor parte de las personas encuestadas respondieron que sí, lo que ayudara a la aceptación del producto por sus beneficios.

Se continuara la encuesta con las personas que su respuesta fue positiva el total es de 338 personas.

Pregunta N° 4 ¿Qué productos elaborados en base a quínoa y avena es de su preferencia?

Tabla 14 Nivel de demanda por producto

Respuestas	N° de personas	Porcentaje
Galletas	91	26,92%
Crema	47	13,91%
Postres	125	36,98%
Sopas	75	22,19%
Total	338	100%

Fuente: Encuesta 2017

Elaborado por: La autora



Gráfico 4

Nivel de demanda por producto

Fuente: Encuestas 2017

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

De 338 encuestados se verifico que el 26,92% respondió que prefiere las galletas, mientras que el 13,91% prefiere las cremas, el 36,98% les gusta más los postres con quínoa y avena y el 22,19% elige las sopas como alimento de su preferencia.

Luego de analizar las respuestas se concluye que el producto de preferencia son los postres.

Pregunta N° 5 ¿En qué medio observa con mayor medida la publicidad?

Tabla 15 Preferencia de medios de publicidad

Respuestas	N° de personas	Porcentaje
Televisión	110	32,54%
Redes sociales	147	43,49%
Internet	71	21,01%
Radio	10	2,96%
Total	338	100%

Fuente: Encuesta 2017

Elaborado por: La autora

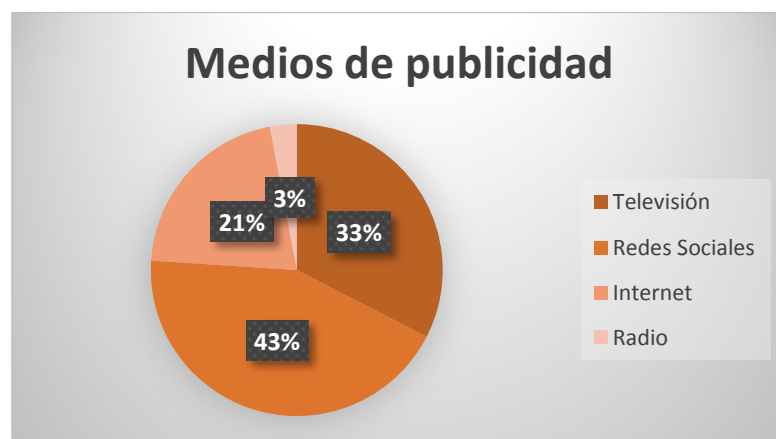


Gráfico 5
Medios de publicidad

Fuente: Encuestas 2017

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

Del total de encuestados equivalentes al 32,54% respondió que prefiere la televisión como medio de publicidad, el 43,49% prefiere redes sociales, 721,01% elige el internet como medio de publicidad y 2,96% prefiere la radio como medio publicitario. Actualmente las redes sociales y el internet son los medios de comunicación más utilizados por los usuarios para informarse, por lo cual se tomara más énfasis en estos dos medios de publicidad.

Pregunta N°6 ¿Cuánto paga por sus postres preferidos?

Tabla 16 Nivel de aceptación de precios por postres

Respuestas	N° de Personas	Porcentaje
\$4,50	92	27.22%
\$5	201	59.47%
\$ 5,50	26	7.69%
\$6 en adelante	19	5.62 %
Total	338	100%

Fuente: Encuesta 2017

Elaborado por: La autora

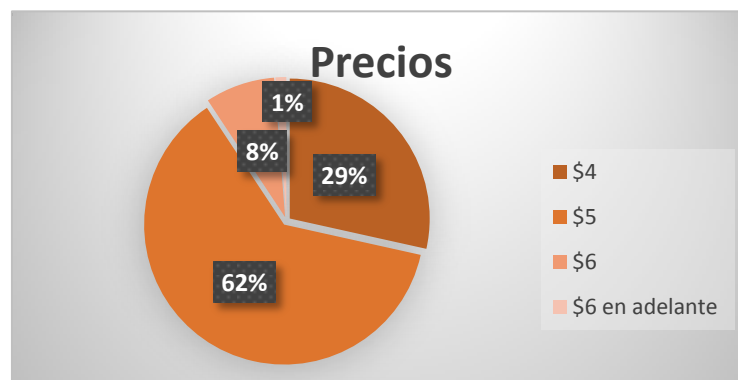


Gráfico 6 Precios

Fuente: Encuestas 2017

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

Del total de encuestados, el 27,22% de personas respondieron que pagarían \$4,50 por los postres de quínoa y avena, el 59,47% pagaría el valor de \$5,00 7,69% pagarían \$5,50 por postre y 5,62% pagarían \$6 o más.

Según los resultados de las encuestas los postres podrían tener un valor aproximado de 4 a 6 dólares por postre.

Pregunta N° 7 Si existiera otra alternativa a los postres comunes, los consumiría?

Tabla 17 Aceptación de los postres

Respuestas	N° de personas	Porcentaje
Si	321	94,97%
No	17	5,03%
Total	338	100%

Fuente: Encuesta 2017

Elaborado por: La autora



Gráfico 7

Aceptación del postre

Fuente: Encuestas 2017

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

Del total de personas encuestadas 94,97% que aceptarían optar por una nueva alternativa de en postres los cuales serían postres más sanos como lo son el de quínoa y avena, 5,03% no aceptan cambiar los postres comunes.

La mayor parte de los encuestados si aceptan el nuevo producto y al ser un porcentaje mínimo el que dio una respuesta negativa, los nuevos postres tendrán la aceptación necesaria.

Pregunta N°8 ¿Qué es lo que más le atrae de los postres?

Tabla 18 Atracción del postre

Respuestas	N° de personas	Porcentaje
Precio	150	44,38%
Sabor	85	25,15%
Presentación	68	20,12%
Duración	35	10,36
Total	338	100%

Fuente: Encuesta 2017

Elaborado por: La autora



Grafico 8

Atracción por los postres

Fuente: Encuestas 2017

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

De los 338 encuestados 44,38% respondieron que lo que más les atrae de los postres es el precio, 25,15% le atrae más el sabor, el 21,30% se interesa más por la presentación de los postres y el 10,36% les atrae más la duración.

Lo que más atrae a los consumidores de los postres son los precios, deberán ser precios asequibles y buen sabor.

Pregunta N° 9 ¿Cuál de estos endulzantes sería de su preferencia para los postres de quínoa y avena?

Tabla 19 Preferencia de endulzante

Respuestas	N° de personas	Porcentaje
Azúcar	117	34,62
Stevia	173	51,18
Azúcar Morena	48	14,20
Total	338	100%

Fuente: Encuesta 2017

Elaborado por: La autora

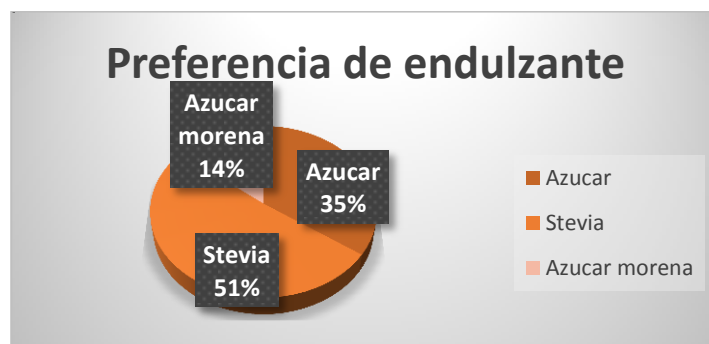


Gráfico 9

Preferencia de endulzante

Fuente: Encuestas 2017

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

Del total de personas encuestadas 34,62% respondió que prefiere el azúcar como endulzante en los postres, 51,18% elige Stevia endulzante natural para sus postres y 14,20% opta por el azúcar morena.

Pregunta N° 10 ¿Qué aspecto considera al momento de adquirir un postre?

Tabla 20 Motivación para consumir postres

Respuestas	N° personas	Porcentaje
Calidad	181	53,55%
Garantía	107	31,66%
Buen trato al cliente	40	11,83%
Rapidez del servicio	10	2,96%
Total	338	100%

Fuente: Encuesta 2017

Elaborado por: La autora



Grafico 10 Motivación para consumir postres

Fuente: Encuestas 2017

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

De los encuestados el 53,55% respondieron que su motivación para comprar postres es la calidad del producto, 31,66% respondió que su motivación es la garantía del producto, 11,83% prefiere el buen trato que se los brinda y el 2,96% prefiere la rapidez del servicio.

Pregunta N°11 ¿Cuál de estos postres es de su preferencia?

Tabla 21 Postre de preferencia

Respuesta	N° personas	Porcentaje
Flan de quínoa	83	24,56%
Cupcakes	79	23,37%
Galletas de avena y quínoa	108	31,95%
Waffles	68	20,12%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuestas 2017

Elaborado por: La Autora



Gráfico 11 Postre de preferencia

Fuente: Encuestas 2017

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

De 338 encuestados se verifico que el 24,56% respondió que prefiere las galletas, mientras que el 23,37% prefiere las cremas, el 31,95% les gusta más los postres con quínoa y avena y el 20,12% elige las sopas como alimento de su preferencia.

Luego de analizar las respuestas se concluye que el producto de preferencia son los postres.

1.2.2 Demanda potencial

Para determinar la demanda actual del proyecto, se investigó el número de habitantes hombres y mujeres en edades de 20 hasta 69 años en la parroquia Quitumbe del Distrito Metropolitano de Quito dando un total de 45.724 habitantes.

Al no hallarse datos históricos que den una idea clara de la demanda pasada, se procede a tomar el resultado obtenido al aplicar la encuesta en la pregunta número 1, la cual interroga a los encuestados si consumen postres del cual se obtiene que el 93,18% si lo consumiría en base a esto se realizar los cálculos correspondientes:

$$45.724 \quad x \quad 93,18\% \quad = \quad 42.605 \text{Número de personas}$$

El resultado obtenido se multiplica por el valor en relación a la frecuencia con la que consumen postres los clientes en un mismo año, este dato se obtiene de la pregunta número 2 de la encuesta, es decir se multiplicara 42.605 personas por la frecuencia en la que consumen postres al año.

Tabla 22 Calculo de la demanda

Frecuencia	Porcentaje de datos		Frecuencia de consumo	Unidades al mensual
Diario	20,56%	8.760	30	262788
2 veces por semana	52,68%	6.599	12	52796
3 veces por semana	15,49%	22.444	8	269332
2 veces al mes	11,27%	4802	2	9.603
TOTAL				594.519
TOTAL ANUAL				7'134.228

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La Autora

Para realizar la proyección mencionada al resultado obtenido se aplica la tasa de crecimiento del 1.95% (Villacís & Carrillo, 2011) como se muestra a continuación:

Tabla 23 Demanda Proyectada

Año	Número de postres
2017	7.134.228
2018	7.273.345
2019	7.415.176
2020	7.559.772
2021	7.707.187

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La Autora

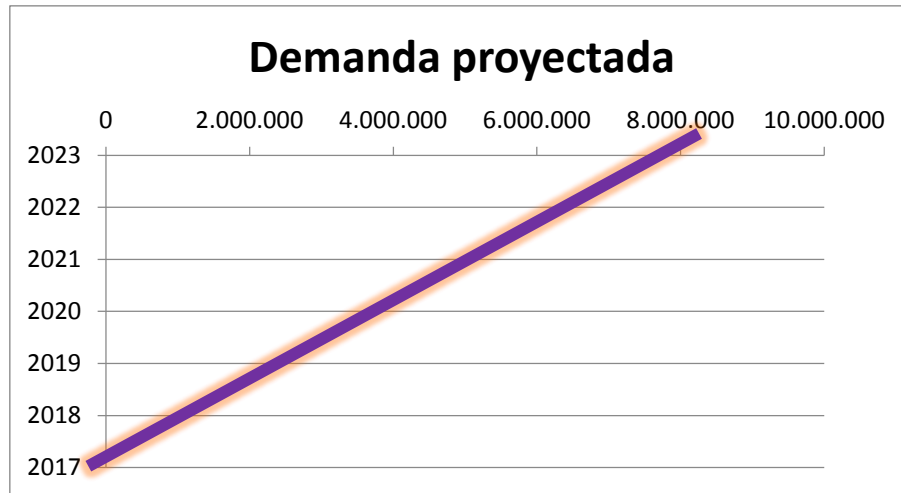


Grafico N° 11 Demanda proyectada
Fuente: Investigación de campo, 2017
Elaborado por: La Autora

Con estos resultados se puede concluir que la demanda del servicio presenta un incremento anual, considerando que el año 2017 existe una demanda de 7.134.228 crecimientos de la población y para el 2022 se alcanzara la cifra de 7.857.477 personas, indica que la demanda por este producto aumentara favorablemente, lo cual será rentable para el negocio.

1.3 ANALISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

1.3.1 Análisis del micro ambiente

Las 5 fuerzas de Porter son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa. Según Porter, si no se cuenta con un plan perfectamente elaborado, no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma; lo que hace que el desarrollo de una estrategia competente no solamente sea un mecanismo de supervivencia sino que además también te da

acceso a un puesto importante dentro de una empresa y acercarte a conseguir todo lo que soñaste. (Porter, 2017)

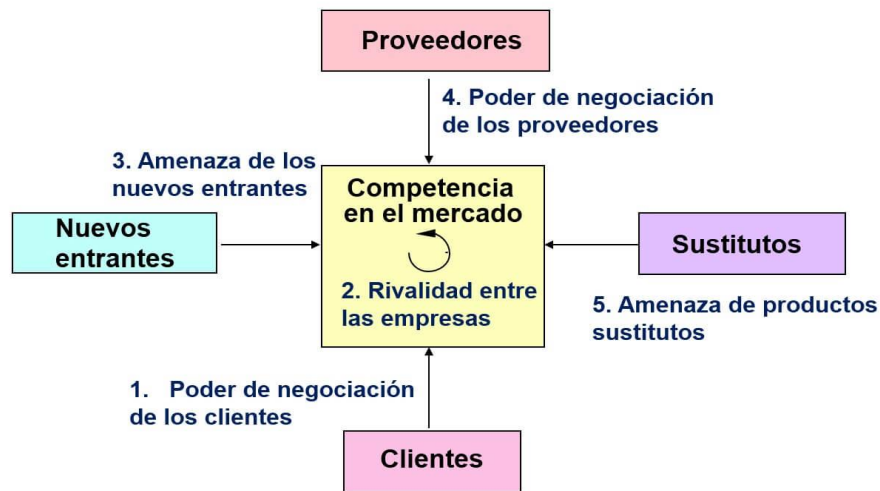


Figura 1

5 fuerzas de Porter

Fuente: 5 fuerzas de Porter

Elaborado por: La Autora

- **El poder de negociación con los clientes**

Los compradores de este producto tienen el poder de negociación, ya que la fuente principal de los ingresos es que ellos adquieran el producto. Los márgenes de beneficio en cada uno de estos segmentos demuestran notablemente el poder de compra y cómo los clientes especiales pagan precios diferentes en función de su poder de negociación.

- **Rivalidad entre las empresas**

La empresa de postres a base de quínoa y avena podría tener rivalidad con grandes empresas que se dediquen a realizar postres como lo son Fontana, frutería Monserrate, Honey & Honey entre otras. Lo que

diferencia nuestros postres es que en ninguna de estas grandes empresas hay postres con base de quínoa y avena y sus precios son algo elevados.

- **Amenaza de nuevos entrantes**

Para que los nuevos entrantes no sean un problema para la comercialización de los postres tendrá algo innovador, una extensa variedad para todos los gustos y precios que sean accesibles para todos.

- **El poder de negociación con los proveedores**

El principal ingrediente de los postres son la quínoa y avena por lo tanto se debe tener relación con los proveedores para que sean quienes provean de la materia prima como lo es la quínoa y avena.

- **La amenaza de productos sustitutos**

Hay una gran cantidad de productos sustitutos para los postres de avena y quínoa como lo pueden ser, brownies, gelatina, yogurt, arequipe, barras energéticas. Pero para evitar que los clientes prefieran los productos sustitutos se tendrá una amplia variedad de productos combinados con algo más que quínoa y avena.

1.3.2 Análisis del macro ambiente

Para este punto se realizara un análisis económico, político, tecnológico y legal sobre la situación actual del país.

En lo económico: Ecuador atraviesa por momentos difíciles en cuanto a su economía ya que tiene un endeudamiento externo que afecta a todos los habitantes.

En cuanto a inflación hasta enero del 2018 cuenta con 0,9% cifra que no es alta en comparación a años anteriores, lo que será de gran ayuda para la venta de los productos.

En lo político: actualmente el Ecuador se encuentra en un gobierno estable, el cual día a día se encuentra trabajando por mejoras en el país, este factor no es trascendental en la empresa.

En lo tecnológico: a pesar de no ser un país tan desarrollado cuenta con la tecnología necesaria para la producción de postres, con el paso de los años se espera se incremente la tecnología y elaborar los procesos de manera más rápida.

En lo legal: existen diferentes acuerdos, normas, leyes, entre otras que se encuentran establecidas, para la constitución y creación de una nueva empresa.

1.3.2.1 Matriz EFE

Este instrumento para formular estrategias resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. (Planeación estratégica, 2009)

Tabla 24 Matriz EFE

Factor externo clave	Ponderación	Calificación	Total
OPORTUNIDADES			
Servicio de calidad	15%	4	0,6
Originalidad y creatividad.	11%	3	0,33
Adaptación a las necesidades.	10%	3	0,3
Precios accesibles.	9%	2	0,18
Producto saludable	9%	2	0,18
AMENAZAS			
Competidores con productos similares.	11%	2	0,22
Competencia con alta experiencia.	10%	2	0,2
Poca acogida en el mercado	10%	1	0,1
Factores climáticos que dificulten el cultivo de materia prima.	8%	3	0,24
La entrada en el mercado de nuevas empresas más tecnificadas	7%	3	0,21
TOTAL	100%		2.56

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La Autora

Peso relativo de cada factor, donde 0 no es importante y 1 es muy importante. Calificación de 1 a 4, donde 1 significa que las estrategias de la empresa no son efectivas para responder a cada factor y 4 que las estrategias presentes de la empresa son muy efectivas para responder. La suma total de las calificaciones ponderadas determinan el peso ponderado de la organización.

1.3.2.2 Matriz EFI

La matriz de evaluación de los factores externos (EFE) permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva.

(Contreras, 2006).

Tabla 25 Matriz EFI

Factor interno clave	Ponderación	Calificación	Total ponderado
FUERZAS			
Servicio de calidad.	15%	4	0,6
Originalidad y creatividad.	15%	4	0,6
Adaptación a las necesidades.	18%	3	0,54
Precios accesibles.	14%	3	0,42
Producto saludable	6%	4	0,24
DEBILIDADES			
Empresa no conocida.	5%	1	0,05
Lenta difusión del servicio.	5%	2	0,1
Poca experiencia en el mercado.	10%	1	0,1
Falta de infraestructura para el mejoramiento constante de la producción.	8%	2	0,16
Pocos proveedores.	4%	1	0,04
TOTAL	100%		2,85

Fuente: Investigación de campo ,2017

Elaborado por: La Autora

Peso relativo del factor para alcanzar el éxito de la industria en la empresa, donde 0 no es importante y 1 es absolutamente importante. Calificación de 1 a 4, donde 1 es igual a debilidad mayor, 2 debilidad menor, 3 fortaleza menor y 4 fortaleza mayor. La suma total de las calificaciones ponderadas determinan el peso ponderado de la organización.

1.3.3 Proyección de la oferta.

La proyección de la oferta se hace en base a la observación directa de cinco lugares donde se expenden postres ubicados alrededor y fuera del sector, donde se observa el número de personas que compran postres a diario en cada uno de los establecimientos y por ende el número de postres que se despachan; con la información se procede a realizar las operaciones necesarias, esto ayudara a determinar la afluencia mensual y anual de los consumidores y determinar la oferta actual.

Tabla 26 Número de postres

Locales venta de postres		Número de personas	
Locales de postres	N° CLIENTES DIARIOS	Cientes mensuales	Cientes anuales
Sweets	80	2400	28.800
Panificadora Ambato	105	2520	30.240
Bendito Cupcake	70	1680	20.160
Mia cafetería & pastelería	90	2160	25.920
Que rico pan	84	2016	24.192
Minimarket Yolanda	68	1632	19.584
Tienda de Abarrotes Daniel	69	1656	19.872
			168.768

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Promedio

$$20,56\% * 30 + 52,68\% * 12 + 15,49\% * 8 + 11,27\% * 2 = 14$$

$$168.768 * 14 = 2.362.752 \text{ Oferta}$$

Con el cálculo realizado se puede estimar que la venta de postres por los locales comerciales de los alrededores es de 2.362.752 por establecimiento.

El resultado alcanzado muestra el número total de la oferta al año 2017, con esta información se realizara la proyección de la oferta hasta el año 2021, aplicando la tasa del 1,95% (Villacís & Carrillo, 2011) correspondiente a la tasa de crecimiento poblacional anual, como se visualiza a continuación:

Tabla 27 Oferta proyectada

Año	Número de personas
2017	2.362.752
2018	2.408.826
2019	2.455.798
2020	2.503.686
2021	2.552.508

Fuente: Investigación de campo, 2017
Elaborado por: La Autora

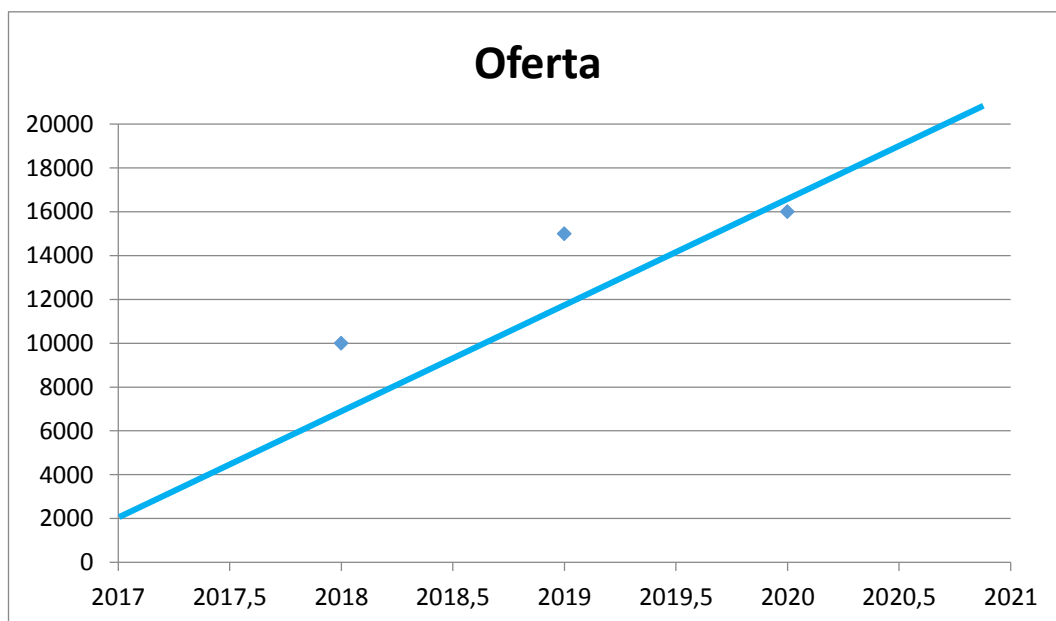


Grafico N° 12 Oferta proyectada

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La Autora

Con los resultados adquiridos se concluye que la oferta de los productos presenta un incremento anual para este tipo de negocio, tomando en cuenta que desde el año 2017 es de 2.362.752 y para el año 2021 asciende a 2.552.508 ahí un notable crecimiento, lo que indica que este tipo de negocio tiene gran apertura en el mercado y por ende habrá mayores ingresos para este negocio.

1.4. Demanda Potencial Insatisfecha

Para determinar la demanda potencial insatisfecha se toman como referencia los valores obtenidos en las proyecciones de oferta y demanda, como se refiere a continuación:

Tabla 28 Demanda potencial insatisfecha

Año	Demanda de postres	Oferta de postres	Demanda insatisfecha
2017	7.134.228	2.362.752	4.771.476
2018	7.273.345	2.408.826	4.864.519
2019	7.415.176	2.455.798	4.959.378
2020	7.559.772	2.503.686	5.056.086
2021	7.707.187	2.552.508	5.154.679

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La Autora

Según los resultados alcanzados se puede observar que la demanda insatisfecha del año 2017 es de 4.771.476 traducida en cantidad de personas, mientras que en el año 2021 la cantidad asciende a 5.154.679 es el número potencial de personas a los cuales se quiere llegar con la distribución de postres de quínoa y avena.

1.5 Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación)

Para la promoción y publicidad de los productos de Sweet Passion al ser una empresa nueva se tendrá que implementar distintas formas publicitarias con el fin de dar a conocer la empresa y que tenga la acogida necesaria en el mercado.

Las estrategias que se implementaran son las siguientes:

- Creación de una página en Facebook e Instagram.
- Creación de una página web.
- Hojas volantes
- Promociones

1.5.1 Plan de medios

1.5.1.1 Objetivo

Planear una campaña publicitaria de lanzamiento, utilizando medios de comunicación informáticos para atraer a los clientes potenciales y que se genere la rentabilidad esperada.

1.5.1.2 Target

El mercado objetivo del presente proyecto son habitantes del Sur de Quito en edades a partir de los 15 años en adelante genero indistinto pertenecientes a cualquier clase social, con capacidad económica y que requieran comer sanamente y no dejen de lado los dulces.

1.5.1.3 Estrategia

Se usara el internet como medio de publicidad.

Como primer punto para la campaña publicitaria será la creación de una página web donde el público en general conocerá la existencia de la empresa, detallando los postres de los cuales se podrán deleitar, ubicación, horarios de atención, teléfonos de contacto, entre otros.

Se creara una página en Facebook al ser una de las redes sociales con más demanda y captación de clientes potenciales.

1.5.1.4 Canales

Los medios y canales de comunicación son el soporte que transmite la información desde el emisor, que es quien la envía, hasta el receptor, que es quien la recibe. Radio, prensa, televisión, internet, teléfono, e-mail, son muchos los

canales de comunicación que podemos utilizar para llegar a nuestros clientes.
(Instasent, 2017)

Los canales de comunicación que se utilizan son medios digitales.

1.5.1.5 Medios

Los medios que se utilizaran para la publicidad serán digitales y físicos los cuales serán:

- Página web
- Facebook
- Hojas volantes

1.5.1.6 Presupuesto

Para el plan de medios se debe tener la capacidad monetaria necesaria para que el mismo se pueda ejercer y obtener el objetivo planeado.

Tabla 29

Presupuesto plan de medios

Medio	Cantidad	Costo unitario	Total	Frecuencia	Costo anual
Internet	1	25,00	\$25,00	1 vez al mes	\$300
Capacitación para uso de página web	1	15,00	\$15,00	1 vez al año	\$15,00
Publicidad interior	4	30,00	\$120,00	1 vez cada dos años	\$60
Rótulos exteriores	2	75,00	\$150,00	1 vez cada dos años	\$75
Hojas volantes	10.000	0,03	\$300	1 vez al año	\$300
TOTAL					\$750

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La Autora

1.5.1.7 Cronograma

Para desarrollar las actividades planteadas en el plan de medios debe existir organización y control de las mismas, para lo cual se elaborara un cronograma donde estarán reflejadas las acciones a realizar.

Tabla 30 Cronograma

Actividad	Producto/ herramienta	Frecuencia
Página web		Mensual
Revisión Facebook	Facebook	Diario
Publicidad interior e exterior	Rotulación	Cada 2 años
Entrega de volantes	Volantes	Diario

Fuente: Investigación de campo 2017

Elaborado por: La autora

1.6 Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución)

Canal de distribución

Un canal de distribución es el conducto que cada empresa escoge para llevar sus productos al consumidor de la forma más completa, eficiente y económica posible. (Gestiopolis, 2002)

Los productos serán distribuidos de manera indirecta se realizara a los locales que van a comercializar los productos, en este caso se distribuirá a panaderías del sur de Quito. De los cuales se realizara un seguimiento para conocer cómo avanza la comercialización de los postres en cada lugar al que se distribuyó.

También se realizara la comercialización con clientes que requieran comprar los postres sean en cantidades pequeñas o grandes.



Figura 2
Canales de distribución
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

1.7 Seguimiento de clientes

Para conocer las diferentes opiniones, sugerencias, entre otros de cada uno de los clientes se procederá a realizar lo siguiente:

- ✓ Tener un buzón de sugerencias.
- ✓ Realizar una pequeña encuesta en línea para los clientes.
- ✓ Sugerir dejar comentarios en la página de Facebook.
- ✓ Solicitar una calificación de los productos.

Cada una de estas acciones ayudara a conocer lo que se debe mejorar en el servicio o en los productos.

1.8 Especificar mercados alternativos.

Los mercados alternativos que tiene este tipo de servicio son los siguientes:

- ✓ Realizar acuerdos con empresas que ofrezcan servicio de catering para efectuar la distribución de los postres.
- ✓ Ofertar servicio a domicilio.
- ✓ Llegar a acuerdos con supermercados para que los postres estén a la venta y se conozcan mayor mente.
- ✓ Distribuir los postres en Minimarket.

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1 Descripción del proceso

2.1.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarios para llevar a cabo una actividad o lograr un objetivo. (Guzman, 2013)

2.1.1.1 Mapa de procesos

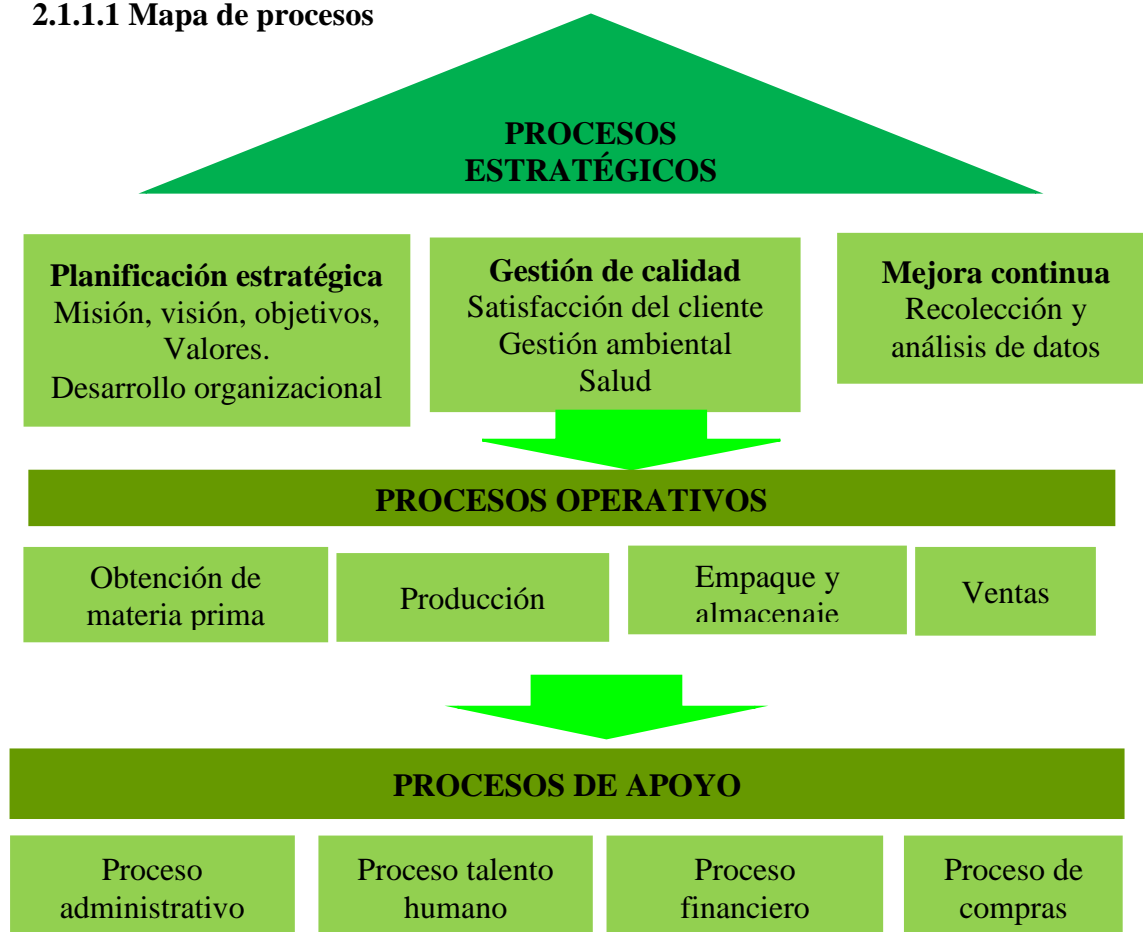


Figura 3 Mapa de proceso
Fuente: Investigación de campo 2017
Elaborado por: La Autora

2.1.1.2 Procesos de la empresa

Para una organización lo más importante son los procesos con los que cuenta, esto ayudara a conocer el criterio de los clientes. A continuación los procesos de la empresa:

Proceso de adquisición

Para iniciar el proceso de producción de postres de quínoa y avena empieza con la obtención de la materia prima, insumos necesarios para la preparación de los postres lo necesario para el producto final.

Descripción del proceso:

Se inicia el proceso cuando se verifica la necesidad de compra, el jefe de compras será el encargado de solicitar una cotización, el proveedor emitirá la misma, se autoriza a realizar la compra del insumo, el proveedor despacha lo solicitado, se almacena en bodega, se revisa que este todo lo solicitado.

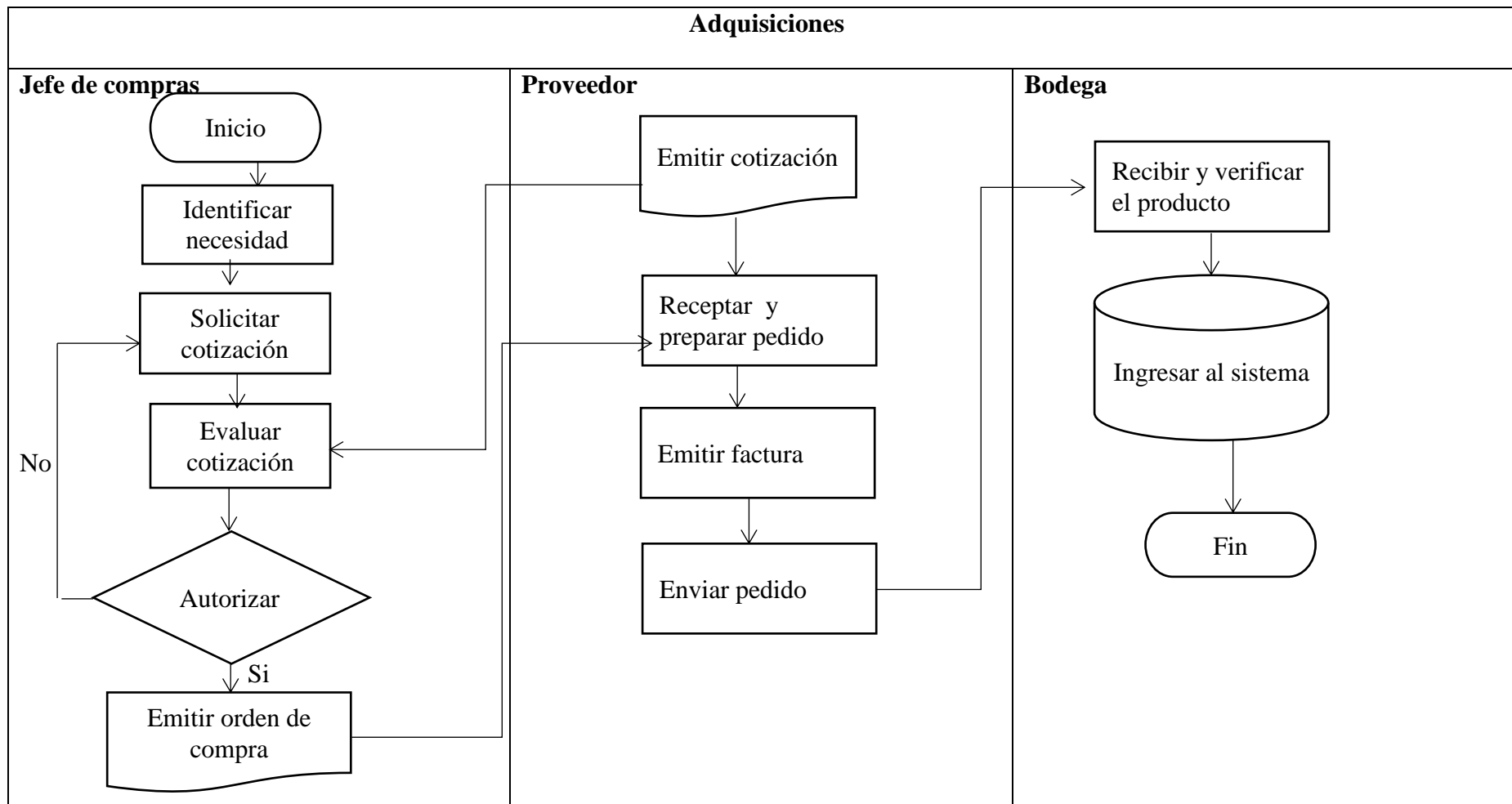


Figura 4 Proceso de la empresa
 Fuente: Investigación de campo 2017
 Realizado por: La Autora

Proceso de recepción de pedido:

Uno de los procesos más importantes dentro de la atención al cliente es el proceso de recepción de pedidos, aquí es donde el usuario tiene la primera impresión del servicio.

Descripción del proceso:

El cliente acudirá al local el asesor de ventas recibirá e ingresará el pedido con los datos del cliente, se realiza la cantidad de postres solicitados, se revisa la calidad, se confirma la hora de entrega.

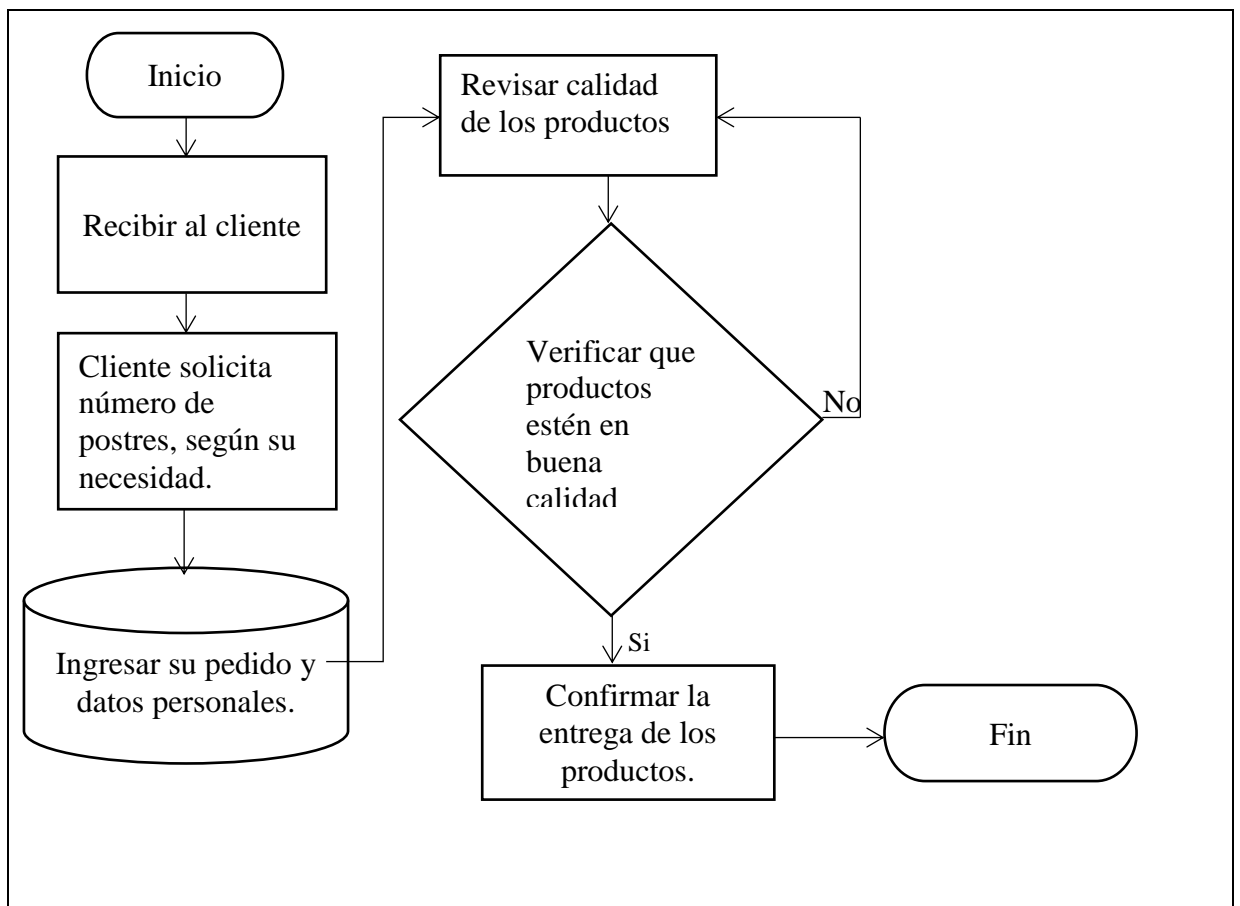


Figura 5

Proceso de recepción de pedido

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La Autora

Proceso de elaboración de flan de quínoa

Dentro de este proceso la persona encargada de la elaboración de los postres, detectara las cantidades necesarias a utilizar.

Descripción del proceso

El repostero recibe la cantidad de flan que debe realizar, para constatar la entrega del producto completo, debe solicitar a la bodega los ingredientes y cantidades necesarias.

En caso de que el cliente no quiera alguno de los ingredientes que contiene el flan como es el caso del caramelo se deberá poner en la orden de compra.

Actividades

- Cocer la quínoa.
- Hervir la leche.
- Batir huevos con el stevia.
- Añadir a la mezcla de huevos y azúcar, leche y quínoa cocida.
- Opcional agregar caramelo.
- Colocar la mezcla de flan en recipientes, ponerlo en el horno.
- Dejar enfriar.

Proceso de elaboración de flan de quínoa

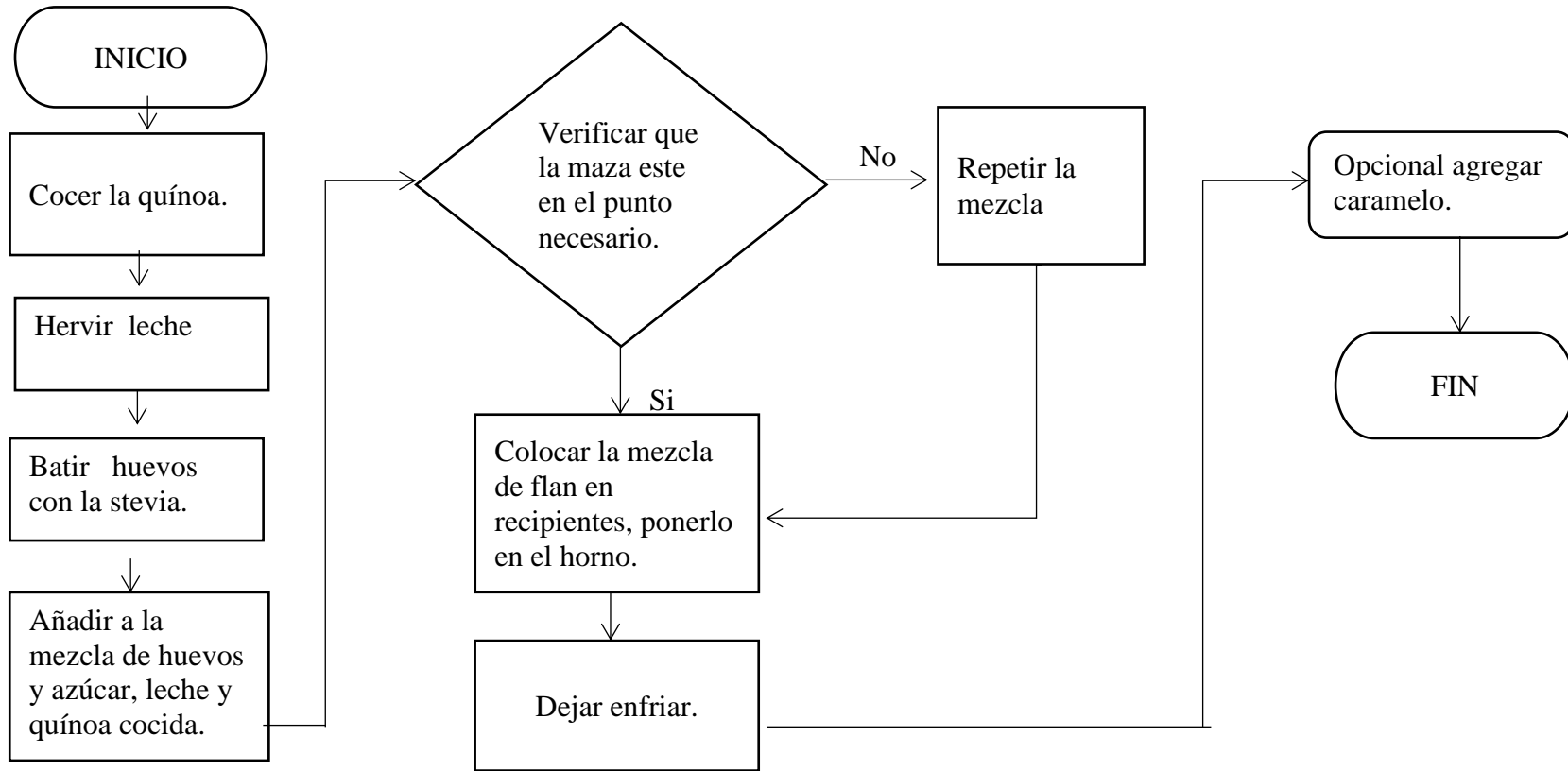


Figura 6 Proceso de flan de quínoa
Fuente: Investigación de campo, 2017
Elaborado por: La Autora

Proceso de elaboración de galletas de quínoa y avena

Este proceso ayudará al repostero a saber la calidad de galletas que se debe preparar.

Descripción del proceso

Para elaborar galletas de quínoa y avena el repostero necesitara cocinar la quínoa previamente y dejarla remojar.

En un bol se mezclara y removerá bien con una espátula todos los ingredientes, cuando la masa este uniforme y bien mezclada, se coloca en los moldes de galletas se pone dos o tres chispas de chocolate se coloca en el horno durante 30 a 40 minutos, hasta que estén doradas.

Proceso de elaboración de galletas de quínoa y avena

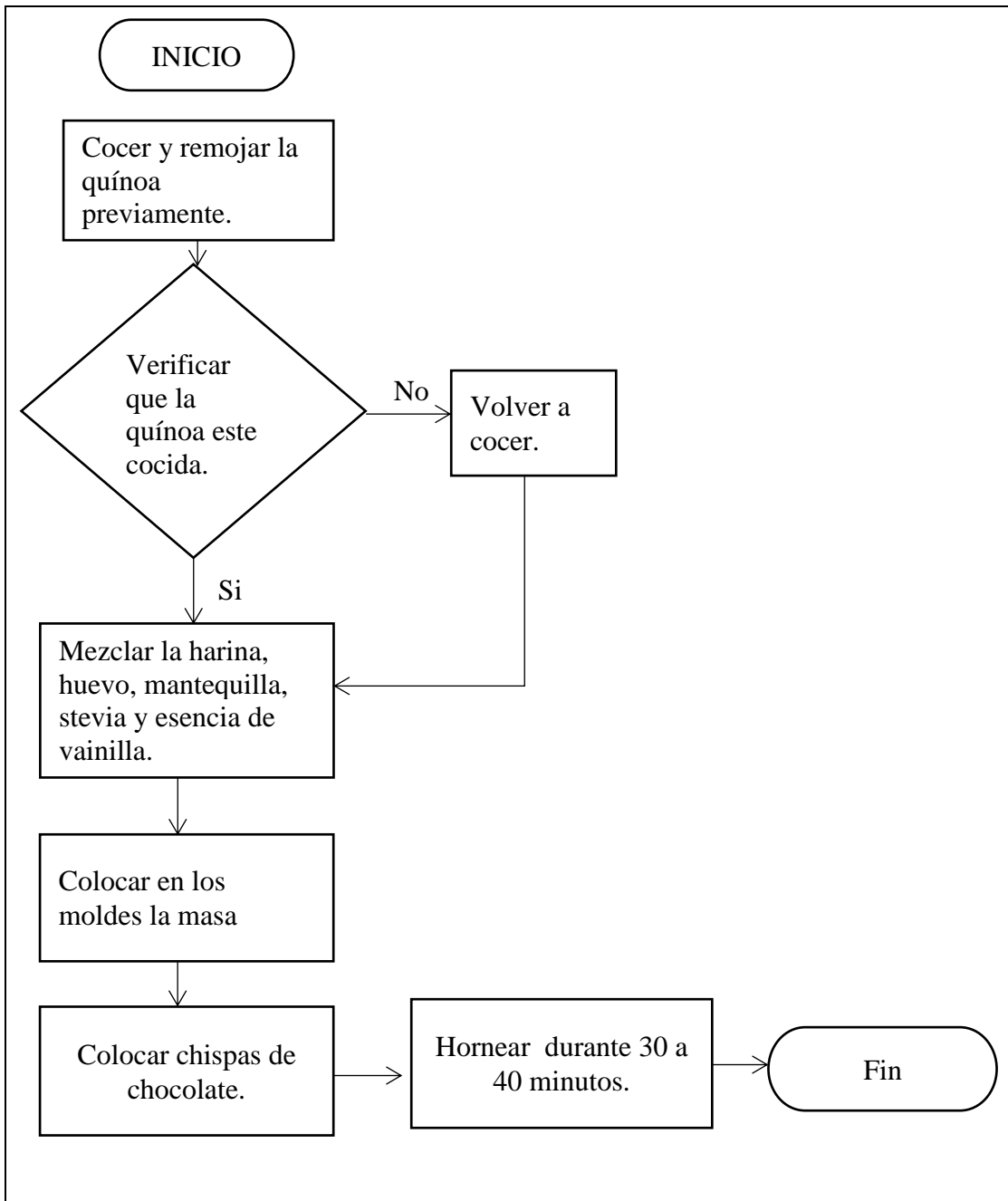


Figura 7
Elaboración de galletas de quínoa y avena
Fuente: Investigación de campo, 2017
Elaborado por: La Autora

Proceso de elaboración de Cupcakes de avena

Descripción del proceso

Para prepara Cupcakes se debe pre calentar el horno, después en un recipiente colocar avena con leche y dejar por 10 minutos.

Colocar los secos harina, polvo de hornear, canela, Stevia en un recipiente y mezclar.

Agregar huevos y aceite en la mezcla de los secos, se agrega la avena con leche a la mezcla anterior de secos con huevo y aceite.

Se mezcla todo junto se añade a los moldes correspondientes y coloca en el horno.

Proceso de elaboración de Cupcakes

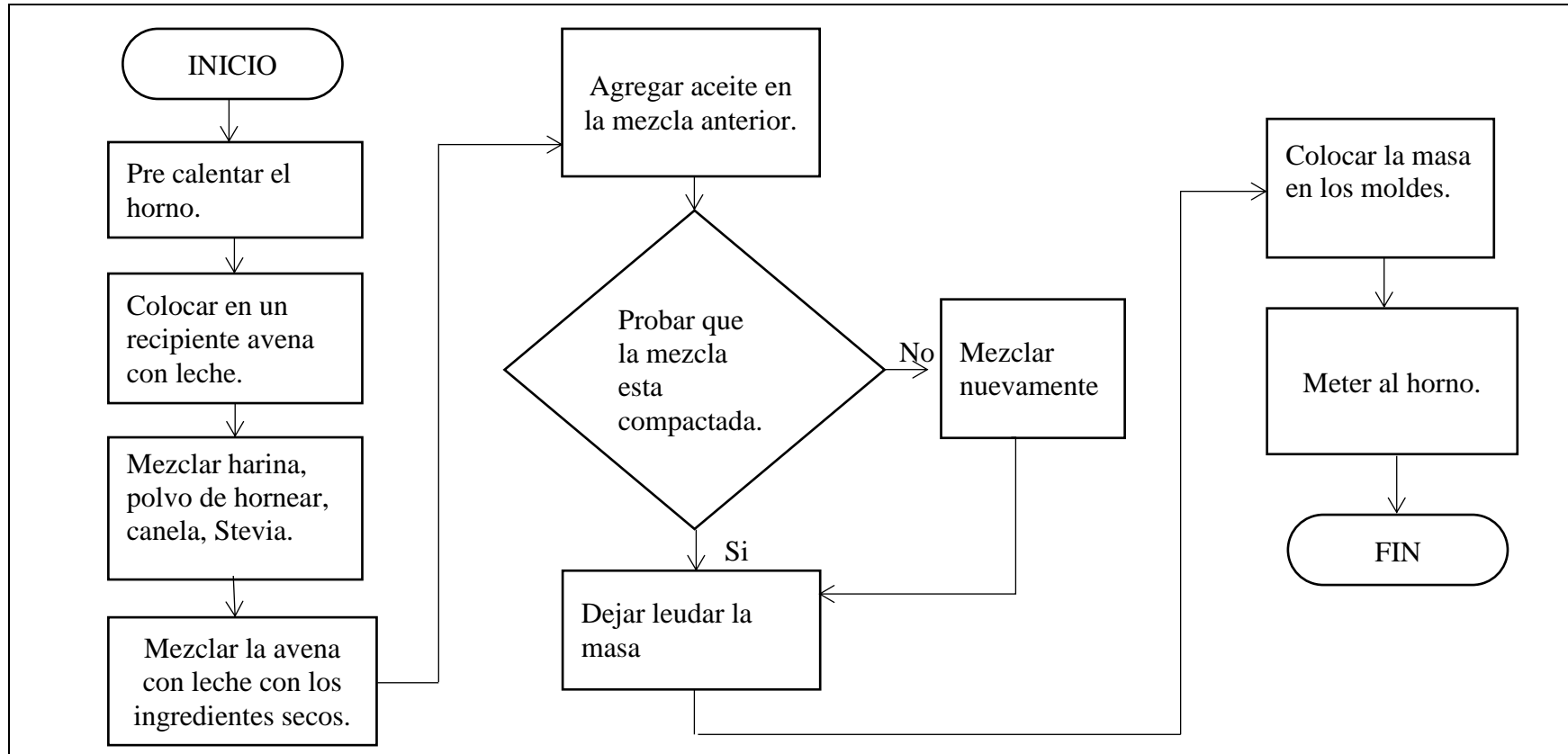


Figura 8 Elaboración de Cupcakes
Fuente: Investigación de campo, 2017
Elaborado por: La Autora

Proceso de elaboración de Waffles

Descripción del proceso

Para elaborar este postre se cocina previamente la quínoa después de haberla lavado.

En un bowl se mezclan los ingredientes quínoa cocida, harina, polvo para hornear, mantequilla y stevia revolver todo hasta que queden todos los ingredientes incorporados.

Calentar la wafflera con un poco de mantequilla, colocar la mezcla.

Se puede agregar frutas, mermelada o miel según lo que desee el cliente.

Proceso de elaboración de Waffles

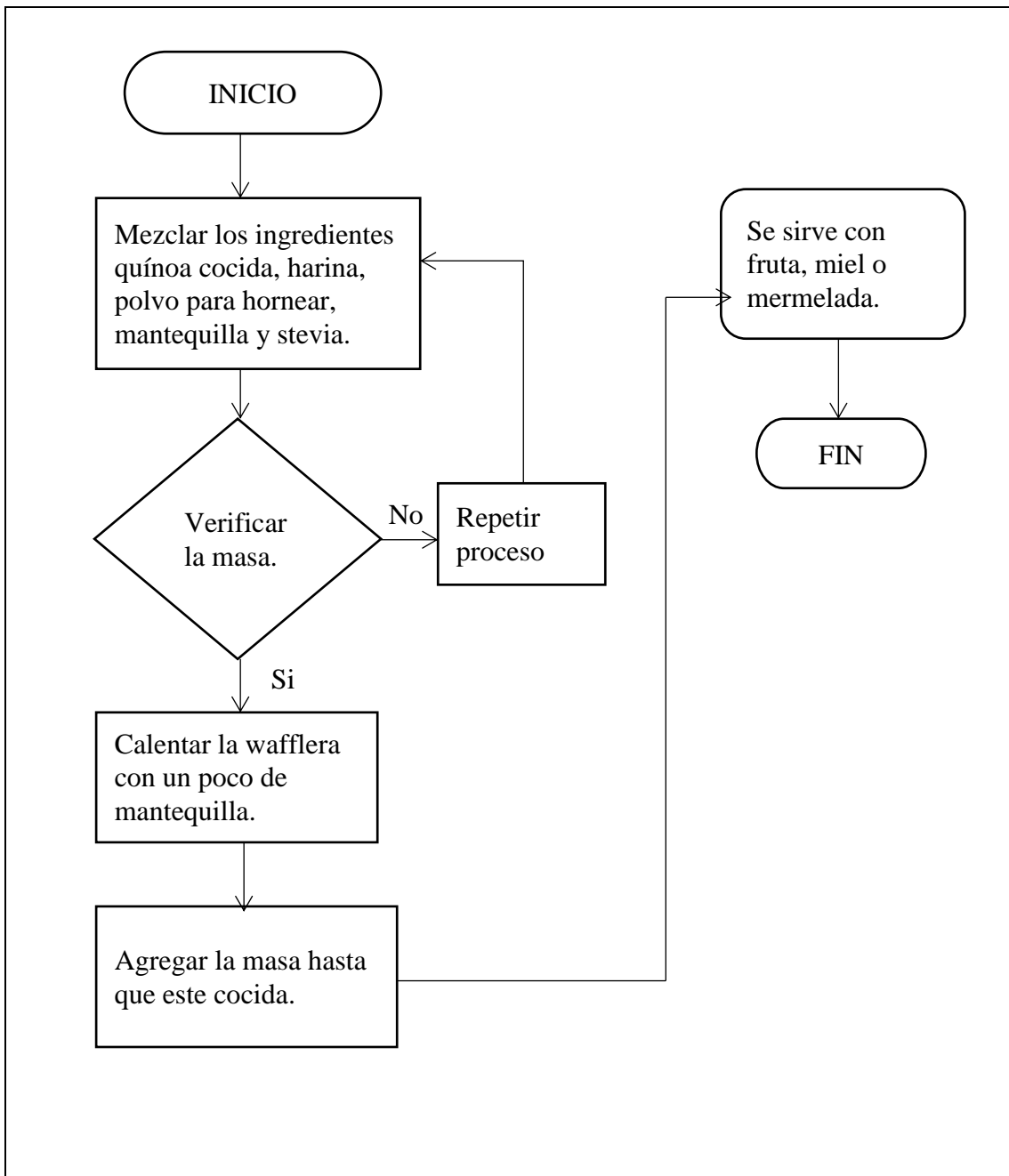


Figura 9
Elaboración de galletas de quínoa y avena
Fuente: Investigación de campo, 2017
Elaborado por: La Autora

2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

Como es de conocimiento anteriormente la empresa iniciaría sus operaciones correspondientes a la producción y comercialización de postres en el sector de la parroquia Quitumbe, a continuación se muestra la distribución de la misma:

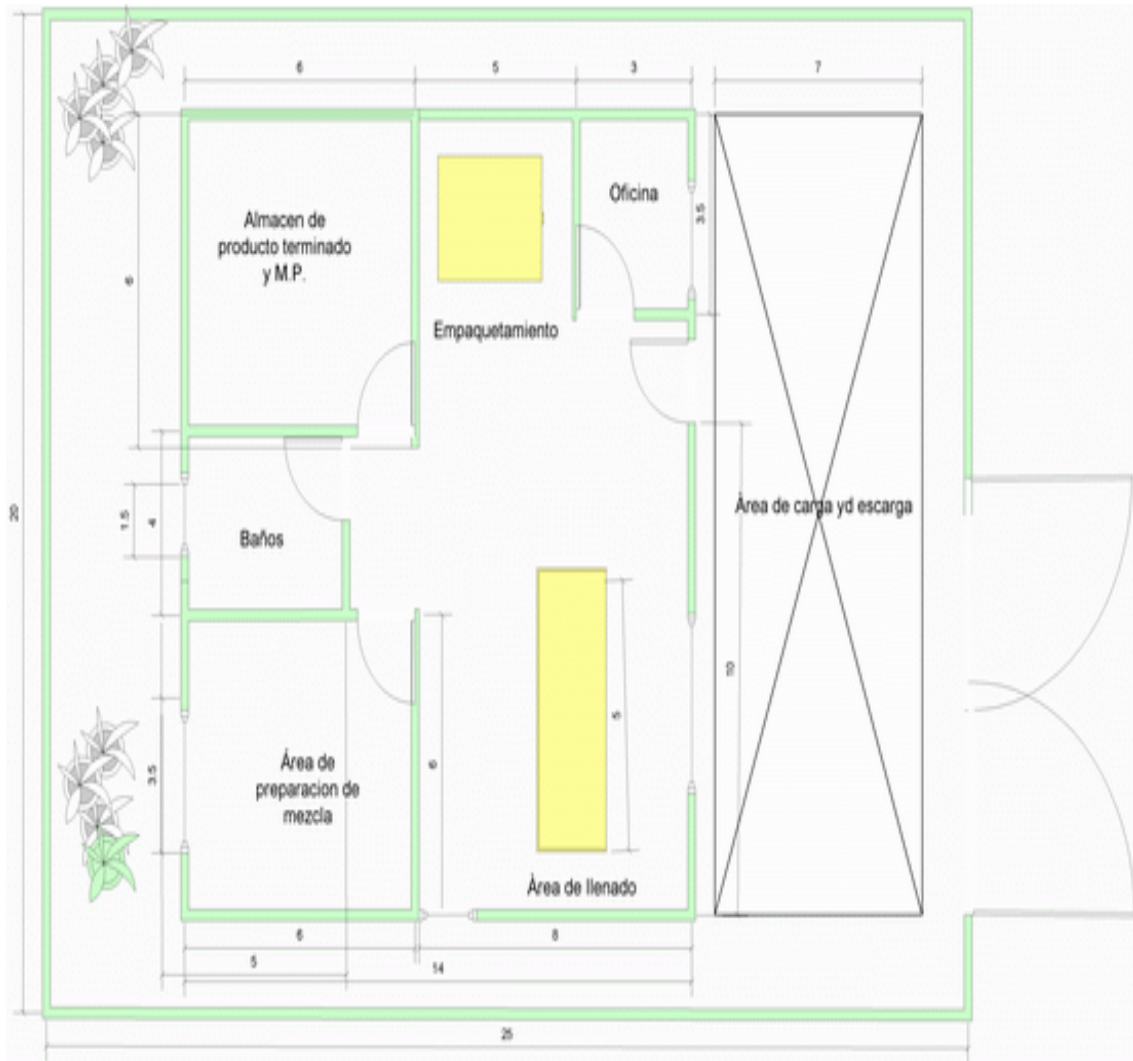


Figura 10




Plano de empresa

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La Autora

Tabla 31 Descripción de maquinaria




ACTIVIDAD	MAQUINARIA	CANTIDAD	COSTO
Licuar materia prima necesaria para las diferentes preparaciones.	<p>Licuadaora</p> 	1	\$85
Cocción de Waffles	<p>Wafflera</p> 	2	\$195
Para cocción de las diferentes recetas que se preparen.	<p>Horno</p> 	1	\$4500
Para almacenar productos que requieren temperaturas bajas.	<p>Refrigeradora</p> 	1	\$400
Cocción de productos.	<p>Cocina industrial</p> 	1	\$520
Mantiene en la temperatura adecuada los postres fríos.	<p>Frigorífico</p> 	2	\$3.000

Para mezclar grandes cantidades de masas	<p>Mescladora industrial</p> 	1	\$505
Para medir las cantidades adecuadas que requiere los postres.	<p>Balanza</p> 	1	\$20
Proporciona la crema chantillí necesaria.	<p>Batidora de crema</p> 	2	\$840
TOTAL			\$10.065

Fuente: Mercado libre Ecuador, 2017

Elaborado por: La Autora






Tabla 32 Descripción de equipos

Actividad	Equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Permite colocar los ingredientes correctamente.	<p>Mesa de trabajo</p> 	3	\$210	\$630
Es un recipiente utilizado para diversas técnicas de preparación de alimentos para dar forma al plato terminado.	<p>Moldes de Cupcakes</p> 	8	\$10	\$80
Es un recipiente para dar forma a las galletas.	<p>Moldes de galletas</p> 	6	\$5	\$30
Recipiente para elaborar flan y diferentes otras preparaciones.	Moldes metálicos	6	\$20	\$120
Utensilio para colocar en exhibición los Cupcakes.	Porta Cupcakes	3	\$19,50	\$58,50
Lavar utensilios utilizados.	Lavabo Industrial	1	\$360	\$360
TOTAL				\$1.278,50

Fuente: Mercado libre Ecuador, 2017

Elaborado por: La Autora

Tabla 33 Descripción de herramientas

Actividad	Equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Es un utensilio de cocina formado por un paño cocido en forma de tronco de cono o un cilindro solido que tiene una boquilla que puede ser de varios modelos.	<p>Manga pastelera</p> 	4	\$4	\$16
Recoge la mezcla eficientemente y es muy útil al momento de trabajar.	<p>Espátula/ paleta</p> 	10	\$3	\$30
Se utiliza para preparar diferentes mezclas o colocar diferentes ingredientes.	<p>Bol o Bowl</p> 	10	\$9	\$90
Se emplea para extender la masa.	<p>Rodillo de pastelería</p> 	2	\$7	\$14
Es un utensilio de cocina empleado en la mezcla de alimentos.	<p>Batidora manual</p> 	3	\$7	\$21
TOTAL				\$171

Fuente: Mercado libre Ecuador, 2017

Elaborado por: La Autora

Tabla 34 Descripción de equipos de oficina, computación y útiles de oficina

Equipos de computación			
Equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Laptop	3	\$415	\$1.235
Computadora de escritorio	2	\$439	\$878
Impresora copiadora	2	\$175	\$350
TOTAL			\$2.473
Equipos de oficina			
Teléfonos inalámbricos	3	\$35	\$105
Sumadora	2	\$40	\$80
TOTAL			\$185
Útiles de oficina			
Útiles de oficina (varios)	1	\$115	\$125
Documentos pre impresos		\$50	\$50
TOTAL			\$175

Fuente: Mercado libre Ecuador, 2017

Elaborado por: La Autora

Tabla 35 Descripción de muebles y enseres

Equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Escritorios	4	\$160	\$640
Sillas giratorias	4	\$49	\$196
Sillas de espera	2	\$110	\$220
Vitrina- Exhibidor	2	\$250	\$500
Archivador	2	\$120	\$240
Mesas y sillas	7	\$135	\$945
Caja registradora	1	\$1.140	\$1.140
TOTAL			\$6.681

Fuente: Mercado libre Ecuador, 2017

Elaborado por: La Autora

El personal que se requiere para el normal funcionamiento del negocio estar compuesto inicialmente por 6 personas, las cuales colaboraran en cada una de las Áreas asignadas dentro de la empresa, como se especifica a continuación:

Tabla 36 Descripción de personal

Cargo	Actividad	Tiempo	No. Personas	horas-hombre
Gerente general	Supervisión de todos los	8 horas diarias	1	40 horas semanales
Gerente de Finanzas	Elaboración de precios, ingresos, egresos de la empresa, mantener las	8 horas diarias	1	40 horas semanales
Repostero	Producción de diferentes postres	8 horas diarias	1	40 horas semanales
Auxiliar de repostería	Ayudar a la producción de postres.	6 horas diarias	1	30 horas semanales
Gerente de ventas	Venta y comercialización de postres	8 horas diarias	1	40 horas semanales
Bodeguero	Mantener inventario de materia prima	4 horas diarias	1	20 horas semanales

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La Autora

2.1.3 Tecnología a aplicar

La tecnología que se aplicara en la empresa serán computadoras con internet, para promoción del producto se realizara por medio de redes sociales, maquinaria que ayude a la producción de los postres.

Se contar con un sistema informático que maneje temas de inventario, ordenes de pedidos, contabilidad y facturación, dando reportes automáticos de esta manera ahorrar tiempo para la empresa y los clientes.

2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.1.2 Ritmo de producción

Tabla 37 Ritmo de producción

Actividad	No Personas	Tiempo Promedio	Tiempo normal	Ritmo de Trabajo
Verificar el correcto funcionamiento de todas las áreas y productos.	1	40 horas a la semana	8 horas diarias	5 días a la semana
Elaboración de presupuestos	1	30 horas a la semana	6 horas diarias	5 días a la semana
Producción de postres	2	40 horas semanales	8 horas diarias	5 días a la semana
Ventas de los productos	1	40 horas semanales	8 horas diarias	5 días a la semana

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

2.2.2 Capacidad instalada

Para obtener la capacidad instalada del negocio se deben tomar en cuenta varios factores, como el tiempo y el personal.

A continuación se pueden observar los tiempos necesarios para ejecutar cada uno de los procesos de preparación según el postre que requiera y el número de unidades que se elaboraron, con esta información se puede detallar la siguiente tabla, también se toma los datos de la pregunta número once donde se obtiene los porcentajes de cada postre:

Tabla 38 Capacidad Instalada

Producción diaria				Unidades	
Postres	Porcentaje				
Flan de quínoa	24,56%	} x 1.000	246	x 1	246
Galletas de avena y quínoa	23,37%		233	x 5	1165
Cupcakes	31,95%		320	x 4	1.280
Waffles	20,12%		201	x 1	201
			1.000		28.920 unidades
			Paquetes		

Postres	Unidades mensuales	Unidades anuales
Flan de quínoa	5.412	64.944
Galletas de avena y quínoa	25.564	306.768
Cupcakes	28.160	337.920
Waffles	4.422	53.064

Postres	Paquetes mensuales	Paquetes Anuales
Flan de quínoa	5.412	64.944
Galletas de avena y quínoa	5.126	61.512
Cupcakes	7.040	84.480
Waffles	4.422	53.064

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: La Autora

2.2.2 Nivel de inventario promedio

El stock que se necesitara mensualmente será el siguiente:

Tabla 39 Stock de productos

Producto	Cantidad Unitaria	Valor unitario	Costo mensual	Costo anual
Flan de quínoa	246	\$ 0,35	\$1.894,20	\$ 23.156,91
Cupcakes	1.165	\$ 0,71	\$ 1.836,24	\$22.034,89
Galletas de avena y quínoa	1.280	\$ 0,89	\$ 2.510,39	\$ 30.124,73
Waffles	201	\$ 0,36	\$ 1.580,88	\$ 18.970,56

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

2.2.3 Número de trabajadores

Tabla 40 Número de trabajadores

Cargo	N° Trabajadores	Características	Fijo/Variable	Planta/Subcontrato
Gerente general	1 persona	Supervisar todas las áreas de trabajo.	Fijo	Planta
Gerente financiero	1 persona	Encargado de presupuestos, cobros, pagos, entre otros.	Fijo	Planta
Reposteros	2 personas	Encargados de la elaboración de los postres, que sean empacados correctamente y que sean de buena calidad.	Variable	Planta
Gerente de ventas	1 persona	Encargado de la venta y cobro de los postres.	Variable	Planta
Bodeguero	1 persona	Entrega la materia prima y productos necesarios para la elaboración de postres.	Variable	Planta

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La Autora

2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Tabla 41 Capacidad de producción

Producto	Cantidad mensual	Cantidad anual
Flan de quínoa	5.412	64.944
Cupcakes	25.630	307.560
Galletas de avena y quínoa	28.160	337.920
Waffles	4.422	53.064
TOTAL		

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La Autora

2.3 Capacidad de producción futura

Se realiza el cálculo de la capacidad de producción futura aplicando la tasa de 2,6% la misma que corresponder a la tasa del PIB (BCE, Banco central del Ecuador, 2017), como se muestra a continuación:

Tabla 42 Capacidad de producción futura

Producto	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Total
Flan de quínoa	64.944	66.633	68.365	70.142	71.966	342.050
Cupcakes	307.560	315.557	323.761	332.179	340.815	1.619.872
Galletas de avena y quínoa	337.920	346.706	355.720	364.969	374.458	1.779.773
Waffles	53.064	54.444	55.859	57.312	58.802	279.480

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La Autora

2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que puede presentar.

La materia prima necesaria para generar los postres se detalla a continuación:

Tabla 43 Materia prima

Producto	Importancia	Grado de sustitución
Quínoa	Alta	Alta
Avena	Alta	Alta
Stevia	Alta	Alta
Harina	Alta	Alta
Avena molida	Alta	Alta
Avena precocida	Alta	Alta
Canela	Alta	Alta
Quínoa harina	Alta	Alta
Quínoa tostada	Alta	Alta

Fuente: Base de datos de otras organizaciones, 2017

Elaborado por: La Autora

2.5 CALIDAD

Calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor. (CreceNegocios, CreceNegocios , 2011).

2.5.1 Método de control de calidad

Al tratarse de una empresa de alimentos se acogerá a la norma Buenas prácticas de manufactura (BPM), la cual abarca los siguientes reglamentos:

- Los requisitos mínimos que deben cumplir los establecimientos donde se producen y manipulan alimentos, entre los que están: (i) que el riesgo de adulteración sea mínimo; (ii) que permita un mantenimiento, limpieza y desinfección apropiada y minimice los riesgos de contaminación; (iii) que las superficies y materiales, particularmente aquellos en contacto con los alimentos, no sean tóxicos y estén diseñados para el uso pretendido; y, (iv) que facilite un control efectivo de plagas. Establece además consideraciones sobre la ubicación, diseño y construcción de este tipo de establecimientos.
- Los equipos deben ser apropiados para su fin. Establece, entre otras, que los equipos deben ser de materiales cuyas superficies de contacto no transmitan sustancias tóxicas, olores ni sabores, ni reaccionen con los ingredientes o materiales que intervengan en los procesos; deben ofrecer facilidades para la limpieza, desinfección e inspección y contar con dispositivos para impedir la contaminación del producto. Si en el proceso de elaboración del alimento se requiere la utilización de equipos o utensilios que generen algún grado de contaminación se deberá validar que el producto final se encuentre en los niveles aceptables.
- La materia prima e insumos debe someterse a inspección y control antes de ser utilizados en la línea de fabricación. Deberán almacenarse en condiciones que impidan su deterioro, eviten la contaminación y reduzcan al mínimo su daño o alteración.
- El propietario o representante del establecimiento de comercialización, es responsable de mantener las condiciones sanitarias exigidas para la conservación de los alimentos. (ARCSA, PBP, 2015)

CAPÍTULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.1.1 Visión de la Empresa.

La empresa Sweet Passion de postres para el 2020 ser uno de los principales expendedores de postres a base de quínoa y avena en Quito, ser una de las empresas más reconocidas por sus auténticos sabores y las variadas combinaciones, abrir diferentes sucursales en distintos lugares de la ciudad.

Ser una empresa orientada al buen trato del cliente manteniendo un equipo de trabajo orientado a la mejora continua.

3.1.2 Misión de la Empresa

Ser una empresa comercializadora de productos de repostería, reconocida por la calidad de productos y el delicioso sabor de los postres y satisfacer los antojos y necesidades de la clientela.

Prevaleciendo por proveer una gran variedad de productos de alta calidad e higiénicos, acompañado de un excelente servicio para todo tipo de ocasión y eventos. Con precios competitivos manteniendo la confianza del cliente.

3.1.3 Análisis FODA

Tabla 44 FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Servicio de calidad.• Originalidad y creatividad.• Adaptación a las necesidades.• Precios accesibles.• Personal capacitado.• Ubicación geográfica estratégica.	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Demanda creciente de comida saludable.• Variedad de productos.• Diversidad en los consumidores.• Amplio mercado.• Buen posicionamiento de imagen, marca y calidad en su entorno.
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Empresa no conocida.• Lenta difusión del servicio.• Poca experiencia en el mercado.• Falta de infraestructura para el mejoramiento constante de la producción.• No se cuenta con infraestructura propia.	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Competidores con productos similares.• Competencia con alta experiencia.• Poca acogida en el mercado.• Entrada de nuevos competidores con bajos costos.

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

Tabla 45 Estrategias FO y DO

<p>Factores internos</p> <p>Factores Externos</p>	<p>Fortalezas</p> <p>F1: Servicio de calidad. F2: Originalidad y creatividad. F3: Adaptación a las necesidades. F4: Precios accesibles. F5: Personal capacitado. F6: Ubicación geográfica estratégica.</p>	<p>Debilidades</p> <p>D1: Empresa no conocida. D2: Lenta difusión del servicio. D3: Poca experiencia en el mercado. D4: Falta de infraestructura para el mejoramiento constante de la producción. D5: No se cuenta con infraestructura propia.</p>
<p>Oportunidades</p> <p>O1: Demanda creciente de comida saludable. O2: Variedad de productos. O3: Diversidad en los consumidores. O4: Amplio mercado. O5: Buen posicionamiento de imagen, marca y calidad en su entorno. O6: Establecer nuevas alianzas estratégicas que permitan comercializar los productos en nuevos puntos de venta.</p>	<p>Estrategias FO (Ofensivas)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear campañas publicitarias para dar a conocer más el producto y la calidad del mismo. ✓ Dar un servicio rápido y de calidad siempre con productos frescos y diferenciados de los demás. ✓ Mantener en constante capacitación al personal para siempre estar actualizados en cuanto a información y nuevos procesos. 	<p>Estrategias DO (De Orientación)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Promocionar a la empresa y los postres. ✓ Mejorar la difusión del servicio, para obtener mayor conocimiento en el mercado.

Fuente: Investigación directa, 2018

Elaborado por: La Autora

Tabla 46 Matriz FA y DA

<p>Factores Internos</p> <p>Factores Externos</p>	<p>Fortalezas F1: Servicio de calidad. F2: Originalidad y creatividad. F3: Adaptación a las necesidades. F4: Precios accesibles. F5: Personal capacitado. F6: Ubicación geográfica estratégica.</p>	<p>Debilidades D1: Empresa no conocida. D2: Lenta difusión del servicio. D3: Poca experiencia en el mercado. D4: Falta de infraestructura para el mejoramiento constante de la producción. D5: No se cuenta con infraestructura propia.</p>
<p>Amenazas</p> <p>A1: Competidores con productos similares. A2: Competencia con alta experiencia. A3: Poca acogida en el mercado. A4: Factores climáticos que dificulten el cultivo de materia prima.</p>	<p>Estrategias FA (Defensivas)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hacer una campaña promocional con precios un tanto más bajos. ✓ Crear nuevos postres que llamen la atención de los clientes. 	<p>Estrategias DA (Supervivencia)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Contratar personal altamente capacitado y con experiencia en este mercado. ✓ Enfocar la publicidad en medios de mayor acogida por los clientes.

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

3.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

“Sweet Passion” ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

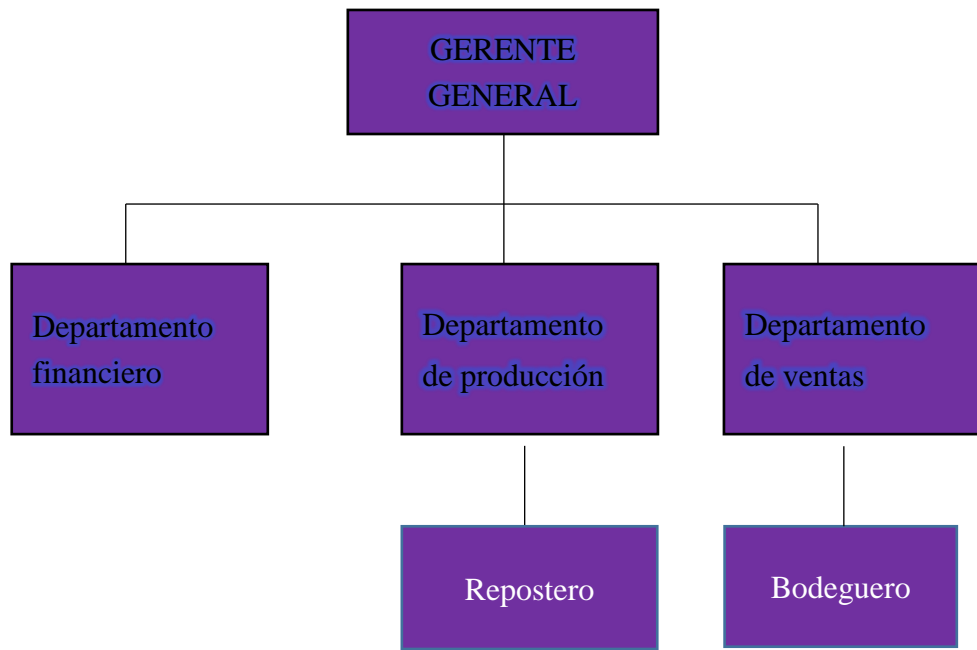


Figura 11 Organigrama estructural

Fuente: Investigación de campo, 2017
Elaborado por: La Autora

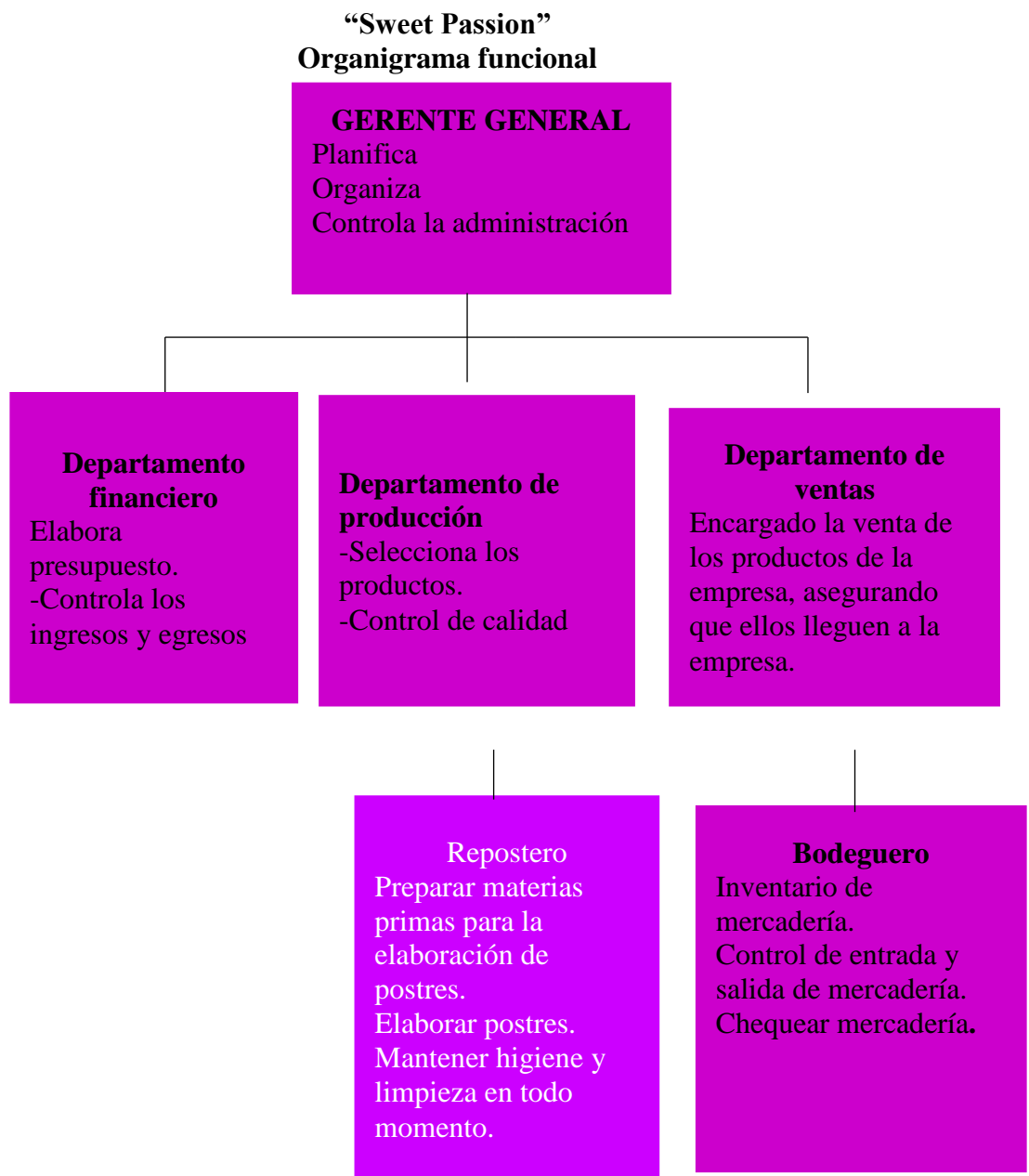


Figura 12 Organigrama funcional

Fuente: Investigación de campo, 2017
Elaborado por: La Autora

3.2.2 Descripción de los cargos del organigrama.

Tabla 47 Descripción del puesto Gerente General

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Gerente general
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	
SUPERVISA A	Todos los departamentos
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Responsable por la dirección y representación legal, judicial y extrajudicial, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planifica el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo. Además presenta al Directorio los estados financieros, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requiera.	
III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ejercer la representación legal de la Empresa. ✓ Realizar la administración global de las actividades de la empresa buscando su mejoramiento organizacional, técnico y financiero. ✓ Planeamiento estratégico de actividades ✓ Dirigir las actividades generales de la empresa. ✓ Contratación de personal administrativo ✓ Aprobación de presupuestos e inversiones. ✓ Dirigir el desarrollo de la actividades de la empresa ✓ Emisión de circulares para el personal en general. ✓ Control y aprobación de inversiones de la empresa. ✓ Selección de personal. 	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ingeniera(o) en Administración de empresas y negocios
EXPERIENCIA	Mínima un año
HABILIDADES	Ser líder, ser capaces de coordinar los recursos, incluyendo el dinero, el tiempo y las personas, y tomar decisiones mediante la evaluación de las diferentes opciones.
FORMACION	Título de cuarto nivel

Fuente: (Chiavenato, 2015)

Elaborado por: La Autora

Tabla 48 Descripción gerente finanzas

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Gerente de Finanzas
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Personal del departamento de finanzas
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
Asegurar y administrar los recursos necesarios para el funcionamiento de la Organización mediante el diseño y la gestión de las estrategias financieras.	
III. FUNCIONES	
<p>Controlar el presupuesto asignado a nivel de programas, subprogramas e ítems, manteniendo niveles de gastos pertinentes de acuerdo al presupuesto aprobado y a los plazos que para el efecto señala la ley.</p> <p>Asesorar en el cumplimiento de las funciones de administración de Recursos Financieros, con la finalidad de efectuar las imputaciones dentro de las normas legales establecidas.</p> <p>Velar por la entrega de información en materias financieras presupuestarias con el fin de ser utilizadas para la toma de decisiones.</p> <p>Confeccionar solicitudes de materiales de los centros de costo (en materia presupuestaria), con la finalidad de satisfacer los requerimientos solicitados.</p>	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Licenciatura en Contabilidad, Finanzas, Administración o carrera afín.
EXPERIENCIA	Mínimo 5 años
HABILIDADES	Sensibilidad hacia los problemas sociales y políticos del país De planeación estratégica De análisis financiero Orientación a resultados Alto sentido de orden, disciplina y organización
FORMACION	Manejo de Microsoft Office Manejo de sistemas contables y financieros automatizados.

Fuente: (Chiavenato, 2015)

Elaborado por: La Autora

Tabla 49 Descripción gerente de producción

I. INFORMACIÓN	
BÁSICA:	
PUESTO	Gerente de Producción
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Personal del departamento de producción
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Los gerentes de producción trabajan en la industria manufacturera y se encargan de gestionar los materiales y los trabajadores. Se aseguran de que la producción es tan eficiente como sea posible.	
III FUNCIONES	
En su trabajo del día a día, garantizan el buen funcionamiento de la línea de producción, supervisan el trabajo del personal y hacen frente a los problemas, como averías de la maquinaria. Comprueban que haya suficiente materia prima en stock y que el espacio de almacenamiento disponible para los productos terminados sea suficiente.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Economía y finanzas
EXPERIENCIA	1 año mínimo
HABILIDADES	Habilidad para la negociación. Habilidad para los números. Habilidad para realizar presentaciones. Habilidades comunicativas. Habilidades interpersonales.
FORMACION	Título de cuarto nivel

Fuente: (Chiavenato, 2015)

Elaborado por: La Autora

Tabla 50 Descripción del Gerente de ventas

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Gerente de ventas
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Personal del departamento de ventas
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
Planifican y organizan el trabajo de un equipo de vendedores, sin salirse de un presupuesto acordado. Establecen los objetivos de ventas para el equipo y evalúan los logros de los agentes comerciales. Los jefes de ventas suelen trabajar más horas que el resto del personal de ventas.	
III. FUNCIONES	
<p>Contratar y formar al personal de ventas. Deben asegurarse que los representantes y demás personal de ventas tienen un buen conocimiento del producto, disponen de la documentación actualizada de ventas y pueden acceder a muestras de los productos.</p> <p>Definir los objetivos de venta que debe alcanzar cada vendedor individualmente o el grupo.</p> <p>Distribuir el trabajo por región o tipo, asignándolo a los agentes comerciales o al personal de ventas.</p> <p>Supervisar el trabajo de los agentes comerciales.</p>	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TÍTULO PROFESIONAL	Técnico superior en gestión de ventas y espacios comerciales
EXPERIENCIA	Mínima dos años
HABILIDADES	Habilidad para la negociación. Habilidad para los números. Habilidad para motivar. Habilidad para realizar presentaciones. Habilidad para resolver problemas. Habilidades comunicativas. Habilidades interpersonales. Habilidades para la administración.
FORMACION	Técnico superior en gestión de ventas y espacios comerciales.

Fuente: (Chiavenato, 2015)

Elaborado por: La Autora

Tabla 51 Descripción de Repostero

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Repostero
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente De producción
SUPERVISA A	
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
<p>Reposteros son los encargados de pre elaborar, preparar, presentar y conservar toda clase de productos de repostería y definir sus ofertas, aplicando con autonomía las técnicas correspondientes, consiguiendo la calidad y objetivos económicos establecidos y respetando las normas y prácticas de seguridad e higiene en la manipulación de alimentos.</p>	
III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> -Realizar y/o controlar las operaciones de elaboración de masas y productos básicos de múltiples aplicaciones para pastelería-repostería. -Elaborar y presentar productos hechos a base de masas, postres de cocina y helados. -Definir ofertas sencillas de repostería, realizar el aprovisionamiento interno y controlar consumos. -Actuar bajo normas de seguridad, higiene y protección ambiental. -Aplicar normas de conservación y manipulación de alimentos. 	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TÍTULO PROFESIONAL	Técnico en repostería
EXPERIENCIA	Mínima 1 año
HABILIDADES	<p>.</p> <p>Habilidad aplicar matemática básica a la repostería.</p> <p>Habilidad para crear distintas y llamativas presentaciones de postres.</p>
FORMACION	Técnico superior en repostería.

Fuente: (Chiavenato, 2015)

Elaborado por: La Autora

Tabla 52 Descripción del Bodeguero

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Bodeguero
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente de ventas
SUPERVISA A	
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
Custodiar, controlar y participar activamente en la distribución de suministros y gestión de inventarios en bodega.	
III. FUNCIONES	
<p>Receptar los materiales que se utilizaran.</p> <p>Ingresar los productos al sistema informático que dispone la organización.</p> <p>Mantener en orden la bodega y almacenamiento de los productos.</p>	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Técnico en logística
EXPERIENCIA	Mínima 1 año
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> · Habilidad tecnología de la información. Habilidad control de inventarios Proactivo Habilidad relacional Capacidad para trabajar bajo presión.
FORMACION	Técnico superior en repostería.

Fuente: (Chiavenato, 2015)

Elaborado por: La Autora

3.3 CONTROL DE GESTIÓN

3.3.1 Indicadores de gestión.

Los indicadores de gestión, se entienden como la expresión cuantitativa del comportamiento o el desempeño de toda una organización o una de sus partes: gerencia, departamento, unidad u persona cuya magnitud al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se tomarán acciones correctivas o preventivas según el caso. Son un subconjunto de los indicadores, porque sus mediciones están relacionadas con el modo en que los servicios o productos son generados por la institución. El valor del indicador es el resultado de la medición del indicador y constituye un valor de comparación, referido a su meta asociada. (Gonzalez, 2006)

Tabla 53 Indicadores de gestión

Calidad

Nombre del indicador	Tipo de indicador	Para qué sirve el indicador	Formula	Meta
Control de calidad	Eficacia	Verificar el porcentaje de postres controlados dentro de la empresa	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de postres controlados}}{\text{N}^\circ \text{ de postres elaborados}}$	X 100 100%
Cientes Satisfechos	Eficacia	Verificar el porcentaje de clientes satisfechos	$\frac{\text{N}^\circ \text{ Clientes satisfechos}}{\text{Total de clientes atendidos}}$	X100 100%
Servicio				
Pedidos entregados	Eficacia	Verificar las ventas realizadas	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de pedidos realizados}}{\text{N}^\circ \text{ pedidos entregados}} \quad X$	100 100%
Financiero				
Ventas perdidas	Eficacia	Verificar el porcentaje de las ventas	$\frac{\text{Volumen de pedidos atendidos}}{\text{Horas hombre trabajadas}}$	X 100 100%

Fuente: Investigación de campo, 2018
 Elaborado por: La Autora

3.4 NECESIDADES DE PERSONAL

Dentro de un periodo de cinco años a partir del 2017 se requerirá de la contratación de más personas debido al crecimiento del mercado de postres y de la

visión del giro del negocio, por lo tanto se incluirán diferentes cargos que permitan que los procesos sean más rápidos. Se detallan a continuación:

Tabla 54 Crecimiento del personal

Personal	2017 (Actual)	2018	2019	2020	2021	2022
Gerente general	1	1	1	1	1	1
Gerente de finanzas	1	1	1	1	1	1
Gerente de producción	1	1	1	1	1	1
Repostero	1	1	2	3	4	4
Gerente de ventas	1	1	1	1	1	1
Bodeguero	1	1	1	2	2	2
Contador	X	X	1	1	1	1
Secretaria	X	X	1	1	1	1

Fuente: La autora

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO IV

ÁREA JURÍDICA LEGAL

4.1. Determinación de la forma jurídica

Para la constitución de la empresa Sweet Passion, se acogerá una de las formas jurídicas previstas en la ley de compañías valores y seguros, y por lo tanto se someterá al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, que forma parte de la función de transparencia y control social.

4.1.1 Razón Social

La razón social que se ha elegido para que la empresa desarrolle sus actividades comerciales es Sweet Passion.

4.1.2 Especie de compañía

La forma jurídica escogida es una compañía limitada según el “Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva

4.1.3 Características fundamentales de la compañía de responsabilidad limitada

- a) Monto mínimo para constituir US \$ 400
- b) El capital debe estar pagado al constituir la compañía, o en un aumento de capital, mínimo el 50% y el saldo en un año.
- c) Número de socios para constituir mínimo 2 máximo 15. Luego de constituida no puede subsistir con un sólo socio.

- d) El capital está dividido en participaciones.
- e) Para transferir las participaciones se requiere el consentimiento unánime de todos los socios.
- f) La transferencia de las participaciones es formal a través de escritura pública.
- g) El nombre puede estar constituido por una razón social.
- h) Tanto el quórum de instalación de la Junta de Socios como el de votación se los establece sobre la base del capital que tenga cada socio al margen si el mismo está o no íntegramente pagado. (Compañías, 2014)

4.2 Patentes y Marcas

La patente municipal es un requisito obligatorio que deben cumplir los trabajadores independientes para ejercer la actividad económica y poder obtener el RUC. El requisito está vigente desde 2010 y se lo obtiene a partir de un formulario.

Requisitos para sacar la patente:

- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas

(Municipio de Quito, 2016)

Requisitos para la LUAE (licencia metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas en el DMQ)

- Solicitud LUAE.

- Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística.
- Copia de RUC • Copia de cedula del representante legal.
- Copia de papeleta de votación vigente del representante legal.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Autorización del dueño para colocar rótulo si el local es arrendado.
- Fotografía del rotulo con la fachada. Si el rótulo no está colocado un esquema gráfico con las dimensiones.
- En caso que el trámite lo realice una tercera persona, carta de autorización.

(Municipio de Quito, 2016)

Requisitos para registrar una marca

- Previa la presentación de una solicitud, es pertinente realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro.
- Presentada la solicitud, pasa a un examen de forma, revisando que cumpla con todos los requisitos, de ser así se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial, con la finalidad de que terceros tengan conocimiento de las peticiones efectuadas. Si no existe oposición, se efectúa el examen de registrabilidad para la posterior emisión de la resolución que acepta o rechaza el registro y en caso de concesión, el trámite concluye con la emisión del título de registro. (IEPI, 2014)

4.3 Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).

- **Darle un nombre a la empresa.** Dirigirse a la Súper Intendencia de Compañía para reservarlo, o enterarte de que ya está ocupado, Después acercarse a cualquier banco para abrir una Cuenta de Integración de Capital, con un mínimo de 200 dólares cual fuera que sea el tipo de negocio.

- **Escritura de la Constitución de la Compañía.** Este documento debe redactarlo un abogado, por su alto contenido de información detallada. Luego de eso, tiene que ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría.
- **Registro mercantil.** Cuando ya esté aprobada la Constitución de la Compañía esta debe ser ingresada a la Súper Intendencia de Compañías, que la revisará mediante su departamento jurídico. En caso de que exista algún error, será devuelta para realizar las correcciones correspondientes. De ser aprobado, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique el nombre del representante legal de la empresa. Al momento de estar inscrita en esta dependencia la compañía ya habrá nacido legalmente.
- **Súper de compañías.** Cuando la constitución de la compañía haya sido inscrita en el Registro Mercantil los papeles deben regresar a la Súper Intendencia de Compañías, para que la inscriban en su libro de registro.
- (emprendedor, 2012)
- **Registro Único de Contribuyentes.** Corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (Servicio de Rentas Internas, 2016)
- **Permiso de Funcionamiento:** Documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud (ARCSA, Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2016).

- **Licencia Ambiental:** Es la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental (Ministerio del Ambiente, 2016).

CAPÍTULO V
ÁREA FINANCIERA

5.1 Plan de inversiones

Se realizara un detalle de activos fijos que la empresa Sweet Passion requerirá para el inicio de las actividades comerciales en el mercado de repostería.

Tabla 55 Activos Fijos

Maquinaria

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Licadora	1	\$85	\$85
Batidora	2	\$80	\$160
Wafflera	3	\$65	\$195
Horno	1	\$4.500	\$4.500
Refrigeradora	1	\$400	\$400
Cocina industrial	1	\$520	\$520
Frigorífico	2	\$1.500	\$3.000
Mescladora industrial	1	\$505	\$505
Balanza	1	\$20	\$20
Máquina de	2	\$420	\$840
TOTAL			\$10.205

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La autora

Equipos			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Mesa de trabajo	3	\$210	\$630
Moldes de Cupcakes	8	\$10	\$80
Moldes de galletas	6	\$5	\$30
Moldes metálicos	6	\$20	\$120
Porta Cupcakes	3	\$19,50	\$58,50
Lavabo industrial	1	\$360	\$360
TOTAL			\$1.278,50

Herramientas			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Manga pastelera	6	\$4	\$24
Espátula/ paleta	12	\$3	\$36
Bol o Bowl	20	\$9	\$180
Rodillo	2	\$7	\$14
Batidora manual	3	\$7	\$21
TOTAL			\$275

Equipos de computación			
Equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Laptop	3	\$415	\$1.245
Computadora de escritorio	2	\$439	\$878
Impresora copiadora	2	\$175	\$350
TOTAL			\$2.473
Equipos de oficina			
Teléfonos inalámbricos	3	\$35	\$105
Sumadora	2	\$80	\$80
TOTAL			\$185
Útiles de oficina			
Útiles de oficina (varios)	1	\$125	\$125
Documentos pre impresos		\$50	\$50
TOTAL			\$175
Muebles y enseres			
Equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Escritorios	4	\$160	\$640
Sillas giratorias	4	\$49	\$196
Sillas de espera	2	\$110	\$220
Vitrina- Exhibidor	2	\$1.650	\$3.300
Archivador	2	\$120	\$240
Mesas y sillas para comedor	7	\$135	\$945
Caja registradora	1	\$1.140	\$1.140
TOTAL			\$6.681
Total Activos fijos			\$21.272,50

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La autora

A continuación, se presenta un detalle activo diferido:

Tabla 56 Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Constitución de la empresa	1	\$400	\$400
Gastos notariales	1	\$130	\$130
Inscripción Registro mercantil	1	\$25	\$25
Patente municipal	1	\$45	\$45
Adecuaciones del local	1	\$850	\$850
Publicidad	1	\$1,600	\$1,600
Sistema Contable	1	\$490	\$490
Capacitación de sistema contable	1	\$350	\$350
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			\$3.890
ACTIVOS FIJOS + DIFERIDOS			\$25.162,50

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO

5.2.1 Capital de trabajo

Se lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar (Gerencie.com, 2011).

Se define como la diferencia entre activos y pasivos circulantes (eumed.net, 2015).

Tabla 57 Capital de trabajo

Descripción	Mensual
Costos productivos	\$4.240,40
Costos administrativos	\$1.666,17
Costos de ventas	\$40
Gastos Financieros	\$187,17
Costos de distribución	\$562,29
TOTAL	\$6.923,20

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

Tabla 58 Inversión estimada

Descripción	Costo total
Capital de trabajo (por 3 meses)	\$ 20.769,60
Activo Fijo	\$21.272,50
Activo diferido	\$3.890,00
5% imprevistos	\$2.296.61
TOTAL	\$ 48.228,71

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

5.2.2 Forma de financiamiento

Es la manera en la que la empresa adquirirá los recursos necesarios para la obtención de los bienes indispensables para el funcionamiento adecuado del negocio.

Para financiar el total del proyecto se cuenta con el aporte de los socios, efectivo, bienes (muebles) y para cubrir la diferencia de se procede a buscar el financiamiento de crédito bancario y crédito privado.

Tabla 59 Financiamiento

Inversores	Valor	Porcentaje
Aporte socios	\$28.228,71	58,53%
Crédito bancario	\$20.000,00	41.47%
TOTAL	\$ \$ 48.228,71	100%

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

5.3.1 Costos Variables

El costo variable es el gasto que fluctúa en proporción a la actividad generada por una empresa o, en otros términos, el que depende de las variaciones que afecten a su volumen de negocio. (Economipedia, 2016)

Tabla 60 Costos Variables

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Materia prima	\$650	\$7.800
Servicios básicos	\$295	\$3.540
TOTAL	\$945	\$ 11.340

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

Tabla 61 Mano de obra directa

Personal	Sueldo Total	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal (11,15%)	Total de ingresos	Aporte Individual (9,45%)	TOTAL MENSUAL
Gerente de producción	\$600	\$54,17	\$31,25	\$66,90	\$752,32	\$56,70	\$695,62
Repostero	\$375,00	\$39,58	\$31,25	\$41,81	\$487,64	\$35,44	\$452,20
Auxiliar de repostería	\$289,50	\$32,46	\$24,13	\$32,28	\$378.37	\$27,36	\$351,01
TOTAL	\$1.139,50	\$119,08	\$89,93	\$120,31	1.473,19	\$107.68	\$1.498,83
						Anual	\$17.985,96

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

A partir de que hayan cumplido un año laborando se pagara fondos de reserva como lo dicta la ley, a continuación se detalla el pago:

Tabla 62 Fondos de reserva mano de obra directa

Personal	Fondos de reserva
Gerente de producción	\$49,98
Repostero	\$31,24
Auxiliar de repostería	\$24,12
TOTAL	\$105,34
ANUAL	\$1.264,08

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

Tabla 63 Mano de obra indirecta

Personal	Sueldo Total	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal (11,15%)	Total de ingresos	Aporte Individual (9,45%)	TOTAL MENSUAL
Gerente de ventas	\$600	\$50	\$31,25	\$66,90	\$748,15	\$56,70	\$691,40
Bodeguero	\$289,50	\$36.62	\$24,13	\$32,28	\$382.53	\$27,36	\$355,17
Transportista	\$289,50	\$36.62	\$24,13	\$32,28	\$382.53	\$27,36	\$355,17
TOTAL	\$8689	\$127,41	\$ 79,51	\$125,89	\$1.461,81	\$106,69	\$1.401,74
						Anual	\$16.820,88

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

Adicional se toma en cuenta a partir del año se pagaran fondos de reserva se detalla a continuación:

Tabla 64 Fondos de reserva mano de obra indirecta

Personal	Fondos de reserva
Gerente de ventas	\$49,98
Bodeguero	\$24,12
Transportista	\$ 24,12
TOTAL	\$98,22
ANUAL	\$1.178,64

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

5.3.2 Costos fijos

Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos. (Gerencie, Gerencie.com, 2017)

Tabla 65 Costos fijos

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Arriendo	\$350	\$4,200
Mano de obra directa	\$1.365,51	\$15.676,20
Mano de obra indirecta	\$1.401,74	\$16.820,88
Depreciación	\$73,15	\$877,80
TOTAL	\$3.190,40	\$37.574,88

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

5.3.2.3 Depreciación de maquinaria, equipo y herramienta

La depreciación también se define como la pérdida en valor que resulta del uso y desgaste y del efecto de otras fuerzas físicas, traducidas en una disminución de valor económico.

Para el cálculo de la depreciación se utiliza el método de línea recta, el cual se obtiene dividiendo el valor inicial entre el número de años de vida útil. (González Romero, 2012).

Tabla 66 Depreciación maquinaria, equipos y herramientas

Descripción	Vida útil (años)	Valor	Porcentaje de depreciación	Valor de depreciación anual
Maquinaria	10	\$7.225	10%	\$722,50
Equipos	10	\$1.278,50	10%	\$127,85
Herramienta	10	\$275	10%	\$27,50
Total		\$8.778,50		\$877.85

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

A continuación se detalla la proyección de la depreciación a 5 años:

Tabla 67 Proyección de depreciación maquinaria, herramienta y equipos

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Maquinaria	\$722,50	\$722,50	\$722,50	\$722,50	\$722,50
Equipos	\$127,85	\$127,85	\$127,85	\$127,85	\$127,85
Herramientas	\$27,50	\$27,50	\$27,50	\$27,50	\$27,50
TOTAL	\$877.85	\$877.85	\$877.85	\$877.85	\$877.85

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

Tabla 68 Depreciación equipos de administración

Depreciación	Vida útil (años)	Valor	Porcentaje de depreciación	Valor de depreciación anual
Equipos de computación	5	\$2.473	30%	\$97,40
Equipos de oficina	10	\$185	10%	\$18,50
Muebles y enseres	10	\$6.681	10%	\$668,10
Útiles de oficina	10	\$175	10%	\$17,50
TOTAL		\$9.514		\$801,50

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

Tabla 69 Proyección de depreciación de equipos administrativos

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Equipos	\$97,40	\$97,40	\$97,40	\$97,40	\$97,40
Equipos de oficina	\$18,50	\$18,50	\$18,50	\$18,50	\$18,50
Muebles y enseres	\$668,10	\$668,10	\$668,10	\$668,10	\$668,10
Útiles de oficina	\$17,50	\$17,50	\$17,50	\$17,50	\$17,50
TOTAL	\$801,50	\$801,50	\$801,50	\$801,50	\$801,50

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

5.3.3 Detalle de gastos

Son aquellos desembolsos de dinero indispensable para mantener el giro de la empresa.

5.3.3.1 Sueldos y Salarios administrativos

Para el pago de sueldos y salarios administrativos se toma en cuenta al Gerente general y gerente financiero, se detallan a continuación:

Tabla 70 Sueldos y salarios

Personal	Sueldo Total	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal (11,15%)	Total de ingresos	Aporte Individual (9,45%)	TOTAL MENSUAL
Gerente General	\$650	\$62,50	\$54,17	\$72,48	\$839,15	\$37.80	\$479.72
Gerente financiero	\$600	\$50	\$31,25	\$66,90	\$748,15	\$56,70	\$691,45
TOTAL	\$ 1.200	\$116,67	\$85,42	\$133,81	\$1.535,90	\$89,77	\$1.171,17
						Anual	\$14.054,04

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

Se toma en cuenta a partir del segundo año los fondos de reserva como otro de los beneficios de ley se detalla a continuación:

Tabla 71 Fondos de reserva sueldos y salarios

Personal	Fondos de reserva
Gerente general	\$54,15
Gerente financiero	\$49,98
TOTAL	\$104,13
ANUAL	\$1249,56

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

Tabla 72 Detalle de gastos

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldos y salarios administrativos	\$1.171,17	\$14.054,04
Material de limpieza	\$70	\$840
Útiles de oficina	\$45	\$540
Gastos de mantenimiento	\$250	\$3.000
Depreciación equipos administrativos	67	\$801,50
TOTAL	\$1.603,17	\$19.235,54

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

A continuación se realiza la proyección de costos y gastos de la empresa a 5 años tomando en cuenta la tasa de inflación del 2,22%.

Tabla 73 Proyección de costos Fijos y variables

	Costo mensual	Costos		Total Año 1	Costo mensual	Costos		Total año 2	Costo mensual	Costos		Total Año 3	Costo mensual	Costos		Total Año 4	Costo mensual	Costos		Total Año 5
		F	V			F	V			F	V			F	V			F	V	
Materia prima	\$650,00		X	\$7.800,00	\$664,00		X	\$9.750	\$679,00		X	\$ 12.187,50	\$694,00		X	\$ 15.234,38	\$710,00		X	\$ 19.042,97
Mano de obra directa	\$1.498,83		X	\$17.985,96	\$1.532,10		X	\$ 22.482,45	\$1.566,11		X	\$ 28.103,06	\$1.600,87		X	\$ 35.128,83	\$1.636,40		X	\$ 43.911,04
Mano de obra indirecta	\$1.401,74		X	\$16.820,88	\$1.432,86		X	\$17.194,30	\$1.464,67		X	\$17.576,01	\$1.497,19		X	\$17.966,20	\$1.530,43		X	\$18.365,05
Servicios básicos	\$95,00		X	\$3.540,00	\$301,55		X	\$3.618,59	\$308,24		X	\$3.698,92	\$315,08		X	\$3.781,04	\$322,07		X	\$ 3.864,98
Arriendo	\$ 350,00	X		\$4.200,00	\$358,00	X		\$4.293,24	\$366,00	X		\$4.388,55	\$374,00	X		\$4.485,98	\$382,00	X		\$4.585,56
Costo de mantenimiento	\$400,00		X	\$4.800,00	\$408,88		X	\$4.906,56	\$417,96		X	\$5.015,49	\$427,24		X	\$5.126,83	\$436,72		X	\$5.240,65
Depreciación	\$ 73,15	X		\$877,85	\$ 73,15	X		\$ 877,85	\$73,15	X		\$ 877,85	\$ 73,15	X		\$ 877,85	\$ 73,15	X		\$ 877,85
TOTAL				\$56.024,69				\$57.248,94				\$58.500,37				\$59.779,60				\$61.087,22

Fuente: Investigación de campo, 2018
 Elaborado por: La Autora

Tabla 74 Proyección de gastos

Descripción	Costo mensual	Total Año 1	Costo mensual	Total Año 2	Costo mensual	Total Año 3	Costo mensual	Total Año 4	Costo mensual	Total año 5
Sueldos y salarios administrativos	\$1.171,17	\$14.054,04	\$1.197,17	\$14.366,04	\$ 1.223,75	\$14.684,97	\$ 1.250,92	\$ 15.010,98	\$ 1.278,69	\$ 15.344,22
Material de limpieza	\$ 70	\$ 840	\$ 72	\$ 858,65	\$ 73	\$ 877,71	\$ 75	\$ 897,20	\$ 76	\$ 917,11
Útiles de oficina	\$ 45	\$ 360	\$ 46	\$ 367,99	\$ 47	\$ 376,16	\$ 48	\$ 384,51	\$ 49	\$ 393,05
Gastos de mantenimiento	\$ 250	\$ 3.000	\$ 256	\$ 3.066,60	\$ 261	\$ 3.134,68	\$ 267	\$ 3.204,27	\$ 273	\$ 3.275,40
Gastos depreciación equipos administrativos	\$ 67	\$ 801	\$68	\$ 801	\$70	\$ 801	\$71	\$ 801	\$73	\$ 801
Gastos de mercadeo	\$ 63	\$ 750	\$64	\$ 767	\$65	\$ 784	\$67	\$ 801	\$68	\$ 819
Gastos de depreciación	\$66,79	\$801,50	\$66,79	\$801,50	\$66,79	\$801,50	\$66,79	\$801,50	\$66,79	\$801,50
Total gastos administrativos		\$20.606,54		\$ 21.028,78		\$ 21.460,02		\$ 21.900,46		\$ 22.351,28
Gastos de ventas										
Publicidad	\$ 40	\$ 480	\$ 40,89	\$ 491	\$ 41,80	\$ 502	\$ 42,72	\$ 513	\$ 43,67	\$ 524,38
Gastos Financieros										
Interés crédito bancario	\$149.73	\$ 2.036,40	\$121.08	\$ 1.543,21	\$86.28	\$988,87	\$47.37	\$ 365,76	0	0
TOTAL		\$23.122,94		\$22.261,49		\$22.149,06		\$22.779,22		\$ 22.875,66

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

5.4 CÁLCULO DE INGRESOS

Los ingresos se determinan cuantificando el total de los costos por cada uno de los postres que se ofrecerá, los mismos que son presentados anualmente.

Tabla 75 Calculo de costos

Unidades al día	Costos fijos	Porcentaje		Al día	Costos de Producción por unidad
246	\$ 3.190,40	24,56%	783,56	35,616	0,14478238
1165	\$ 3.190,40	23,37%	745,60	33,891	0,29090772
1280	\$ 3.190,40	31,95%	1019,33	46,333	0,36197898
201	\$ 3.190,40	20,12%	641,91	29,178	0,145162479
TOTAL			3190,40	145,018	

Unidades al día	Costos Variables	Porcentaje		Al día		Costo por unidad
246	945	24,56%	232,092	10,550	0,042884701	0,356567453
1165	945	23,37%	220,8465	10,038	0,008616719	0,71644232
1280	945	31,95%	301,9275	13,724	0,010721857	0,89147534
201	945	20,12%	190,134	8,642	0,042997286	0,357503553
Total			945	42,955		

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

Tabla 76 Ingresos

Producto	Ingreso por producto diario	Ingreso mensual	Ingreso anual
Flan de quínoa	87,72	1929,74	23.156,91
Cupcakes	83,47	1836,24	22.034,89
Galletas de quínoa y avena	114,11	2510,39	30.124,73
Waffles	71,86	1580,88	18.970,56
TOTAL	357,15	7857,26	94.287,12

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

Tabla 77 Proyección de ingresos

Postres	Ingreso Anual 2017	Ingreso anual 2018	Ingreso anual 2019	Ingreso anual 2020	Ingreso anual 2021
Flan de Quínoa	23.156,91	28.946,14	36.182,67	45.228,34	56.535,42
Cupcakes	22.034,89	27.543,61	34.429,52	43.036,89	53.796,12
Galletas de avena y quínoa	30.124,73	37.655,91	47.069,89	58.837,36	73.546,70
Waffles	18.970,56	23.713,20	29.641,50	37.051,88	46.314,84
TOTAL	94.287,09	117.858,86	147.323,58	184.154,47	230.193,09

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

5.5. Flujo de Caja

Estado de Flujos de Efectivo o Flujo de caja es una explicación de la variación del efectivo y equivalentes de efectivo durante un ejercicio determinado, presentada con un formato definido expresamente. (Rovayo Vera, 2010)

Tabla 78 Flujo de caja

Descripción	Año 0	2017	2018	2019	2020	2021
A. Ingresos operacionales						
Recuperación por ventas		\$94.287,09	\$117.858,86	\$147.323,58	\$184.154,48	\$230.193,10
B. Egresos operacionales						
(-)Materia prima		\$ 7.800,00	\$ 9.750,00	\$ 12.187,50	\$ 15.234,38	\$ 19.042,97
(-)Mano de obra directa		\$ 17.985,96	\$ 22.482,45	\$ 28.103,06	\$ 35.128,83	\$ 43.911,04
(-)Mano de obra indirecta		\$ 16.820,88	\$ 17.194,30	\$ 17.576,01	\$ 17.966,20	\$ 18.365,05
(-)Servicios básicos		\$ 3.540,00	\$ 3.618,59	\$ 3.698,92	\$ 3.781,04	\$ 3.864,98
(-)Arriendo		\$ 4.200,00	\$ 4.293,24	\$ 4.388,55	\$ 4.485,98	\$ 4.585,56
(-)Costo de mantenimiento		\$ 4.800,00	\$ 4.906,56	\$ 5.015,49	\$ 5.126,83	\$ 5.240,65
(-)Gastos de ventas		\$ 480,00	\$ 491,00	\$ 502,00	\$ 513,00	\$ 524,00
(-)Gastos de administración		\$ 19.805,04	\$ 20.227,28	\$ 20.658,19	\$ 21.098,96	\$ 21.549,78
(-) Gastos de distribución		\$ 6.747,48	\$ 6.747,48	\$ 6.747,48	\$ 6.747,48	
C. Flujo operacional (A-B)		\$ 12.107,73	\$ 28.147,96	\$ 48.446,38	\$ 74.071,79	\$ 113.109,08
D. Ingresos no operacionales						
Aportes de capital	\$ 28.228,71	0	0	0	0	0
Créditos a contratarse a largo plazo	\$ 20.000,00	0	0	0	0	0
E. Egresos no operacionales						
(-)Pago de interés		\$ 2.036,40	\$ 1.543,21	\$ 988,87	\$ 365,76	0
(-)Pago de créditos a largo plazo		\$ 6.290,00	\$ 6.290,00	\$ 6.290,00	\$ 6.290,00	0
(-)15% participación de utilidades		\$ 1.285,95	\$ 3.738,86	\$ 6.866,66	\$ 10.804,00	\$ 16.714,46
(-)22% impuesto a la renta		\$ 1.569,49	\$ 4.661,11	\$ 8.560,44	\$ 13.468,99	\$ 20.837,36
(-)Amortización de préstamo		\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	
F. Flujo operacional (D-E)		-\$ 16.181,84	-\$ 21.233,18	-\$ 27.705,97	-\$ 35.928,75	-\$ 37.551,82
G. Flujo neto generado (C-F)	-48.228,71	(\$ 4.074,11)	\$ 6.914,78	\$ 20.740,41	\$ 38.143,04	\$ 75.557,26

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

5.6 Punto de equilibrio

Es el margen de ventas donde la utilidad es igual a cero, donde no se ha perdido nada, pero tampoco se ganó. (Rincon, 2011)

Se aplica la formula en valores monetarios del total de todos los productos calculados para un año:

$$P.E = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \left(\frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ventas reales}} \right)}$$

$$P.E = \frac{33.312,84}{1 - \left(\frac{11.340}{\$ 94.287,12} \right)} = \$ 37.867,16$$

De acuerdo al resultado obtenido se puede indicar que el punto de equilibrio en unidades monetarias anuales, equivale al valor de \$ 37.867,16 dólares, lo que permitirá cubrir los costos y gastos, al momento en que se genere un valor mayor se obtendrá rentabilidad para el negocio.

En el siguiente grafico se observa que el cálculo anterior corresponde a valor \$ 37.867,16 en valores monetarios.

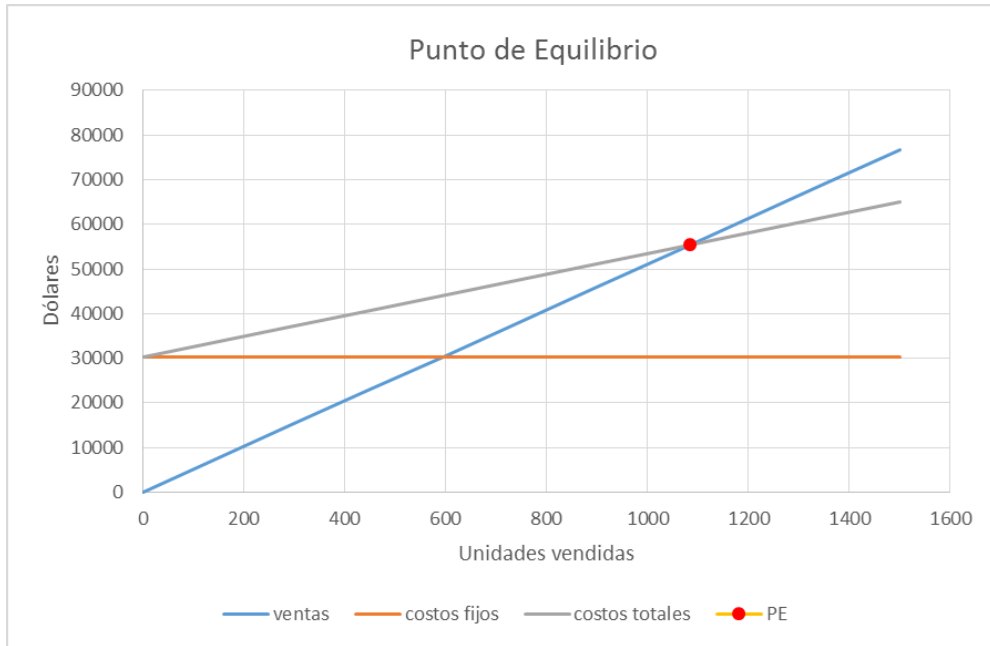


Figura 13 Punto de equilibrio

Fuente: investigación de campo, 2018

Elaborado por: La autora

5.7 Estado de resultados proyectado

Tabla 79 Estado de resultados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	\$94.287,09	\$117.858,86	\$147.323,58	\$184.154,48	\$230.193,10
(-) Costo de ventas	\$ 56.024,69	\$ 63.122,69	\$ 71.847,38	\$ 82.601,10	\$ 95.888,09
(=) Utilidad bruta en venta	\$ 38.262,40	\$ 54.736,17	\$ 75.476,20	\$101.553,38	\$ 134.305,01
(-) gastos de ventas	\$ 480	\$ 491,00	\$ 502,08	\$ 513,00	\$ 524,00
(=) Utilidad neta en ventas	\$ 37.782,40	\$ 54.245,17	\$ 74.974,12	\$101.040,38	\$ 133.781,01
(-)Gastos administrativos	\$ 20.605,54	\$ 21.028,78	\$ 21.460,02	\$ 21.900,46	\$ 22.351,28
(-) Gastos de distribución	\$ 6.747,48	\$ 6.747,48	\$ 6.747,48	\$ 6.747,48	0
(=) Utilidad operacional	\$ 10.429,38	\$ 26.468,91	\$ 46.766,62	\$ 72.392,44	\$ 111.429,73
(-) Gastos financieros	\$ 2.036,40	\$ 1.543,21	\$ 988,87	\$ 365,76	0
(=) Utilidad antes de participaciones	\$ 8.392,98	\$ 24.925,70	\$ 45.777,75	\$ 72.026,68	\$ 111.429,73
(-) 15% participación trabajadores	\$ 1.258,95	\$ 3.738,86	\$ 6.866,66	\$ 10.804,00	\$ 16.714,46
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 7.134,03	\$ 21.186,85	\$ 38.911,09	\$ 61.222,68	\$ 94.715,27
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 1.569,49	\$ 4.661,11	\$ 8.560,44	\$ 13.468,99	\$ 20.837,36
Utilidad o pérdida del ejercicio	\$ 5.564,55	\$ 16.525,74	\$ 30.350,65	\$ 47.753,69	\$ 73.877,91

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

5.8 Evaluación financiera

Para realizar el análisis financiero del presente proyecto se aplicara varios indicadores que sirven para determinar que el proyecto es sustentable, como a continuación se indica:

5.8.1 Indicadores

5.8.1.1 Valor actual Neto (VAN)

El VAN se define como la diferencia entre el valor actual de los flujos futuros esperados y el desembolso inicial de la inversión. (Rovayo Vera, 2010)

Para el cálculo del VAN se utilizarán los resultados de cada uno de los flujos de caja obtenidos en cada periodo, la tasa de inflación del 2,22% y la tasa pasiva del 5,06% según el Banco Central del Ecuador (BCE, Banco Central del Ecuador, 2016). Se realizará el cálculo mediante la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{FNE}{(1 + i)^n}$$

Dónde:

FNE = Flujo neto del periodo.

i = Tasa

n = número de período

Tabla 80 Indicadores de VAN

Indicador	Porcentaje
Inflación	2.22%
Tasa pasiva	5.06%
TMAR	7.28%

Fuente: Investigación de campo, 2018
 Elaborado por: La Autora

Tabla 81 Calculo del VAN

Periodo	FNE	$(1+i)^n$	$FNE/(1+i)^n$	Flujo acumulado
0	-\$48.228,71	1	- \$48.228,71	-\$48.228,71
1	\$4.074,11	1.07	492,04	-\$ 47.736,67
2	\$ 6.914,78	1.15	6.008,15	-\$ 41.728,52
3	\$ 20.740,41	1.23	16.798,13	-\$ 24.930,39
4	\$ 38.143,04	1.32	28.796,54	\$ 3.866,15
5	\$ 75.557,26	1.42	53.171,92	\$ 57.038,07
VAN			57.038,07	

Fuente: Investigación de campo, 2018
 Elaborado por: La Autora

Interpretación:

Al obtener un VAN de \$57.038,07 se puede determinar que el proyecto de creación del negocio es rentable dentro de la vida útil de 5 años, utilizando la tasa referencial de 7.28%.

5.8.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa que nos lleva a un VAN igual a cero, se conoce como Tasa Interna de Retorno. La TIR nos indica básicamente, cuánto hemos ganado. (Rovayo Vera, 2010).

Tabla 82 Calculo del TIR

27% TIR

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

Al alcanzar una TIR de 27% un valor mayor a la tasa referencial del 7.28% se puede concluir que el proyecto es rentable en su vida útil de 5 años.

5.8.1.3 Beneficio Costo

Es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto. (CreceNegocios, CreceNegocios, 2017)

Para el cálculo de la relación beneficio costo se procede a tomar el valor total que se obtuvo del VAN y dividir el mismo para el valor total de inversión inicial en términos de valor absoluto, sin tomar en cuenta el signo negativo.

Formula:

$$BC = \frac{VAN}{\text{Total de la inversión}}$$

$$BC = \frac{\$ 57.038,07}{\$ 48.228,71}$$

$$BC = 1,18$$

Según el análisis de la beneficio costo, con un resultado mayor a 1 significa que el por cada dólar de inversión se recupera \$1,18.

5.8.1.4 Período de recuperación

Para saber el periodo de tiempo que se requiere hasta obtener la recuperación total de la inversión se debe conocer los flujos de caja que se obtuvieron como resultados del cálculo de VAN y sus flujos acumulados.

Tabla 83 Período de recuperación

Periodo	FNE	FNE/(1+i) ^n	Flujo acumulado
0	-\$48.228,71	- \$48.228,71	-\$48.228,71
1	\$4.074,11	492,04	-\$ 47.736,67
2	\$ 6.914,78	6.008,15	-\$ 41.728,52
3	\$ 20.740,41	16.798,13	-\$ 24.930,39
4	\$ 38.143,04	28.796,54	\$ 3.866,15
5	\$ 75.557,26	53.171,92	\$ 57.038,07
VAN		57.038,07	

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

Formula:

$$P \frac{R}{K} = N-1 + \left(\frac{(F.A)_{n-1}}{(F)_n} \right)$$

$$P \frac{R}{K} = 2-1 \left(\frac{+ \frac{- 47.736,67}{20.740,41}}{\right)$$

$$= 1 + \left(- 2,30 \right) = 3,30$$

El periodo de recuperación del proyecto será a partir de los tres años tres meses aproximadamente, donde se recuperara la inversión y a partir de esto la inversión obtendrá rentabilidad.

5.8.2 Razones

5.8.2.1 Liquidez

Es la capacidad de un activo de convertirse en dinero gastable en el corto plazo sin tener que arriesgar a vender ese activo a un precio más barato. Cuando se dice que un mercado es líquido significa que en ese mercado se mueve mucho dinero y por lo tanto será fácil intercambiar activos de ese mercado por dinero. (Economipedia , 2016)

Para determinar el índice de liquidez existe una serie de indicadores a saber:

Razón corriente

$$\text{Razón corriente} = \frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Razón corriente} = \frac{304.924}{47.780} = \$6.38$$

Con estos resultados se interpreta que por cada dólar de deuda a corto plazo se dispone de \$6.38 de activos corrientes para responder por la misma, esto en el primer año.

Prueba Ácida

La prueba ácida es uno de los indicadores financieros utilizados para medir la liquidez de una empresa, para medir su capacidad de pago, y para hacer el respectivo análisis financiero. (Gerencie.com, 2017)

$$\text{Prueba ácida} = \frac{\text{Activos circulantes} - \text{inventarios}}{\text{Pasivo circulante}}$$

$$\text{Prueba ácida} = \frac{304.924 - 82.339}{47.780} = \$ 4.65$$

Según los resultados obtenidos se puede apreciar que la empresa tiene la liquidez suficiente para afrontar sus responsabilidades.

5.8.2.2 Rentabilidad

La rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión que hemos realizado previamente. Tanto en el ámbito de las inversiones como en el ámbito empresarial es un concepto muy importante porque es un buen indicador del desarrollo de una inversión y de la capacidad de la empresa para remunerar los recursos financieros utilizados. Podemos diferenciar entre rentabilidad económica y financiera. (Economipedia , 2016)

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$$

Tabla 84 Margen de utilidad

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Utilidad neta	\$37.782,40	\$54.245,17	\$74.974,12	101.040,38	\$133,781,01
Ventas netas	\$94.287,09	\$117.858,86	\$147.323,58	\$184.154,48	\$230.193,10
Total	40,07%	46,02%	50,89%	54,86%	58,11%

Fuente: Investigación de campo, 2018

Elaborado por: La Autora

Estos resultados nos indican que por cada dólar que la empresa genera se obtiene un margen de utilidad del 40,07% para el 2017 y aplicando la proyección a 5 años se puede observar que en el año 2021 se llegará a obtener un margen del 58,11%.

Luego de realizar los cálculos pertinentes se puede ver que la empresa alcanzara niveles de rentabilidad esperados que ayudara al crecimiento de la misma.

5.9 Conclusiones

- Como resultado de la investigación los cinco capítulos del presente trabajo se concluye que la creación de la empresa de postres a base de quínoa y avena alcanzara los objetivos deseados, tendrá la acogida necesaria para su subsistencia.
- Con el alto nivel de demanda insatisfecha existente en el sector ayudara a que el negocio tenga éxito y aumente sus porcentajes de ventas.
- Con los resultados obtenidos en el capítulo financiero se aprecia que la empresa tendrá un giro positivo en el mercado se obtendrá un flujo de caja, rentabilidad esperada y creciente.
- A partir del tercer año se incrementara más personal que labore en la empresa lo que genera nuevas fuentes de empleo

5.9.1 Recomendaciones

- Es recomendable que se sigan realizando los estudios pertinentes de manera periódica en cuanto a innovación y estudios de mercado.
- Tener muy en cuenta todo lo que el cliente sugiera y llevar el correcto seguimiento, para saber si sus necesidades están siendo cumplidas.
- Al ser una empresa que elaborara comida se debe cumplir con los estándares de seguridad e higiene establecidos, los lugares donde se prepara deben conservarse limpios y sanitizados.

Bibliografía

- APA, N. (24 de 11 de 2016). *Normas APA*. Obtenido de Normas APA:
<http://normasapa.net/formula-muestra-poblacion/>
- ARCSA. (30 de Julio de 2015). *PBP*. Obtenido de PBP:
<http://www.pbplaw.com/nuevas-normas-certificacion-buenas-practicas-manufactura-alimentos-procesados/>
- ARCSA. (2016). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria: <http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- BCE. (31 de Diciembre de 2016). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador:
<https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- BCE. (31 de Diciembre de 2017). *Banco central del ecuador*. Recuperado el 9 de Febrero de 2018, de Banco central del ecuador:
https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- BCE. (30 de junio de 2017). *Banco central del Ecuador*. Recuperado el 28 de Enero de 2018, de Banco central del Ecuador:
<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/975-producto-interno-bruto-2>
- Chiavenato, I. (Julio de 2015). Administración de Recursos Humanos . En I. Chiavenato, *Administración de Recursos Humanos* (págs. 129-131). Colombia : Nomos S.A. Obtenido de Earth: <http://www.earth.ac.cr/wp-content/uploads/2013/07/Gerente-General-en-Empresa-AgroIndustrial.pdf>
- Compañías, L. d. (20 de Mayo de 2014). *Ley de Compañías* . Obtenido de Ley de Compañías :
http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- Contreras, J. (16 de Julio de 2006). *La matriz EFE*. Obtenido de La matriz EFE:
<http://www.joseacontreras.net/direstr/cap491d.htm>
- CreceNegocios. (20 de Julio de 2011). *CreceNegocios* . Obtenido de CreceNegocios : <https://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/>
- CreceNegocios. (2017). *CreceNegocios*. Obtenido de CreceNegocios:
<https://www.crecenegocios.com/el-analisis-costo-beneficio/>
- Economipedia* . (13 de Diciembre de 2016). Obtenido de Economipedia :
<http://economipedia.com/definiciones/liquidez.html>
- Economipedia* . (16 de Octubre de 2016). Obtenido de Economipedia :
<http://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Economipedia. (13 de Octubre de 2016). *Economipedia* . Obtenido de Economipedia : <http://economipedia.com/definiciones/coste-variable.html>
- Educaweb. (s.f.). *Educaweb*. Obtenido de Educaweb:
<http://www.educaweb.com/profesion/jefe-ventas-809/>
- emprendedor, E. (31 de Enero de 2012). *El emprendedor* . Obtenido de El emprendedor : <http://www.emprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>
- eumed.net. (2015). *eumed.net*. Obtenido de eumed.net:
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2010/ffrl.htm>

- Facilísimo. (s.f.). *Facilísimo* . Obtenido de Facilísimo :
http://cocina.facilísimo.com/de-la-buena-mesa-galletas-con-quinoa-quinua-avena-y-chispas-de-chocolate_872104.html
- Fernandez, E. (2016). *Mas que fuerte*. Obtenido de Mas que fuerte:
<http://masquefuerte.es/avena-y-quinoa-en-tu-alimentacion-diaria/>
- Fred, D. (2003). Conceptos de administración estratégica . En D. Fred, *Conceptos de administración estratégica* (pág. 112). Mexico : Pearson Education.
- Gerencie. (10 de Octubre de 2017). *Gerencie.com*. Obtenido de Gerencie.com:
<https://www.gerencia.com/costos-fijos.html>
- Gerencie. (4 de Octubre de 2017). *Gerencie.com* . Obtenido de Gerencie.com :
<https://www.gerencia.com/capital-de-trabajo.html>
- Gerencie.com. (28 de 06 de 2011). *Gerencie.com*. Obtenido de Gerencie.com:
<https://www.gerencia.com/capital-de-trabajo.html>
- Gerencie.com*. (5 de Octubre de 2017). Obtenido de Gerencie.com:
<https://www.gerencia.com/prueba-acida.html>
- Gestiopolis. (12 de Abril de 2002). *Gestiopolis* . Obtenido de Gestiopolis :
<https://www.gestiopolis.com/que-es-un-canal-de-distribucion/>
- González Romero, S. (2012). Método de depreciación. En G. R. Sergio, *Contabilidad II* (pág. 28). Lima: Centro Aplicación Editorial Imprenta Unión.
- Gonzalez, F. (2006). Auditoria del Mantenimiento e indicadores de gestion . En F. Gonzalez, *Auditoria del Mantenimiento e indicadores de gestion* (págs. 38-40). Madrid: Fundación Confemetal .
- Guzman, A. (6 de Nobiembre de 2013). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:
<https://www.gestiopolis.com/el-proceso-administrativo-segun-varios-autores/>
- Hoy cocinas tu*. (15 de Septiembre de 2013). Obtenido de Hoy cocinas tu:
<https://gastronomiaycia.republica.com/2013/09/15/hoy-cocinas-tu-cupcakes-de-quinua-con-buttercream-de-chocolate/>
- IEPI. (29 de Septiembre de 2014). *Instituto Ecuatoriano de la propiedad intelectual*. Obtenido de Instituto Ecuatoriano de la propiedad intelectual:
<https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- INEC. (Junio de 2017). *INEC* . Obtenido de INEC :
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/07/Reporte_inflacion_201706.pdf
- Inspection.com. (s.f.). *Inspection.com*. Obtenido de Inspection.com:
<https://www.asiainspection.es/testing/quality-control-for-processed-food>
- Instasent. (23 de Enero de 2017). *Instasent* . Obtenido de Instasent :
<https://www.instasent.com/blog/cuales-son-los-canales-de-comunicacion-mas-efectivos>
- León, V. (22 de Agosto de 2016). *Quito Alcaldia* . Obtenido de Quito Alcaldia :
<https://pam.quito.gob.ec/PAM/DetalleGuia.aspx?Guia=LUAE#info>
- Ministerio del Ambiente. (2016). *Ministerio del Ambiente*. Obtenido de Ministerio del Ambiente: <http://www.ambiente.gob.ec>
- Municipio de Quito*. (2016). Obtenido de Municipio de Quito:
<http://www.quito.gob.ec/>

- Peralta, M. P. (3 de Noviembre de 2015). *Crece Mujer* . Obtenido de Crece Mujer : <https://www.crecemujer.cl/capacitacion/ideas-de-negocio/que-son-los-costos-fijos-y-variables-en-mi-emprendimiento>
- Planeaciónestrategica. (2 de Junio de 2009). *Blogdiario.com*. Obtenido de Blogdiario.com: <http://planeacionestrategica.blogspot.es/1243897868/matriz-efe-efi/>
- Porter, M. (16 de enero de 2017). *5fuerzasdeporter*. Obtenido de 5fuerzasdeporter: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:D8mkhSjlH9kJ:www.5fuerzasdeporter.com/&num=1&hl=es&gl=ec&strip=0&vwsr=0>
- PYMEX. (1 de Mayo de 2015). *PYMEX*. Obtenido de PYMEX: <https://pymex.com/liderazgo/recursos-humanos/gerente-de-produccion-funciones-y-responsabilidades>
- recetas, Q. (6 de Enero de 2016). *superalimentos* . Obtenido de superalimentos : <http://www.quinoarecetas.es/postres/flan-de-quinoa>
- Rincon, C. (2011). Presupuestos empresariales . En C. Rincon, *Presupuestos empresariales* (pág. 47). Bogota : ECOE.
- Rovayo Vera, G. (2010). Estado de Flujos de Efectivo. En G. Rovayo Vera, *Finanzas para directivos* (pág. 47). Guayaquil: Estudio y Ediciones IDE.
- Sampedro, C. (13 de Julio de 2017). *Cookpad*. Obtenido de Cookpad: <https://cookpad.com/ec/recetas/642602-waffles-de-quinoa>
- Servicio de Rentas Internas. (2016). *SRI*. Obtenido de SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- USACH. (10 de Mayo de 2013). *USACH*. Obtenido de USACH: <http://ddp.usach.cl/jefe-de-finanzas>
- Villacís, B., & Carrillo, D. (2011). Estadística demografica en el Ecuador . En B. Villacís, & D. Carrillo, *Estadística demografica en el Ecuador* (pág. 10). Quito: Instituto Nacional de estadísticas y censos INEC.
- WS, E. (2016). *Economia*. WS. Obtenido de Economia. WS: <http://www.economia.ws/mercado.php>

ANEXOS

Anexos 1 Modelo de encuesta



UNIVERSIDAD "TECNOLÓGICA INDOMÉRICA"

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Escuela de Administración de Empresas y Negocios

Objetivo: conocer acerca de los gustos por los postres de las personas en el Sur de Quito.

Instrucciones: por favor lea las preguntas detenidamente y marque una sola respuesta con toda sinceridad. Gracias

1. ¿Consumes postres?

Sí No

***Si su respuesta es no la encuesta a finalizado gracias por su colaboración.**

2. ¿Cada que tiempo los consumes?

Diario 2 veces por semana 3 veces por semana
mas 4 veces por semana

3. ¿Conoce los beneficios de la quínoa y avena ?

Sí No

***Si su respuesta es negativa la encuesta ha finalizado gracias por su colaboración.**

4. ¿Qué productos elaborados en base a quínoa y avena le gusta?

Sopas	<input type="checkbox"/>
Crema	<input type="checkbox"/>
Postres	<input type="checkbox"/>
Galletas	<input type="checkbox"/>

5. ¿En qué medio observa en mayor medida la publicidad?

Televisión redes sociales Internet radio

6. ¿Cuánto paga por sus postres preferidos?

\$4,40 \$ 5 \$ 5,50 \$6 en adelante

7. ¿Si existiera otra alternativa a los postres comunes, los consumiría?

Sí No

8. ¿Qué es lo que más le atrae de los postres?

Sabor Presentación
Precio Duración

9.Cuál de estos endulzantes seria de su preferencia para los postres de quínoa y avena

Azúcar Stevia Azúcar morena

10. ¿Qué aspecto considera al momento de adquirir un postre?

Calidad
Garantía
Buen trato al cliente

11. ¿Cuál de estos postres seria de su preferencia?

Flan de quínoa
Galletas de avena y quínoa
Cupcakes
Waffles

Gracias por su colaboración.

Anexos 2 Análisis Anti plagio

DOCUMENTO: TESIS. ILLAPA CASTILLO ANDREA FERNANDA. DOCX
[D37050271]

A: Coordinador de Carrera de Administración de Empresas y Negocios.

Asunto: Informe sobre resultados de porcentaje de similitud o plagio.

Por este medio le informamos que en fecha 28 de marzo del 2018, fue analizado, por segunda vez, través del Sistema URKUND de prevención de coincidencias y/o plagio, el trabajo de titulación de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios, de la Srta., ILLAPA CASTILLO ANDREA FERNANDA, con el tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN COMERCIALIZACIÓN DE POSTRES A BASE DE QUÍNOA Y AVENA UBICADO EN EL SECTOR SUR DE QUITO, AÑO 2017.

El análisis realizado arrojó los siguientes resultados.

- Sólo el 7% de este documento se compone de texto más o menos similar al contenido de 4 fuente(s) considerada(s) como la(s) más pertinente(s).
- En esta revisión no fue analizado el cumplimiento de las Normas APA.
- No se considera necesario detallar las coincidencias encontradas, debido al bajo porcentaje de similitud.
- De acuerdo a los criterios de valoración de similitud establecidos en la **Sección IV(4.2.2)** del Manual de Uso de la Herramienta de Prevención de Coincidencia y/o Plagio Académico, el porcentaje de similitud detectado en la presente investigación, no se considera plagio intencional, pudiéndose omitir el reporte y pasar a calificación de trabajo de titulación.

BIBLIOTECA U.T.I.
Internamente

M.Sc Yanet Nápoles Nápoles.

Anexos 3 Modelo de Flan



Anexos 4 Cupcakes





Anexos 5 Galletas avena y quínoa



Anexos 6 Waffles

