



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE POSTRES SALUDABLES A BASE DE VERDURAS EN
LA CIUDAD DE SALCEDO”**

Proyecto de emprendimiento previo a la obtención del Título de licenciada en
Administración de Empresas.

Autora:

Alexandra Estefanía Salguero Velasco.

Docente Tutor:

Mg. Herrera Soria Pablo Gilberto.

LATACUNGA-ECUADOR

AGOSTO-2024.

DECLARACIÓN DE AUDITORIA

“Yo, **Salguero Velasco Alexandra Estefania**, con cédula de ciudadanía No. **0550486740**, declaramos ser autores del presente **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE POSTRES SALUDABLES A BASE DE VERDURAS EN LA CIUDAD DE SALCEDO”**, siendo el Mgs Pablo Gilberto Herrera Soria, Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, agosto 22 del 2024



Salguero Velasco Alexandra Estefania
C.C: 0550486740

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO.

En calidad de Tutor del **Proyecto de emprendimiento** sobre el título:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE POSTRES SALUDABLES A BASE DE VERDURAS EN LA CIUDAD DE SALCEDO", de Salguero Velasco Alexandra Estefanía, de la carrera de Administración de empresas, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 22 de Agosto de 2024



Mgs. Pablo Gilberto Herrera Soria

C.I: 0501690259

TUTOR

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente proyecto de emprendimiento de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y, por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas ; por cuanto, las postulante Salguero Velasco Alexandra Estefania, con el título del Proyecto de Emprendimiento **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE POSTRES SALUDABLES A BASE DE VERDURAS EN LA CIUDAD DE SALCEDO.”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, agosto 22 del 2024

Para constancia firman:



Mg. Jirma Elizabeth Veintimilla Ruiz
C.C.0502969587
Lector 1 (Presidente)



Mg. Gabriela Yadira Viera Molina
C.C.0502930407
Lector 2



Mg. Maira Natalia Martínez Freire
C.C.1712507761
Lector 3

AGRADECIMIENTO.

Agradezco profundamente a Dios y al Doctorcito de San Buenaventura por haberme dado salud y fortaleza para culminar mis estudios y poder seguir adelante, por haberme dado los maravillosos padres y hermano que tengo.

Agradecer a toda mi familia a mis primos, especialmente a mi primo Richard por el apoyo que me han brindado durante mi trayectoria universitaria por sus buenos deseos y por sus sabios consejos. A mi padre Héctor Salguero quien con su ayuda y sus buenos consejos y su apoyo condicional pude culminar con éxitos mis estudios. A mi madre Nelly Velasco agradecerle profundamente por tenerme paciencia y por siempre estar conmigo en las buenas y en las malas por confiar en mí, por nunca dejarme sola y siempre animarme a seguir adelante con mis sueños. A mi hermano Stalin quien siempre estuvo apoyándome. A mi perrito Chocolate y Ángel quien se desveló conmigo en toda ocasión hasta acabar mis deberes y me hizo compañía en todo momento para juntos lograr nuestras metas. Y un agradecimiento especial para mi tutor de tesis

Mgs Pablo Herrera quien ha sido mi guía en este proceso de titulación.

Alexandra Estefania Salguero Velasco.

DEDICATORIA.

Este proyecto está dedicado principalmente a Dios quien me dio sabiduría y fuerzas para seguir en adelante con mi tesis y poder culminar con éxitos mis estudios.

A mi padre y hermano ya que sin su ayuda sin sus consejos y apoyo nada de esto sería posible.

A mi madre ya que sin su ayuda sin su apoyo y comprensión no sería nada gracias a su esfuerzo pude culminar mis estudios siempre con la compañía de ella y por enseñarme que el no puedo, no existe por todo lo que hizo por mí, mami le agradezco de todo corazón y solo me queda decirle que es mi orgullo y mi ejemplo a seguir ya que nunca se dio por vencida por más dificultades que se haya presentado en la vida.

Alexandra Estefania Salguero Velasco.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE POSTRES SALUDABLES A BASE DE VERDURAS EN LA CIUDAD DE SALCEDO.”

Autor:

Salguero Velasco Alexandra Estefania

RESUMEN

Este emprendimiento se inició con el objetivo de establecer una empresa dedicada a la producción y comercialización de postres saludables a base de verduras en el cantón Salcedo. La razón principal fue la preocupante falta de opciones de postres saludables en la zona y el creciente aumento de enfermedades como la diabetes. Según los Institutos Nacionales de Salud (NIH, 2016), la diabetes es una amenaza que surge cuando los niveles de glucosa en sangre se elevan debido al consumo excesivo de azúcares y grasas saturadas. Por ello, se identificó la necesidad de crear un postre saludable, basado en verduras, particularmente de tres tipos de remolacha como son (remolacha azucarera, de mesa y la forrajera), que aporta vitaminas como la B y C, minerales como el potasio, hierro, magnesio; esenciales para la buena salud. Los resultados de las encuestas revelaron que el 81% de la población estaría dispuesta a consumir cupcakes de remolacha. A nivel financiero, se determinó que el precio de venta sería de \$2.32 por 40 gramos, con un VAN de \$4,997.71, una TIR del 37% y un periodo de recuperación de 3 años y 1 mes, lo que confirma la viabilidad económica del proyecto. Este estudio resalta la existencia de un mercado potencial en Salcedo, demostrando que la creación de una empresa de este tipo es tanto comercial como financieramente factible.

Palabras claves: Diabetes, salud, minerales, mercado potencial.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES
BUSINESS ADMINISTRATION CAREER

**TITLE: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY PRODUCING
HEALTHY VEGETABLE-BASED DESSERTS IN THE CITY OF SALCEDO.**

Authors:

Salguero Velasco Alexandra Estefanía

ABSTRACT

This project began with the objective of establishing a company dedicated to the production and marketing of healthy vegetable-based desserts in the Salcedo canton. The main reason was the worrying lack of healthy dessert options in the area and the growing increase in diseases such as diabetes. According to the National Institutes of Health (NIH, 2016), diabetes is a threat that arises when blood glucose levels rise due to excessive consumption of sugars and saturated fats. Therefore, the need was identified to create a healthy dessert, based on vegetables, particularly from three types of beets such as (sugar beet, table beet and fodder beet), which provides vitamins such as B and C, minerals such as potassium, iron, magnesium; essential for good health. The results of the surveys revealed that 81% of the population would be willing to consume beet cupcakes. At the financial level, it was determined that the selling price would be \$2.32 per 40 grams, with an NPV of \$4,997.71, an IRR of 37% and a payback period of 3 years and 1 month, which confirms the economic viability of the project. This study highlights the existence of a potential market in Salcedo, demonstrating that the creation of such an enterprise is both commercially and financially feasible.

Keywords: Diabetes, health, proteins, potential market.

AVAL DE TRADUCCIÓN



UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE
COTOPAXI



CENTRO
DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de emprendimiento cuyo título versa: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE POSTRES SALUDABLES A BASE DE VERDURAS EN LA CIUDAD DE SALCEDO”** presentado por: **Salguero Velasco Alexandra Estefania** egresada de la Carrera de Administración de Empresas perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a la peticionaria hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, agosto de 2024

Atentamente,

MSc. Alison Mena Barthelotty
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI: 0501801252



CERTIFICADO DE INFORME DE SIMILITUD

En mi calidad de Tutor / a del Proyecto de Emprendimiento con el tema: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE POSTRES SALUDABLES A BASE DE VERDURAS EN LA CIUDAD DE SALCEDO**, de Salguero Velasco Alexandra Estefania, de la carrera de Administración de Empresas, remito la captura de pantalla del reporte del sistema de reconocimiento de texto Compilatio, con un porcentaje de coincidencias del 5 %; y, expreso una vez más, mi conformidad en cuanto a la dirección del trabajo de titulación.

Salguero Alexandra_Herrera
Pablo.

5%
Textos sospechosos

4% Similitudes
0% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas
1% Idiomas no reconocidos
7% Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

Nombre del documento: Salguero Alexandra_Herrera Pablo.docx
ID del documento: a2c6c947491eb04e042a3d3fa832a987c76d
Tamaño del documento original: 2.27 MB
Autores: []

Depositante: MARCO ANTONIO VELOZ JARAMILLO
Fecha de depósito: 22/8/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 22/8/2024

Número de palabras: 11.857
Número de caracteres: 74.864

Ubicación de las similitudes en el documento:



Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Latacunga, 22 Agosto del 2024

Mg Pablo Gilberto Herrera Soria

CC: 0501690259

TUTOR / A

TABLA DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUDITORIA	ii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO.....	iii
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.	iv
AGRADECIMIENTO.	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
AVAL DE TRADUCCIÓN	x
CERTIFICADO DE INFORME DE SIMILITUD.....	xi
1 INFORMACION GENERAL.....	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO I	2
1.1 Idea de negocio.....	2
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.3 Formulación del problema.	4
1.3.1 Objetivo General.	4
1.3.2 Objetivos Específicos.	4
1.4 Modelo de negocio.	4
1.4.1 Descripción de los clientes.	4
1.4.2 Matriz FODA.....	5
1.4.3 Matriz Canvas.....	6
Nota: Elaborado por el investigador.	6
1.4.4 Propuesta de valor.....	6
1.4.5 Relación con el cliente.....	7
1.4.6 Fuentes de ingresos.....	8
1.4.7 Actividades clave.	8
1.4.8 Alianzas estratégicas/socio clave.....	8
1.4.9 Recursos clave.....	9
1.4.10 Estructura de costos.	10
1.4.11 Canales.	10
CAPITULO II.....	11
2 MARCO TEORICO.....	11

2.1	Emprendimiento.....	11
2.2	Plan de negocios.	11
2.3	Importancia del plan de negocio.....	12
2.4	Tipos de plan de negocios.....	12
2.5	Estudio de mercado.	15
2.5.1	Segmento de mercado.	15
2.5.2	Demanda potencial.	16
2.5.3	Sistema de distribución.....	16
2.5.4	Acciones para introducir el producto al mercado.....	16
2.6	Estudio técnico.	17
2.6.1	Diagrama de flujo.....	17
	17
2.7	Organización.....	18
2.7.1	Organigrama de la empresa.....	18
2.8	Estudio financiero.....	19
2.8.1	Metodología.	19
2.8.2	Tipos de estudio.....	19
CAPÍTULO III.....		20
DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS.		20
2.9	Naturaleza del proyecto.	20
2.9.1	Nombre de la empresa.	20
2.9.2	Giro de la empresa.....	20
2.9.3	Logo de la empresa.....	20
2.9.4	Descripción del producto o servicio.	21
2.9.5	Ubicación de la empresa.	21
2.9.6	Análisis de la industria.....	22
2.10	Estudio de Mercado.....	22
2.10.1	Características del segmento de mercado.....	22
2.10.2	Demanda potencial.	23
2.11	Numero de oferentes en el mercado.....	27
3	Oferta actual.	30
3.1	Oferta proyectada.....	30
3.1.1	Determinación de la demanda insatisfecha.....	32

3.1.2	Producto.....	34
3.1.3	Análisis del impacto.....	36
4	Plan de marketing.....	37
4.1	Estrategia de marketing y publicidad.....	37
5	Ubicación de la empresa.....	41
5.3	Equipo e instalaciones.....	42
5.4	Distribución de la planta.....	45
5.4.1	Materia prima.....	46
6	Estructura Organizativa.....	50
6.1	Organigrama de la empresa.....	50
6.2	Recurso humano.....	52
6.2.1	Mano de obra requerida.....	52
6.2.2	Aspectos fiscales a considerar.....	52
6.2.3	Aspectos legales a considerar para la implementación de la empresa.....	52
7	CONCLUSIONES.....	65
8	RECOMENDACIONES.....	65
9	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	66
10	ANEXOS.....	¡Error! Marcador no definido.
	Resultados de la encuesta aplicada.....	¡Error! Marcador no definido.
	Fotografías del producto.....	¡Error! Marcador no definido.

INDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Matriz FODA.....	5
Tabla 2:	Socio clave.....	8
Tabla 3:	Población total.....	24
Tabla 4:	Demanda Actual.....	26
Tabla 5:	Demanda Proyectada.....	27
Tabla 6:	Oferentes.....	28
Tabla 7:	Precio de la oferta.....	29
Tabla 8:	Oferta actual.....	30
Tabla 9:	Oferta proyectada.....	31

Tabla 10: Demanda insatisfecha.....	32
Tabla 11: Descripción de las instalaciones, equipos y utensilios.....	42
Tabla 12: Distribución por departamento.....	45
Tabla 13: Materia prima, propiedades y beneficios.	46
Tabla 14: Mano de obra requerida.....	52
Tabla 15: Manejo de inventario.....	53
Tabla 16: Materia prima por cupcakes de remolacha.....	54
Tabla 17: Costos indirectos de fabricación.	56
Tabla 18: Precio del producto.....	56
Tabla 19: Análisis de depreciaciones.	56
Tabla 20: Análisis de egresos anuales.	57
Tabla 21: Presupuesto de ingresos.....	58
Tabla 22: Estados de pérdidas y ganancias.	58
Tabla 23: Costos fijos y variables.	60
Tabla 24: Costos variables unitarios.....	60
Tabla 25: Capital de trabajo.....	61
Tabla 26: Inversión inicial.....	61
Tabla 27: Sistema de financiamiento.....	61
Tabla 28: Flujo de caja.	62
Tabla 29: VAN/TIR.....	63
Tabla 30: Análisis de riesgo.	63

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Matriz Canvas.....	6
Ilustración 2: Diagrama de flujo	17
Ilustración 3: Gráfico de la demanda proyectada.	27
Ilustración 4: Oferta proyectada	31
Ilustración 5: Demanda insatisfecha.	32
Ilustración 6: Distribución directa.	33
Ilustración 7: Distribución indirecta.	34
Ilustración 8: Logotipo del producto "Dulce Vida".....	35

Ilustración 9: Diseño del empaquetado del producto.....	36
Ilustración 10: Diagrama de flujo de la elaboración de los cupcakes de remolacha.	40
Ilustración 11: Macro localización de la empresa.	41
Ilustración 12: Micro localización de la empresa.	42
Ilustración 13: Layout de la planta	46
Ilustración 14: Organigrama de la empresa "Dulce Vida".	50
Ilustración 15: Punto de equilibrio.	60

1 INFORMACION GENERAL.

Tema: “plan de negocios para la creación de una empresa productora de postres saludables a base de verduras en la CIUDAD de SALCEDO”.

Fecha de inicio: 07 de mayo del 2024

Fecha de finalización: 02 de agosto del 2024

Lugar de ejecución: Cantón Salcedo en la Av. Sucre frente a la iglesia de dicho cantón.

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

Carrera que auspicia: Administración de Empresas.

Grupo de investigación:

Tutor:

Mg. Pablo Gilberto Herrera Soria. CC. 0501690259

Equipo de Trabajo:

Salguero Velasco Alexandra Estefanía. CC. 0550486740

Área de conocimiento: Administración

Línea de investigación:

Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social

Sub líneas de investigación de la carrera:

Gestión e Innovación Empresarial.

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.1 Idea de negocio.

Esta idea de negocio nace a la necesidad de poder sacar un postre que al mercado ya que existe hay un sin número de postres típicos del sector que se lo puede encontrar con facilidad en cualquier tienda aledañas del sector de igual manera se ha ido observando que estos postres típicos son altos en azúcar y en grasas saturadas por lo que no existe un postre que sea saludable y que se pueda degustar todas las personas.

Por lo tanto, se pretende elaborar un postre saludable a base de verduras especialmente un (cupcakes) de remolacha respondiendo a las necesidades de algunos consumidores que debido a su salud no pueden consumir los tradicionales postres ya sea por el azúcar o por los endulzantes que contiene y por el alto contenido de grasas saturadas que posee los postres dando con ello que sea perjudicial para las personas que sufren de obesidad y de diabetes.

En concordancia con lo anterior el cupcakes de remolacha que se ofrecerá en el mercado se procura que sea saludable, y sea baja en grasas el cual es 100% natural los ingredientes que se vaya utilizando en el producto y que tenga una atención especialmente de las personas que no pueden consumir altas cantidades de azúcar.

Por esta razón se pretende salir de lo tradicional, poniéndolo como principal ingrediente los tres tipos de remolacha los cuales son (la de mesa, la forrajera y la azucarera), al ser un ingrediente natural y saludable que contiene diferentes vitaminas como es: el potasio, la vitamina c, antioxidantes, vitamina K etc.

La empresa productora y comercializadora de postres saludables a base de vegetales se compromete en brindarles una experiencia positiva tanto en sabor como en experiencia, ya que les brinda productos de buena calidad, diseño atractivo y empaque eco-amigables para el medio ambiente, además que el proceso de producción está cuidadosamente diseñado para poder resaltar el sabor del postre que le ofrecemos el cual es un cupcake de remolacha en donde se puede encontrar distintas vitaminas como es en folatos que es bueno para el crecimiento de nuevos tejidos y de nuevas células y también contiene la vitamina C, vitamina B, antioxidantes que ayuda a la presión arterial las cuales son buenas para la salud. Con la intención de poder satisfacer las necesidades de los consumidores estamos ubicados en un local al frente del parque central de Salcedo, así como llevar los postres a escuelas y a restaurantes del sector, enfocándose directamente a niños y a personas adultas.

1.2 Planteamiento del problema.

Se ha identificado que en el mercado carece de opciones saludables y nutritivas en el segmento de pastelería, encontrándonos siempre con los mismos productos cotidianos que tienen alto contenido calórico como altos contenidos de azúcares, los cuales no aportan ninguna vitamina ni beneficios para la salud de las personas, y no satisfacen las necesidades de las personas que les gusta adquirir un producto saludable, de cierta forma en el cantón Salcedo no cuentan con un establecimiento que ofrezca un producto saludable.

Según el Instituto Nacionales de Salud (NIH, 2016) La diabetes es una enfermedad que se presenta cuando el nivel de glucosa en la sangre, también conocido como azúcar en la sangre, es demasiado alto. La glucosa en la sangre es la principal fuente de energía y proviene de los alimentos. La insulina, una hormona que produce el páncreas, ayuda a que la glucosa de los alimentos ingrese en las células para usarse como energía. Algunas veces, el cuerpo no produce suficiente o no produce nada de insulina o no la usa adecuadamente y la glucosa se queda en la sangre y no llega a las células.

Con el tiempo, el exceso de glucosa en la sangre puede causar problemas de salud. Aunque la diabetes no tiene cura, la persona con diabetes puede tomar medidas para controlar su enfermedad y mantenerse sana.

La causa exacta de la mayoría de los tipos de diabetes se desconoce. En todos los casos, la glucosa se acumula en el torrente sanguíneo. Esto se debe a que el páncreas no produce suficiente insulina. Ambas clases de diabetes, tipo 1 y tipo 2, pueden causarse por una combinación de factores genéticos y ambientales, como lo menciona (Mayo Clinic, 2023).

1.3 Formulación del problema.

¿Es factible establecer una empresa productora de postres saludables a base de verduras en la ciudad de Salcedo?

1.3.1 Objetivo General.

Desarrollar un plan de negocio para la creación de una micro empresa productora de postres saludables a base de verduras en la ciudad de Salcedo.

1.3.2 Objetivos Específicos.

- Determinar la capacidad instalada de la empresa a través del estudio técnico.
- Realizar la evaluación financiera para la viabilidad del producto.
- Proponer estrategias de marketing para la introducción del producto.

1.4 Modelo de negocio.

1.4.1 Descripción de los clientes.

Nuestro segmento de mercado se va a enfocar en hombres y mujeres desde los 15 a 30 años del cantón Salcedo al enfocarse en este segmentó nos orientamos hacia una buena audiencia, dado que el sector que es el parque central es circulado por las diversas personas, está al frente de una iglesia y es un lugar turístico para las personas tanto aledañas como extranjeras.

1.4.2 Matriz FODA.

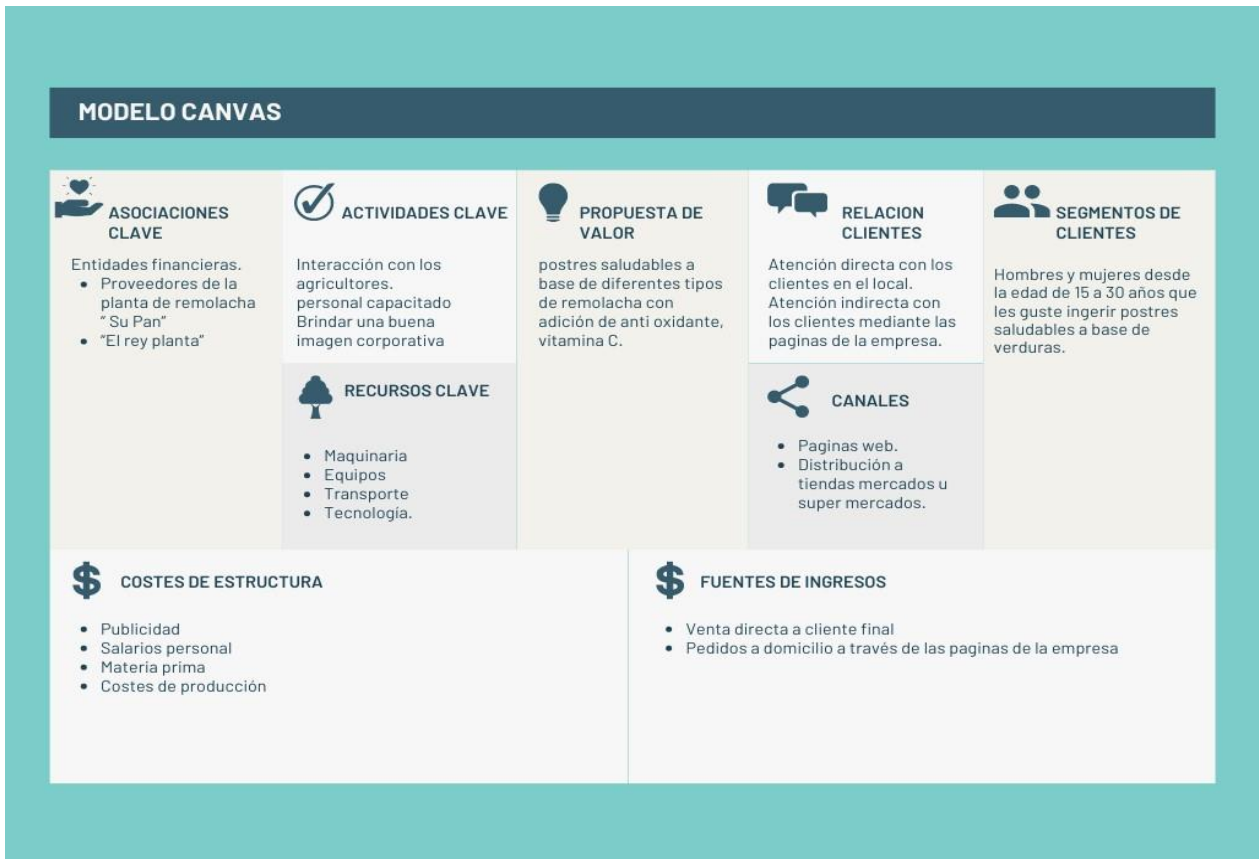
Tabla 1: *Matriz FODA*

F	O
<ul style="list-style-type: none"> • Uso de ingredientes naturales. • Empaques Eco-amigable para el ambiente. • Cosecha y siembra de la remolacha. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas con unidades educativas que por sus regulaciones deben vender productos bajos en azúcar. • Alianzas con los agricultores para aprovechar las producciones de remolacha en la zona centro. • Las tendencias de consumo de alimentos naturales.
D	A
<ul style="list-style-type: none"> • Falta del capital para la producción del postre (cupcakes). • Falta de maquinaria industrial para la elaboración del producto. • Desconocimiento del mercado de los postres. 	<ul style="list-style-type: none"> • La mayoría de personas no les gusta las verduras. • Competencia con pastelerías especializadas del sector. • Variación de precios de las materias prima.

Fuente: Elaborado por el investigador

1.4.3 Matriz Canvas.

Ilustración 1: Matriz Canvas.



Nota: Elaborado por el investigador.

1.4.4 Propuesta de valor.

La empresa "Dulce Vida" ofrecerá un postre saludable a base de verduras especialmente de remolacha o también conocida como (beterava) misma que cuenta con vitaminas esencialmente buenas para el ser humano puesto que aportan, vitaminas C, B, K, B3, es rica en hierro, magnesio, potasio es bueno como antioxidante.

La empresa productora de repostería saludable se enorgullece de ofrecer postres de alta calidad que no solo satisface las necesidades de nuestros clientes, sino que también promueve un

estilo de vida saludable, nos distinguimos por utilizar cuidadosamente ingredientes naturales y frescos que son esencialmente saludables para los clientes.

Los postres están elaborados con una cuidadosa selección de ingredientes naturales y saludables las cuales son los dos tipos de remolachas que contiene el postre (cupcakes) que son las siguientes: (la remolacha azucarera, la remolacha forrajera y la de huerta) las cuales contienen vitaminas y minerales para la salud de las personas.

Se elige utilizar frutos secos dado que la mezcla de todos estos ingredientes ayudan al cuerpo a mantenerse estables y al poder nutrir al cuerpo, además, la empresa se compromete a no utilizar colorantes artificiales puesto que la remolacha tiene su pigmentación natural y le da ese color llamativo al postre (cupcakes), garantizando que cada ración sea auténtica, natural y llena de sabor.

No sólo están comprometidos con el bienestar de los clientes, sino que también con el impacto que tienen en el medio ambiente. Se ha decidido distribuir los productos en los colegios aledaños del parque de Salcedo y en los restaurantes, además, han adoptado métodos de empaquetado ecológicos utilizando materiales que no dañen al medio ambiente.

La repostería no seguirá el enfoque tradicional, sino que integrará herramientas tecnológicas como un sitio web. A través de esta plataforma, los clientes pueden realizar pedidos, conocer nuevos productos y mantenerse actualizados sobre precios, promociones por fechas importantes y los sabores disponibles.

1.4.5 Relación con el cliente.

Programas de fidelidad con los clientes: Se implementará programas de fidelidad con los clientes cuando sea una fecha especial ya sea en año nuevo o en el aniversario de la empresa.

Comunicación mediante redes sociales: Se realizará publicidad mediante todas las plataformas que cuenta la empresa para promocionar sus cupcakes de remolacha como son: Facebook, Instagram, TikTok, para poderles proporcionar toda la información acerca del negocio.

1.4.6 Fuentes de ingresos.

- Venta Directamente al consumidor.
- Venta de postre individuales.
- Pedidos a través de la página web de la empresa.
- Entregas a domicilio.

1.5.6.1 Estrategias de Fijación de Precios.

- Evaluar los costos de producción y comercialización para establecer precios que cubran los gastos y generen margen de beneficio.
- Analizar la competencia y la demanda del mercado para determinar precios competitivos y atractivos para los clientes.

1.4.7 Actividades clave.

- Adquirir productos de calidad tanto en vegetales como con los frutos secos.
- Adquirir los vegetales más frescos que se pueda.
- Preparación del postre con ingredientes naturales.
- Empaquetado biodegradable con un adhesivo de la empresa.
- Venta en el punto estratégico.

1.4.8 Alianzas estratégicas/socio clave.

Las alianzas estratégicas incluyen la colaboración con los diferentes restaurantes del sector en donde se distribuirán los postres para que estén disponibles para su venta. Además, se cuenta con el apoyo de:

Tabla 2:Socio clave

Socios clave	Descripción
Agricultores del sector de SALCEDO	Al trabajar directamente con los agricultores estamos ayudando a las dos partes, tanto a los agricultores por ayudarles con sus productos y

	pagando lo que cuesta, y esta acción nos va a beneficiar como empresa ya que al adquirir su producto estamos adquiriendo producto de calidad y a un buen precio.
Proveedores de empaquetado Eco-amigable con el ambiente como son: Dulce mundo.	Las alianzas con estos proveedores nos van a ayudar a poder adquirir los envases a un buen precio.
Proveedores de productos de la elaboración del cupcakes	Nos van a ayudar a poder adquirir la miel de abejas y la leche de vaca, los frutos secos la alianza con estos proveedores es importante ya que se obtienen productos de alta calidad, totalmente naturales a un buen precio.
Cooperativa de transporte	Las alianzas con una cooperativa de transporte ya sea taxi nos va a facilitar las entregas de nuestro producto hacia el domicilio de nuestro cliente.

Nota: Elaborado por el investigador.

1.4.9 Recursos clave.

Los elementos que emplea la empresa para brindar a los clientes un producto con valor añadido son los siguientes:

- Maquinaria para repostería.
- Personal calificado.
- Financiamiento a través de entidades financieras.
- Materia prima.
- Tecnología.

1.4.10 Estructura de costos.

- Materia prima.
- Mano de obra.
- Infraestructura y equipos.
- Servicios básicos.
- Transporte.

1.4.11 Canales.

La elección de llegar a los clientes a través de una nueva técnica es mediante las diversas plataformas como las redes sociales como son: Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok se basa en la necesidad de crear una mejor experiencia para los clientes al momento de querer conocer o adquirir nuestros postres (cupcakes) de remolacha y que sea de fácil acceso. Las redes sociales brindan un gran alcance para que los clientes se puedan informar sobre diferentes cosas, lo que permite conectarse con diferentes audiencias y brindar información atractiva sobre los productos y campañas relacionadas ya que también atraen más audiencia para nuestra empresa para poder generar mejores recursos económicos.

CAPITULO II

2 MARCO TEORICO.

2.1 Emprendimiento.

El emprendimiento puede contribuir al crecimiento económico al dar nuevos empleos, aumentar la actividad económica, fomentar la innovación y aumentar la competencia en los mercados, la importancia del emprendimiento en la economía radica en que esta actividad es esencial para el crecimiento económico y la creación de empleo en todo el mundo.

Emprender es el proceso de identificar oportunidades en el entorno ya existente o en un nuevo entorno, reconociendo problemas o necesidades específicas y desarrollando ideas innovadoras para crear soluciones a través de la introducción de nuevos productos o servicios con un distintivo para poder satisfacer las necesidades de las personas. Estas soluciones tienen como propósito abordar problemas identificados, mejorando la calidad de vida de un grupo de personas o incluso de la sociedad en su conjunto. (EBC, 2023).

2.2 Plan de negocios.

El plan de negocios es un conjunto de técnicas e instrumentos para el análisis y desarrollo de estrategias sólidas, que utilizan en la consolidación de nuevas empresas, con el fin de alcanzar unos objetivos, identificando fortalezas y debilidades, oportunidades o amenazas, pero principalmente saber si realmente un nuevo negocio es viable o no, todo lo mencionado anteriormente va ligado directamente con la toma de buenas decisiones garantizando de esta manera el incremento de la productividad y saber si esta tendrá una participación alta o baja en el mercado utilizando la menor o mayor cantidad de recursos con el fin de que tengan clientes contentos y fidedignos; Este ensayo consiste en realizar una comparación entre dos restaurantes que ofrecen servicios similares de venta de comida fusión; con el fin de poner en discusión si es o no necesaria la conformación de un plan de negocio. (Unir , 2024).

2.3 Importancia del plan de negocio.

La importancia de la elaboración de un plan de negocios para las organizaciones ha crecido tanto en los últimos tiempos, sobre todo con la apertura a un mercado global que exige que las empresas sean competitivas, es decir: tener un buen precio, calidad en los productos, entregas a tiempo y con cumplir con las especificaciones que el cliente le solicite.

La importancia radica en analizar las nuevas ideas de negocio, brinda un asesoramiento a los inversionistas para evitar una posible mala inversión, mediante la aplicación de un modelo de plan de negocios se conocen las características básicas y esenciales para la creación de una nueva empresa generadora de producción. (Puerto, 2023).

2.4 Tipos de plan de negocios.

Al hacer un correcto estudio de plan de negocios se deben considerar los siguientes tipos de plan de negocios.

2.4.1.1 Plan de negocio tradicional.

Según (SPARKYARD, 2017) son utilizadas en una estructura estándar y lo motivan a entrar en detalle en cada sección; tienden a requerir más trabajo al principio y pueden requerir docenas de páginas.

- **Resumen ejecutivo:** En pocas palabras, indica a su lector qué es su empresa y por qué tendrá éxito, en donde también se enuncia los objetivos, su producto o el servicio que este ofrece brindando con ello la información básica sobre el equipo directivo, empleados y ubicación de la empresa en donde incluya también la información financiera y planes de crecimiento de alto nivel si tiene pensado solicitar financiamiento.
- **Descripción de la compañía:** Brinde información detallada de su empresa para que el público conozca más sobre sí misma para lo cual se debe de responder las siguientes preguntas: de quién, qué, cuándo, dónde y por qué de manera clara y concisa para poder brindar información clara y concisa de la empresa.

- **Análisis de mercado:** Se pone todos los datos recopilados de los canales de marketing en contexto para poder mostrar cómo los planes y los esfuerzos de marketing de una compañía pueden traducirse directamente en ingresos y no en pérdidas.
- **Organización y gestión:** Explique cómo se estructurará su empresa y quién la dirigirá, describa la estructura legal de su empresa. Indique si tiene o se propone integrarla como corporación C o S, formar una sociedad general o limitada, o si es usted propietario único o una sociedad de responsabilidad limitada.
- **Línea de servicios o productos:** Describa lo que vende o el servicio que ofrece. Explique cómo beneficia a sus clientes y cómo es el ciclo vital del producto. Comparta sus planes respecto a la propiedad intelectual, como son derechos de autor o registros de patentes. Si realiza investigación y desarrollo de su servicio o producto, explíquelo en detalle.
- **Publicidad y ventas:** No hay una forma única de abordar una estrategia de mercado. Su estrategia debe evolucionar y cambiar para satisfacer sus necesidades específicas. Debe describir el procedimiento para atraer y conservar a los clientes, y para producir realmente una venta. Puesto que consultará esta sección cuando haga proyecciones financieras, procure describir en todo detalle sus estrategias completas de publicidad y ventas.
- **Solicitud de financiamiento:** Si busca financiamiento, aquí debe delinear sus necesidades. Su meta es explicar claramente cuánto necesitará en los cinco años siguientes y el uso que le dará. Especifique si prefiere deuda o capital, los plazos que desea que se apliquen y el período que cubrirá su petición. Brinde una descripción detallada de cómo utilizará sus fondos. Especifique si necesita fondos para adquirir equipo o materiales, pagar sueldos o cubrir facturas específicas hasta que aumenten las ganancias. Incluya siempre una descripción de sus planes financieros estratégicos futuros, como pagar deuda o vender su empresa.

- **Proyecciones financieras:** Complemente su petición de fondos con proyecciones financieras. Su objetivo es convencer al lector de que su empresa es estable y será un éxito financiero. Si su empresa ya está establecida, incluya estados de resultados, balances generales y flujos de caja por los últimos tres a cinco años. Si tiene otra garantía prendaria con la cual respaldar un préstamo, es el momento de mencionarla, es un lugar excelente para incluir gráficas y diagramas de la historia financiera de su empresa.
- **Apéndice:** Utilice su apéndice para proporcionar documentos de respaldo u otros materiales que se hayan solicitado especialmente. Elementos que se incluyen comúnmente son historiales de crédito, CV, imágenes de productos, cartas de referencia, licencias, permisos o patentes, documentos jurídicos, permisos y otros contratos.

2.1.3.2 Plan de negocios ágil.

Se concentran en resumir los puntos más importantes; pueden redactarse en solo una hora y requieren apenas una página.

- **Alianzas clave:** Señale otros negocios y servicios con los que trabajará para dirigir su negocio. Considere los proveedores, fabricantes, subcontratistas y aliados estratégicos similares.
- **Actividades clave:** Tenga en cuenta a las otras empresas o servicios con los que trabajará para operar su empresa. Considere proveedores, fabricantes, subcontratistas y socios estratégicos similares.
- **Recursos clave:** Mencione cualquier recurso que aprovechará para generar valor para sus clientes. Sus recursos más importantes pueden incluir personal, capital o propiedad intelectual. No olvide aprovechar los recursos de negocios disponibles para empresas de mujeres, veteranos, indígenas estadounidenses (en inglés) y empresas HUBZONES (son empresas de zonas de negocios históricamente infrautilizadas).

- **Propuesta de valor:** Es importante hacer una declaración clara y convincente sobre el valor especial que su empresa trae al mercado.
- **Relaciones con los clientes:** Describa la manera en que los clientes interactuarán con su empresa. ¿Es en forma automatizada o personal? ¿En persona o en línea? Considere la experiencia del cliente de principio a fin.
- **Segmentos del cliente:** Sea específico al nombrar su mercado destinatario. Su empresa no es para todos, así que es importante aclarar a quién va dirigido.
- **Canales:** Mencione las formas más importantes en que se comunicará con sus clientes. La mayoría de las empresas utilizan una combinación de canales y los optimizan con el tiempo.
- **Estructura de costos:** ¿Su empresa se concentrará en reducir los costos o en maximizar el valor? Defina su estrategia; luego enumere los costos más importantes que enfrentará al perseguirla.
- **Corrientes de ingresos:** Explique cómo hará dinero realmente su empresa. Algunos ejemplos son ventas directas, cuotas por membresías y venta de espacio publicitario. Si su empresa tiene múltiples corrientes de ingresos, menciónelas todas.

2.5 Estudio de mercado.

2.5.1 Segmento de mercado.

La segmentación de mercado propone la creación de grupos o clases de clientes-objetivo para dirigir las campañas de marketing, y clasificarlos según los atributos personales que determinan su perfil.

Es por este motivo que, para trazar sus estrategias, las empresas deben identificar bien las partes del mercado a las que podrían servir mejor y de las cuales pueden recolectar más utilidades.

En otras palabras, la segmentación de mercados no es más que el proceso de reunir a los consumidores en subgrupos de acuerdo con sus características o puntos que tienen en común. Estas características pueden ir desde la edad, ubicación geográfica o ingresos económicos de un usuario hasta sus necesidades, deseos, estilo de vida y valores. (Duglas, 2022).

2.5.2 Demanda potencial.

Por demanda potencial o insatisfecha debe entenderse la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros, destacando que si prevalecen las condiciones bajo las cuales se hizo el cálculo, ningún productor actual podrá satisfacer.

2.5.3 Sistema de distribución.

2.5.3.1 Canales de distribución.

Los canales de distribución son los medios que utiliza una empresa para hacer llegar sus productos al consumidor final, las vías que utiliza un fabricante para llevar sus productos hasta el cliente. Estas pueden ser más o menos directas o más, o menos complejas en función de los intermediarios que intervengan en el proceso.

El término utilizado como circuitos para poder generar atención hacia la gente que nos esté observando con el fin de poder llamar la atención para que puedan consumir el producto saciando las necesidades requeridas. (Unir, 2022).

2.5.4 Acciones para introducir el producto al mercado.

2.5.4.1 Estrategias.

Las promociones que se realizará en las fechas importantes de nuestros clientes, brindares una experiencia única al momento en que les llama le atención el producto.

Una Estrategia de Lanzamiento de Productos o Servicios es un plan integral diseñado para introducir con éxito ese producto o servicio en el mercado. Implica una serie de actividades y tácticas cuidadosamente coordinadas que buscan generar conciencia, interés y demanda entre el

público objetivo, así como maximizar las oportunidades de ventas y lograr una adopción exitosa. (Tecno Soluciones, 2023).


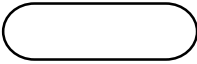

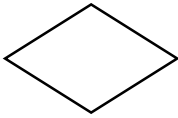

2.6 Estudio técnico.


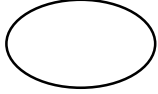

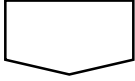
2.6.1 Diagrama de flujo.

El diagrama de flujo muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas, esto hace más fácil el análisis y la identificación de cómo se lleva a cabo el proceso de producción de la empresa.

En el diagrama de flujo se representan todos los pasos, las secuencias y las decisiones de un proceso o flujo de trabajo. Si bien hay muchos tipos diferentes de diagramas de flujo, el diagrama de flujo básico es un mapa de procesos en su forma más simple. Es una herramienta muy potente que se puede aplicar en muchos campos como la planificación, visualización, documentación y mejora de los procesos. (Asana, 2024).

Ilustración 2:Diagrama de flujo

Descripción	Notación
Línea de flujo o flechas, usadas para mostrar la continuidad y orden del proceso.	
Usados para indicar el inicio o fin del proceso o subproceso.	
Indicar una actividad del proceso en el diagrama.	
Usado para identificar una decisión de dos opciones (si, no verdadero, falso)	
Usado para representar un enlace dentro de otra parte del proceso, esta lleva	

Es utilizado para mostrar el orden en el que las actividades se ejecutarán dentro del proceso.	
Marca el punto en el cual se requiere tomar una decisión.	
Se utiliza para asociar información con objetos de flujo.	
Provee información acerca de cómo los documentos, datos, y otros se utilizan.	

Fuente: Simbología de Bizagi Fuente especificada no válida.

2.7 Organización.

2.7.1 Organigrama de la empresa.

El organigrama de una empresa es una valiosa herramienta para optimizar la gestión de los recursos humanos que permite detectar la duplicidad de roles y tareas, aquellas funciones importantes dentro de la organización que han sido descuidadas o una departamentalización inadecuada que afecte la productividad.

El organigrama de una empresa puede ser vertical, horizontal o circular:

- Organigramas verticales: Son representaciones gráficas en las que se muestra claramente la jerarquía de una empresa, desde los niveles superiores a los inferiores.
- Organigramas horizontales: Es la representación gráfica de una organización cuyos departamentos trabajan con autonomía y donde no existen los niveles jerárquicos.
- Organigramas circulares: Es aquel en el que los diferentes trabajadores o departamentos de una empresa se organizan en forma de círculos concéntricos, por lo que no existe una estructura jerárquica.

2.8 Estudio financiero.

2.8.1 Metodología.

Se va a adoptar un enfoque cuantitativo, utilizando una investigación de naturaleza cuantitativa, esto se llevará a cabo a través de la aplicación de una encuesta como técnica y de instrumento se va a usar el cuestionario, la cual facilitará la recopilación de datos para la elaboración de productos destinados a la distribución, garantizando su aceptación entre los consumidores.

2.8.2 Tipos de estudio.

- Enfoque cuantitativo.

Estudios descriptivos.

Es aquel en el que se recopila información sin cambiar el entorno, es decir, sin realizar manipulaciones, donde el investigador interactúa con los participantes, se pueden usar encuestas o entrevistas para recopilar la información necesaria, suele ser la forma más efectiva de obtener información que revela relaciones y presenta el mundo tal como es.

CAPÍTULO III

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS.

2.9 Naturaleza del proyecto.

2.9.1 Nombre de la empresa.

“Dulce vida” es el nombre de mi empresa y como su nombre indica, busca brindar una experiencia única y autentica con postres que son a base de verduras que contiene un endulzante que es natural y saludable para la salud de los clientes. Cada ingrediente que contiene el cupcakes de remolacha es cuidadosamente seleccionado para la producción del mismo, se cree que disfrutar de los postres no debe comprometer la salud, y “Dulce vida” se esfuerza por demostrar que es posible equilibrar el placer culinario con opciones conscientes y deliciosas.

2.9.2 Giro de la empresa.

El giro de la empresa es la repostería saludable es la producción y venta de los productos de repostería que se caracterizan por ofrecer opciones deliciosas y nutritivas para los clientes. Se especializa en elaborar productos dulces y deliciosos utilizando ingredientes naturales, con bajos niveles de azúcar, grasas saturadas y adictivos artificiales.

2.9.3 Logo de la empresa.

Ilustración 3.

Logo de la empresa Dulce Vida



Fuente: Elaborado por el investigador.

2.9.4 Descripción del producto o servicio.

La empresa Dulce Vida ofrece sus productos 100% naturales a base de tres tipos diferentes de remolacha como son: la remolacha de mesa, azucarera y forrajera los cuales no contienen ningún endulzante artificial ni colorantes ya que por ser de remolacha esta verdura proporciona su colorante natural que es el morado.

Cada cupcakes de remolacha está elaborado con ingredientes frescos y saludables y libre de químicos, cada cupcakes están completamente elaborados cuidadosamente y de manera adecuada para el consumo del mismo para el deleite del paladar de los clientes.

Además de deleitar el paladar de los clientes, nuestros cupcakes ofrecen beneficios nutricionales gracias a las propiedades que contiene la remolacha, los tres tipos de remolacha contienen en vitaminas minerales y antioxidantes proporcionando la reducción de la presión arterial en el cuerpo hasta mantener nuestro cerebro sano a medida que pasa el tiempo.

Es importante recalcar que se utilizó un envase de cartón lo cual no es tan perjudicial para el medio ambiente, de esta manera, no solo buscamos ofrecer opciones más saludables, sino también contribuir al cuidado del medio ambiente con envases responsables y una selección consciente de ingredientes naturales sin ningún conservante.

2.9.5 Ubicación de la empresa.

Mi empresa está ubicada en el cantón Salcedo provincia de Cotopaxi, sector San Miguel, entre la Av. Sucre frente a la iglesia de San Miguel de Salcedo.

La pastelería “Dulce Vida” se distingue por sus sabores naturales y peculiares que cautivan los paladares de los clientes, este establecimiento cuenta con un establecimiento amplio 600m², creado para que haya una armonía con los trabajadores y los clientes que lleguen al consumo de los cupcakes de remolacha.

2.9.6 Análisis de la industria.

Fuerzas de PORTER.

Amenaza de nuevos entrantes: La creciente demanda de postres saludables y lo innovador en el sabor puede llamar la atención de nuevos competidores de repostería, “Dulce Vida” puede atenuar esta amenaza mediante la incorporación d nuevos sabores mediante otros tipos de verduras.

Poder de negociación con los proveedores: Loa proveedores que comercializan con la planta de remolacha y de frutos secos puede tener un poder de negociación por sus productos adquiridos sin embargo “Dulce Vida” está preparada para poder combatir este riesgo mediante acuerdos con los proveedores.

Poder de negociación con los compradores: Al existir un sin número de pastelerías halos clientes obtienen un poder de negociación por los precios del producto, sin embargo “Dulce Vida” esta para contrarrestar mediante el sabor de sus productos ya que es único y saludable.

Amenaza de productos sustitutos: Existen diversos productos sustitutos de los cupcakes ya sea en sabor o en presentación sin embargo la “Dulce Vida” puede mitigar esta amenaza mediante la calidad y la frescura de los ingredientes que se utiliza para la elaboración de lo cupcakes.

Rivalidad entre los competidores ya existente: La competencia de pastelería saludable no es tan extensa por lo que no se va a existir una rivalidad entre los competidores ya existentes en el mercado.

2.10 Estudio de Mercado.

2.10.1 Características del segmento de mercado.

El segmento de mercado de “Dulce Vida” en la Av. Sucre frente a la iglesia de San Miguel se caracteriza por ofrecer un cupcakes de remolacha saludable, estos cupcakes destacan por su peculiar contenido ya que está formado por una variedad de verduras especialmente de remolachas.

Ubicado en un punto estratégico frecuentado por turistas y por aledaños del sector. Lo que le hace especial a nuestro producto es que se encuentra libre de la azúcar procesada, cuyo consumo por un tiempo prolongado trae consigo consecuencias negativas para el organismo. Sin embargo, para suplir este dulzor de los postres a ofertar se emplea la remolacha azucarera con fuente de endulzante natural, que no solo le aporta un sabor exquisito al postre, sino que también le proporciona grandes beneficios culinarios y al organismo de quienes lo ingieren.

3.2.2 Segmentación del mercado.

3.2.2.1 Segmentación Geográfica.

El mercado al que está dirigido nuestro producto es a la población central y aledaños del cantón Salcedo. Cuya distribuidora principal en la Av. Sucre frente a la iglesia de dicho cantón.

3.2.2.2 Segmentación Demográfica.

Dulce vida se dirige a las personas que gusten del consumo de la repostería, sin embargo, se hace un énfasis principal en jóvenes y adultos que van de 15 a 30 años de edad, cuyos entes son lo que más optan por el consumo de productos de repostería.

3.2.2.3 Segmentación Psicográfica.

Se dirige a personas que están buscando un postre saludable que no tenga exceso de endulzante artificial y que a su vez les proporcione beneficios nutricionales al suplir el endulzante artificial por un en endulzante natural.

2.10.2 Demanda potencial.

3.2.2.1 Población y muestra.

La Población Universo de la presente investigación constituirán los habitantes del cantón Salcedo. Por lo tanto, para definir la población al momento de realizar el presente proyecto de investigación se tomó como referencia en una fuente de información secundaria de la página oficial

de Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) Ecuador (2023), para un análisis evidente. Por lo que se considera en que en cantón Salcedo existe un total de 58.216 habitantes que son distribuidos en diferentes zonas del cantón, tal y como se constata a continuación:

Tabla 3: Población total.

Parroquias	Número de habitantes
Parroquias Urbanas (San Miguel)	31.315
Parroquias Rurales	26.901
Antonio José Holguín	2.664
Cusubamba	7.200
Mulalillo	6.379
Mulliquindi	7.203
Panzaleo	3.455
TOTAL	58.216

Fuente: (INEC, 2023)

2.10.2.2 Cálculo de la muestra.

El tamaño de la muestra es el número de personas que se tienen que encuestar. Este estudio es más sencillo que el estudio de la población completa, elevando el nivel de calidad, de recolección e información, una muestra representativa contiene las características relevantes de la población en iguales proporciones que están incluidas en las mismas.

Para el cálculo de la muestra se tomará en cuenta el total de la población entre los 15 a 30 años de edad tanto hombres y mujeres del cantón Salcedo, datos obtenidos del INEC, es de un total de 58.216 habitantes, por ser una población grande es necesario encontrar una muestra representativa que nos permita inferir al total de la población.

Para obtener el resultado de la población se debe de calcular con la siguiente fórmula:

Cálculo de la muestra.

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

Nomenclatura.

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población o universo.

Z= Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza.

e=Error de estimación máximo aceptado.

p=Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito).

q = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (fracaso).

Fórmula:

$$n = \frac{58.216 * (1.96)^2 * (0.50) * (0.50)}{(-0,05)^2 * (58.216 - 1) + (1,96)^2 * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = \mathbf{382.}$$

De acuerdo a los resultados de la fórmula aplicada tomando como base los 58.126 habitantes del Cantón Salcedo y aledaños, considerando las probabilidades de éxito y fracaso de (p=0.50); (q=0.50), y trabajando con un margen de error de 0,05 y un nivel de confianza de 1,96. Se obtuvo como resultado que total de personas a encuestar es de 382 habitantes.

2.10.2.3 Demanda actual.

Para determinar la cantidad actual de los potenciales consumidores de los postres saludables se considerará los datos que se ha obtenidos de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Salcedo, datos que se presentan a continuación:

Tabla 4: Demanda Actual.

Mercado meta de 15 a 30 años	% Aceptación(encuestas)	Frecuencia de consumo	Demanda actual
58.216	81%	26%	47.155

Fuente: Elaborado por el investigador.

Después de realizar la investigación de campo y analizar los resultados obtenidos, se determinó que el 81% de las personas encuestadas están a favor de probar el cupcakes de remolacha, según los resultados esto equivale las 47.155 personas que son posibles consumidores de nuestro cupcakes de remolacha. Y el 26% equivale al porcentaje de personas que no les gustaría consumir el producto.

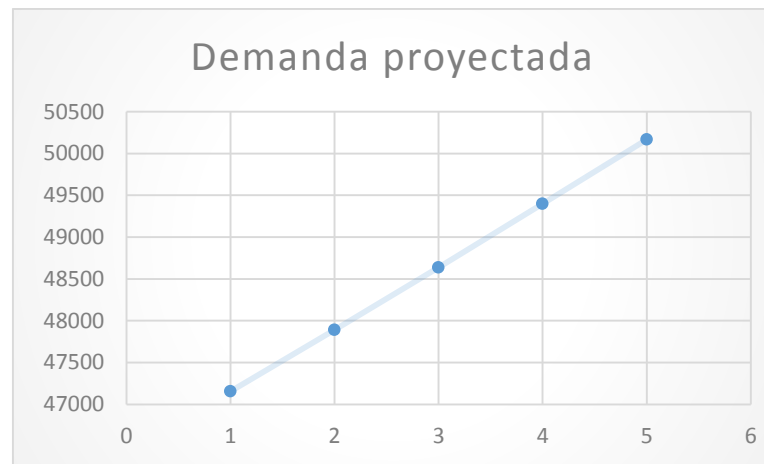
2.10.2.4 Demanda proyectada.

Para realizar la demanda proyectada se ha utilizado el método de proyección para cinco años, con la primera cantidad que es de 47.155 que corresponde a la demanda actual las cuales van hacer los posibles potenciales de los postres saludables del sector San Miguel, también se tomó en cuenta el porcentaje de crecimiento de la población que es el 1,56% de la para el año 2024.

Tabla 5: Demanda Proyectada.

Años	Demanda proyectada
1	47.155
2	47.891
3	48.638
4	49.396
5	50167

Fuente: Elaborado por el investigador.

Ilustración 3: Gráfico de la demanda proyectada.

Nota: Índice de crecimiento poblacional es de 1,56%.

Fuente: Elaborado por el investigador.

Estudio de competencia.

2.11 Numero de oferentes en el mercado.

En este estudio se llevó a cabo el análisis de las diferentes marcas de productos que comercializan cupcakes u otros tipos de postres saludables, cuyo fin nos permita determinar las

características del producto y en base a ello optar por un producto único e innovador que satisfaga las necesidades de los consumidores.

Es necesario investigar cuantas empresas en el sector de San Miguel, Salcedo ofrecen cupcakes saludables para que, de esta manera, para poder lanzar al mercado un producto que cumpla con las expectativas de las personas y que satisfagan sus necesidades.

Tabla 6: Oferentes.

Nombre de la empresa	Provincia	Ubicación	Productos que ofertan	Características
Fruits & Coffe	Cotopaxi	Salcedo	<ul style="list-style-type: none"> • Tortas bajas en azúcar. • Cafetería. • Pasteles decorados para cada ocasión. • Cupcakes de chocolate y vainilla. 	La mayoría de los productos están fabricados con ingredientes naturales y fresco al igual que controlan mucho el consumo del azúcar en la elaboración de los productos.
Crepería Mostacho	Sr Cotopaxi	Frente al parque de San Francisco	<ul style="list-style-type: none"> • Postres de diferentes diseños. • Pan artesanal elaborado con masa madre. • Pasteles. • Cupcakes. 	La calidad de los productos es excelente, la atención de sus clientes es única.

Panificadora NovaPan	Cotopaxi	San Miguel de Salcedo	<ul style="list-style-type: none"> • Pastelería. • Heladería. • Cafetería. • Bebidas. • Almuerzos. 	El sabor de sus comidas es único al igual que la atención que se recibe de parte de los empleados. Tiene una decoración innovadora y llamativa.
Panadería y pastelería dulce suspiro	Cotopaxi	San Miguel de Salcedo	<ul style="list-style-type: none"> • Tortas • Caracoles • Cupcakes bolitas de chocolate 	Son dulces tradicionales que permite halos consumidores disfrutar de una experiencia única.
TOTAL:4				

Fuente: Elaborado por el investigador.

Cabe resaltar que en el cantón Salcedo no existe muchas pastelerías que ofrezcan productos o postres saludables, que se encuentren elaborados de vegetales. Normalmente, es muy común apreciar el expendio y consumo de postres y pasteles tradicionales, tales como los pasteles de vainilla, chocolate, coco o de relleno.

Tabla 7: Precio de la oferta.

Producto	Precio
Waffles de avena y chocolate	\$2,50
Crepes de sal	\$3,50
Tartaletas con fruta	\$2,50
Cupcakes	\$5

Fuente: Elaborado por el investigador.

3 Oferta actual.

En el área, existen múltiples establecimientos, tiendas incluyendo panaderías y cafeterías, que ofrecen una amplia variedad de postres tradicionales y tienen una posición establecida en el mercado, lo que los convierte en una competencia directa. Sin embargo, esta competencia se ve mitigada por el enfoque de Dulce vida en la salud de los consumidores, al ofrecer postres completamente naturales y frescos. Es crucial entender el panorama competitivo, por lo que se ha considerado evaluar la producción anual de postres por parte de otros proveedores en la zona. Tal y como se muestra a continuación:

Tabla 8: Oferta actual.

Empresas	Productos que ofertan	Cantidad anual
Fruits & Coffe	Waffles belgas, waffles de avena y chocolate, crepes con frutos rojos, tostón con chocolate	10950
Crepería Sr Mostacho	Crepes de sal, crepes rellenas de Nutella y frutas	9855
Panificadora NovaPan	Mancabais, tartaletas con frutas, bolitas de chocolate, tortas, suspiros	9125
Panadería y pastelería dulce suspiro	Tortas, caracoles, cupcakes, bolitas de chocolate	8030
Total de postres		1.568

Fuente: Elaborado por el investigador.

3.1 Oferta proyectada.

Se trata de determinar la cantidad de productos que se ofrecerán durante los años de vida del proyecto relacionado con la producción de cupcakes saludables.

Tabla 9: Oferta proyectada.

Años	Oferta proyectada
1	10950
2	11421
3	11912
4	12424
5	12958

Nota: Índice de crecimiento del 4,3%.

Fuente: Elaborado por el investigador.

Ilustración 4: Oferta proyectada

Nota: Índice de crecimiento del consumo de alimentos y bebidas en el Ecuador es de 4,3%.

Fuente: Elaborado por el investigador.

Para proyectar la oferta proyectada, se consideró el 4,3% del índice de crecimiento del consumo de alimentos en el Ecuador, dato obtenido del informe del Instituto Nacional de Estadística y censos. Para el cálculo respectivo, se aplicó el método proyección por una tasa. Estos datos proporcionan información sobre el crecimiento de postres saludables en el mercado, lo que resulta beneficioso para las investigaciones pertinentes.

3.1.1 Determinación de la demanda insatisfecha.

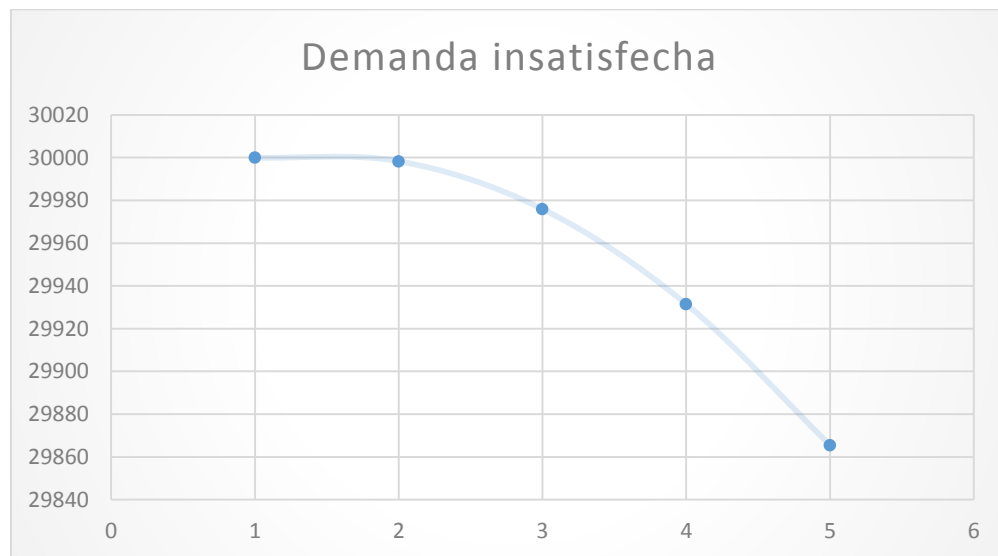
Para calcular la demanda insatisfecha es esencial tomar los datos de la demanda proyectada anteriormente y llevar a cabo los respectivos cálculos correspondientes. Una demanda insatisfecha resultante indicaría la viabilidad del proyecto.

Tabla 10: Demanda insatisfecha.

Años	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
1	47155	17155	36205
2	47891	17893	29998
3	48638	18662	29976
4	49396	19465	29931
5	50167	20301	29866

Fuente: Elaborado por el investigador.

Ilustración 5: Demanda insatisfecha.



Fuente: Elaborado por el investigador.

Conclusiones del estudio de mercado.

Fue esencial realizar una encuesta relacionada al proyecto de emprendimiento para realizar las tabulaciones necesarias de los datos obtenidos, esta encuesta está compuesta por 11 preguntas la cual fue dirigida a las personas del sector de San Miguel en Salcedo.

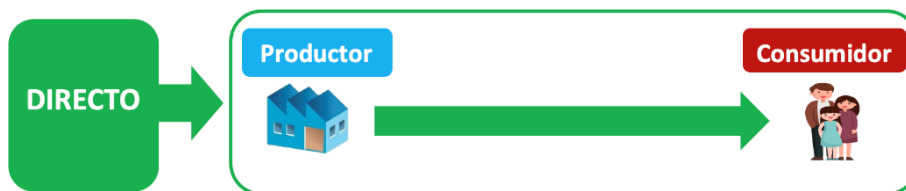
Los resultados obtenidos revelan que el 53,4% es de género femenino y que el 46,1 es de género masculino, una vez culminado el proceso de tabulación de la encuesta se procedió al cálculo de la oferta y la demanda los resultados obtenidos fueron del 81% de los encuestados les gustaría adquirir el cupcake de remolacha mientras que el 26% no estarían dispuestos a consumirlo.

Selección del sistema de distribución.

La estrategia de distribución del producto va a realizarse de manera directa ya que mediante las encuestas se pudo recolectar los resultados que el 58% de los encuestados prefieren que sea de manera directa, esto se debe ya que quieren conocer más del producto y sus beneficios que contiene. Por lo que en el presente proyecto se ha considerado la necesidad de efectuar dos tipos de distribución con el objetivo de obtener mayor clientela.

- **Distribución directa.** En este caso la distribución de cupcakes de remolacha se realizará de manera directa al consumidor o cliente.
-

Ilustración 6: Distribución directa.

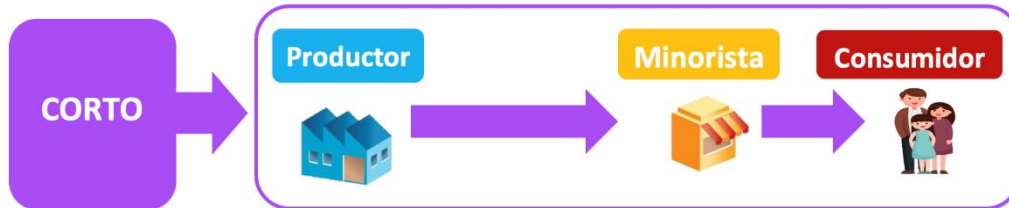


Fuente: Canales de distribución 2024

- **Distribución indirecta.** – En este caso la distribución se realizará mediante un (intermediario) es decir a tiendas mayoristas o minoristas para finalmente llegar al consumidor final.

-

Ilustración 7: Distribución indirecta.



Fuente: Canales de distribución 2024

3.1.2 Producto.

La empresa lleva como nombre Dulce Vida, una elección breve y precisa con el producto que ofrecemos, esté nombre nos refleja la innovación que tiene el producto y la dulzura que se puede consumir sin ningún riesgo para la salud de las personas y nos trata de convocar a tener una mejor vida que es el de una vida saludable, permitiendo que se convierta en un nombre único y preciso para la marca y para poder comercializar el producto.

El slogan, “Disfruta la vida que el comer es un placer”, nos sugiere qué la vida debe ser vivida plenamente y que el poder disfrutar de un postre es una parte importante de poder experimentar esa sensación.

El logotipo fue creado esencialmente para poder dar a conocer que comer no solo es una necesidad básica, sino también una fuente de placer y satisfacción y más si se trata de un producto saludable. Presenta un círculo en el centro de color blanco y en el centro la imagen del cupcakes, el color blanco que nos indica la pureza y claridad que se muestra en el producto el color morado que es representativo de la remolacha este color representa el entusiasmo y la energía y la creatividad que tiene la empresa para poder llegar hacia el éxito.

Este color llamativo nos indica entusiasmo y energía, sugiriendo un enfoque fresco y energético hacia una alimentación saludable para una mejor vida, el color café nos trasmite la sensación de fiabilidad y solidez que tiene la empresa con sus clientes, los bordes de encaje nos indica la elegancia que tiene nuestro producto a comparación de la competencia.

Ilustración 8: Logotipo del producto "Dulce Vida".



Fuente: Elaborado por el investigador.

Diseño del empaque.

La empresa Dulce vida optara por la presentación de una caja de cartón biodegradable con la tapa transparente para que se pueda visualizar el producto, este envase es biodegradable que nos promueve a la conciencia ambiental, además el empaque llevara el adhesivo representativo de la empresa y la etiqueta de advertencia ya que contiene gluten.

Ilustración 9: Diseño del empaquetado del producto.



Fuente: Elaborado por el investigador.

3.1.3 Análisis del impacto.

La propuesta presentada ofrece una variedad de postres elaborados con ingredientes naturales, endulzados de manera natural con el propio dulzor de las verduras empleadas (remolachas) y la miel de abeja. Omitiendo así, el empleo del azúcar en nuestras preparaciones, ofertando de esta manera un producto que aporte beneficios nutricionales para la salud de nuestros consumidores. Además, para lograr la sostenibilidad con el medio ambiente, se prevé emplear envases biodegradables elaborados a partir de fibras vegetales y derivados orgánicos que sean de fácil descomposición en contacto con el medio ambiente. Finalmente, en cuanto a los residuos naturales o vegetales obtenidos en el proceso de la elaboración del producto terminado, se considera el uso personal de estos residuos como abono orgánico para nuestros huertos o en casos de gran demanda realizar el ofrecimiento de estos residuos naturales a nuestros proveedores de la materia prima que puedan emplear estos excedentes en sus cultivos. Por lo que se considera que nuestra propuesta enfatiza no solo en el compromiso con la salud de nuestros consumidores, sino que también con el bienestar y responsabilidad ambiental.

4 Plan de marketing.

4.1 Estrategia de marketing y publicidad.

En cuanto a la estrategia de marketing y publicidad, la empresa empleará la táctica del marketing mix que constituye un conjunto de tácticas y recursos que una empresa emplea para promocionar y comercializar sus productos o servicios que este brinde.

La empresa cuenta con canales de publicidad de la tecnología es decir de las redes sociales ya que en la actualidad es beneficioso para una nueva empresa promocionar o dar a conocer sus productos mediante estas canales que son: (Facebook, Instagram, TikTok).

Redes Sociales de la empresa.

- **Facebook:** Dulce Vida
- **Instagram:** dulcevida0608
- **TikTok:** @dulce.vida48
- **WhatsApp:**0958774328.

6.1.4 Estudio técnico.

6.1.4.1 Descripción del proceso de producción de los cupcakes de remolacha.

Para la elaboración de los cupcakes de remolacha se emplean los siguientes pasos:

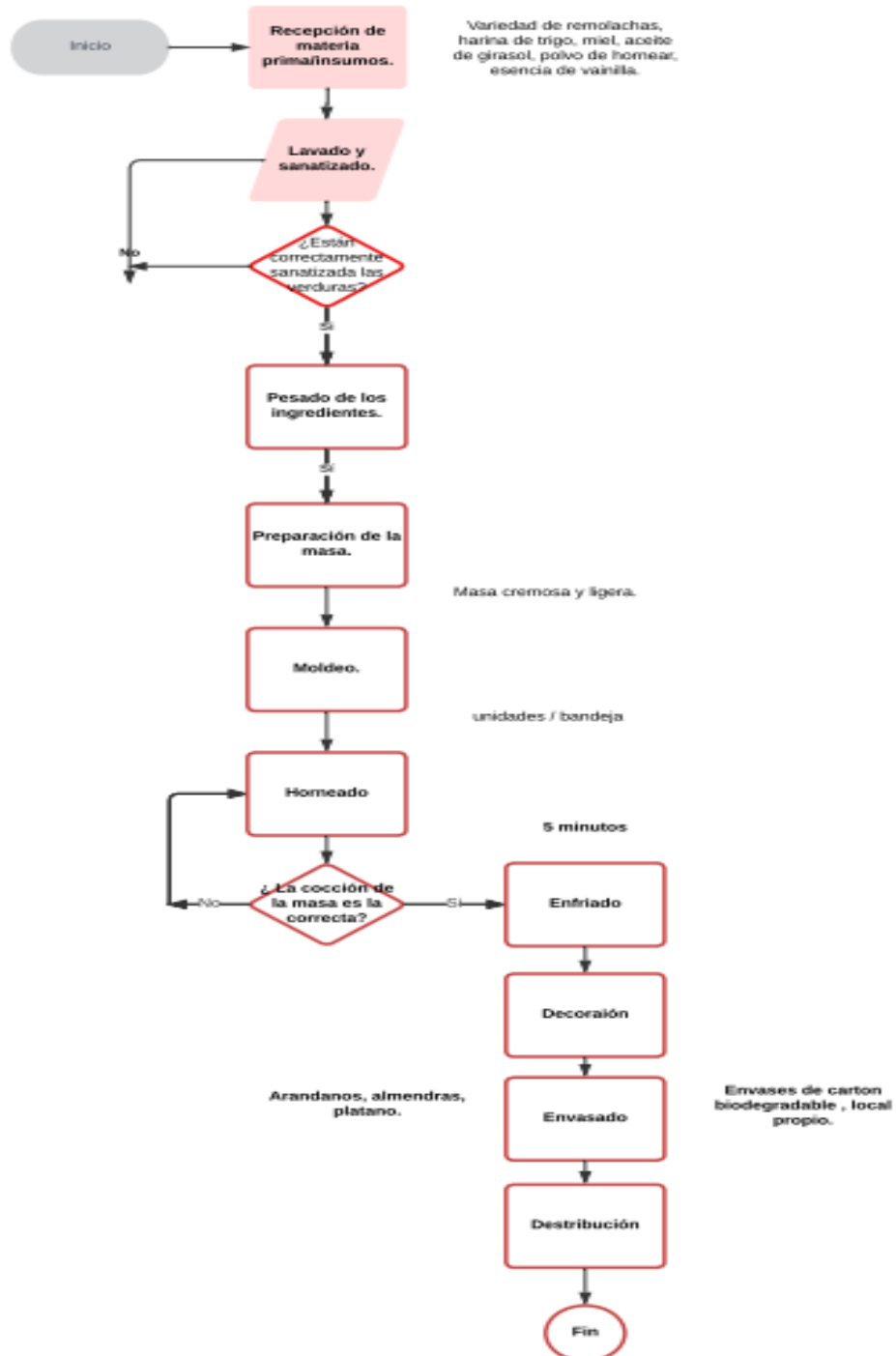
- 1. Recepción de la materia prima:** Se recibe la materia prima (remolacha de mesa, azucarera y forrajera) e insumos (harina, huevos, leche, aceite, esencia de vainilla, polvo de hornear, miel, frutos secos y la vitamina C), verificando que se encuentren en buen estado y se procede a almacenarlos. En el caso de presentar alguna anomalía cierto producto se procede a devolverlo al proveedor.

2. **Lavado y sanitización:** Una vez pasado el control de calidad, la materia prima (remolacha) pasa a la etapa de lavado y sanitización con abundante agua para eliminar residuos extraños o de tierra que encuentren impregnados en el vegetal.
3. **Pesado de los insumos:** se procede a pesar cada uno de los insumos acorde a los datos en gramos presentados en la tabla 17.
4. **Preparado de la masa:** Se procede a rallar los tres tipos de remolachas (mesa, azucarera y forrajera) hasta obtener 292,5 g. Se lo añade en la batidora industrial y previamente se agrega 135 g de harina de trigo, 3 g de polvo de hornear, 171 g de leche, 10 g de esencia de vainilla, 138 g de miel y 6 g de aceite vegetal (girasol) y se procese a batirlo industrialmente hasta obtener una consistencia cremosa y ligera.
5. **Moldeo:** Obtenida la masa con las características correspondiente se procede a colocarlos en los moldes y se los deja reposar por 3 minutos para que la masa pueda leudar. Mientras tanto, se le coloca sobre su superficie trozos de fruto secos (plátano, arándanos y almendras).
6. **Horneado:** Se precalienta el horno a 180°C y se procede a colocar los moldes de masa dentro del horno durante media hora.
7. **Enfriado:** Una vez los cupcakes listo se deja reposar durante 5 minutos para proseguir con su decoración.
8. **Decoración:** Se procede a decorarlos con los diferentes topping de frutos secos como son: (Plátano seco, arándanos, almendra).

- 9. Envasado y distribución:** Los cupcakes después que se encuentran listos se colocan en sus respectivos recipientes de cartón biodegradables con una presentación de 4 unidades por caja.
- 10. Exposición y venta:** Para la exposición y venta de los cupcakes, los mismos son colocados en las vitrinas refrigeradas, garantizando así su frescura y el bienestar de la salud del consumidor.

6.1.4.2 Diagrama de flujo del proceso.

Ilustración 10: Diagrama de flujo de la elaboración de los cupcakes de remolacha.



Fuente: Elaborado por el investigador.

5 Ubicación de la empresa.

7.1 Macro localización.

Dulce vida es un emprendimiento que es creado por la estudiante de la Universidad Técnica de Cotopaxi, tiene como propósito la creación de un postre saludable cupcakes de remolacha. Dada su estratégica ubicación esta propuesta estará al alcance de los estudiantes de las unidades educativas aledañas y de las personas extranjeras. Específicamente se enfocará en el parque central de Salcedo frente a la iglesia de San Miguel.

Ilustración 11: Macro localización de la empresa.

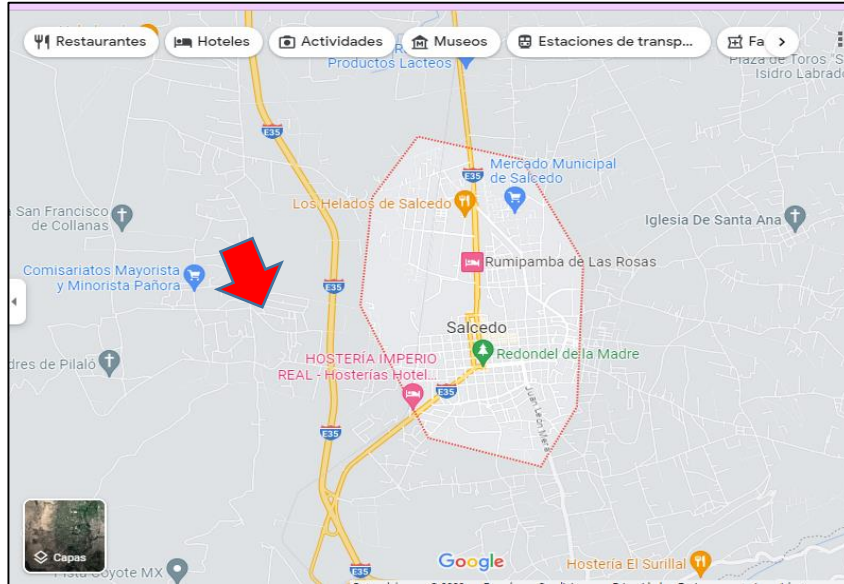


Fuente: Mapa de Cotopaxi (mapa.com 2022).

7.2 Micro localización.

“Dulce Vida” está ubicada en el cantón Salcedo provincia de Cotopaxi, sector San Miguel, entre la Av. Sucre frente a la iglesia de San Miguel de Salcedo.

Ilustración 12: Micro localización de la empresa.




Fuente: Google Maps

5.3 Equipo e instalaciones.

Para la elaboración y producción de los cupcakes de remolacha se requiere maquinaria que permita mejorar y agilizar la producción que abarca equipos y herramientas específicos que se mencionan a continuación:

Tabla 11: Descripción de las instalaciones, equipos y utensilios.

Instalaciones/Equipo/Utensilios	Descripción
<p>Local</p> 	<p>El local cuenta con 60m² el cual está para poder atender de manera directa halos clientes y ofrecer los cupcakes de remolacha.</p>
<p>Batidora industrial</p>	<p>La batidora industrial es una herramienta necesaria, que nos va a permitir preparar grandes cantidades de masa para el desarrollo de los cupcakes de remolacha</p>



Horno industrial.

El horno industrial nos va ayudar a poder cocinar los cupcakes de manera uniforme, proporciona un calor uniforme y controlable que es perfecto para la elaboración de los cupcakes de remolacha.



Nevera.

La utilización de una nevera nos va a permitir almacenar los ingredientes de los cupcakes de remolacha que estén frescos y no se echen a perder.



Vitrinas.

Las vitrinas nos permitirán exhibir nuestro producto ya que tienen puertas de vidrio que facilitará la observación de los postres ofertados sin la necesidad que se eche a perder el producto.



Mesa de trabajo.

La mesa de trabajo es una superficie de trabajo amplio y espacioso que siempre se mantiene en orden y limpio, porque es aquí en donde se va preparando los postres.



Molde de cupcakes.


Es el principal molde que se necesita para la creación de los cupcakes ya que contiene cavidades individuales que les va a ir dando la forma al cupcakes vienen de diferentes tamaños.

Molde de cupcakes de papel.


Este molde va incrustado en el molde de metal el cual nos va a permitir que adquiera la figura el producto y contienen diferentes estampados la cual va a llamar la atención de los clientes.

Taza medidora.


Nos va a permitir adquirir el producto de manera medida sin tener que desperdiciar ningún producto de la elaboración del cupcakes de remolacha.

Cucharas medidoras.


Un juego de cucharas con sus respectivas medidas que nos va a permitir medir cantidades precisas de los ingredientes que tiene el cupcakes.

Espátula de silicona.


La espátula tiene que ser de silicona ya que nos va a permitir ocupar toda la masa del producto si desperdiciar nada, además es recomendable para la salud ocupar espátulas de silicona.

5.4 Distribución de la planta.

“Dulce Vida” cuenta con un establecimiento de $60m^2$ los cuales esta divididos entre el área administrativa, en este departamento se va air controlando las tareas de los demás departamentos. El área de producción es donde se va air generando los cupcakes de remolacha mediante (arándanos, almendras, plátano y el de remolacha). Y el área de ventas que es en donde se va air exponiendo el producto que salga a la venta. El baño se dispondrá de dos baños tanto para los clientes como para el personal de la empresa.

Tabla 12: Distribución por departamento.

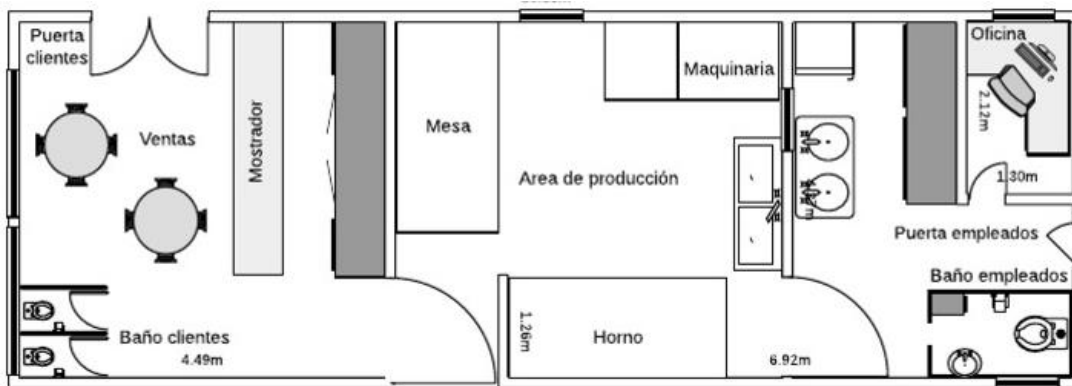
Área.	Descripción
Producción	Esta área está diseñada para la elaboración y producción de los cupcakes de remolacha, en esta área se encuentra la maquinaria necesaria para la producción del producto.
Mostrador	En esta área se encuentra exclusivamente para mostrar el producto final, y para tomar las ordenes de los clientes.
Oficinas	En esta área se encuentra el área d oficinas o administrativas donde se encuentra el encargado de las finanzas de la empresa.
Puerta de los clientes	En este segmento se encuentra la entrada principal en donde los clientes van a poder acceder hacia el establecimiento.
Puerta de los empleados.	Los empleados también cuentan con sus salidas para no interrumpir halos clientes.
Baño de los clientes	Se contará con dos segmentos de baterías sanitarias para el uso d hombres y mujeres y son solo para los clientes.

Baño de los empleados

Se cuenta con dos segmentos de baterías sanitarias para los empleados de la empresa.

Fuente: Elaborado por el investigador.

Ilustración 13: Layout de la planta.




Fuente: Elaborado por el investigador.

5.4.1 Materia prima.

La materia prima de la pastelería se compone en utilizar ingredientes frescos y naturales los cuales se destacan a continuación:

Tabla 13: Materia prima, propiedades y beneficios.

Vegetales	Imagen	Propiedades	Beneficios
Remolacha de mesa		Es antioxidante para el cuerpo humano. Contiene folatos. Vitamina C. Potasio. Hierro	Limpia el hígado. Mejora la resistencia de las personas al correr. Sirve para la anemia. Es un antiinflamatorio. Previene el estreñimiento. Protege de enfermedades crónicas y cardiacas.
	(El Diario Vasco, 2023)		

**Remolacha
azucarera**



(Diffinnova,
2022)

Contiene la vitamina
C.
Vitamina B6.
Vitamina E.
Vitamina K.

Esta especie de
remolacha brinda los
beneficios de tener un
endulzante natural ya que
posee cantidades de
azúcar esenciales para la
salud de las personas.

**Remolacha
forrajera**



(MUNDOAGR
O, 2023)

Contiene la vitamina
B6.
Vitamina C.
Vitamina E.
Vitamina K.

Es un cultivo que es
energético.
Proporciona una cantidad
de calorías naturales.

Almendras



(lavanguardia,
2022)

Fuente de vitaminas
E, A, B1, B2, B3, B5.
Contiene minerales
como el calcio,
magnesio, fosforo,
potasio, magnesio,
zinc.

Son ricas en antioxidantes
que protegen
las células del daño
oxidativo, su ingesta
suficiente ayuda a
combatir la diabetes tipo
2.

Arándanos

(La Vanguardia,
2023)

Son antioxidantes.

Contiene la vitamina C.

Potasio.

Fibra.

El consumir este producto nos ayuda a fortalecer el sistema inmunológico.

Ayuda a evitar los resfriados y aliviar los síntomas gripales y el estreñimiento.

Plátano

(autopista, 2021)

Contiene potasio.

Vitaminas del complejo B, A, y C.

Mejora el estreñimiento, ayuda a una mejor digestión, aporta calorías al cuerpo.

Miel de abeja

(National Geographic,
2022)

Vitaminas A, C, D, B1, B2,3, B5y B6.

Contiene sodio, magnesio, hierro, fosforo, azufre.

Refuerza el sistema inmune.

Cicatrizante natural. Combate resfriados y gripes.

Aceite de girasol

(La vanguardia,
2018)

Nos ayuda a tener una dieta equilibrada.

Contiene omega 6.

Nos ayuda a mejorar la piel del rostro.

Es un hidratante natural, y es antioxidante y ayuda a aliviar las quemaduras en la piel.

Leche de vaca

(rumiNew,
2022)

Proteína.
Calcio.
Vitamina D.
Vitamina B12.
Vitamina A Y
Fosfato.

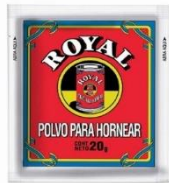
Contribuye a consumir la cantidad necesaria de nutrientes que necesita el cuerpo humano.

Harina de trigo

(Tia, 2021)

Vitaminas A, E, B3 y B-9.

Alimento rico en hidrato de carbono, contiene una fuerte cantidad de antioxidante.

Polvo para hornear

(Rexal, 2022)

Contiene vitaminas B1, B2 y vitamina A.

Ayuda a esponjar la mezcla de pastelería.

Huevos

(Pazo de vilani,
2020)

Contiene hierro, vitamina B12, vitamina A, vitamina D.

Los huevos están cargados de nutrientes que pueden disminuir el riesgo de enfermedades cardíacas

Fuente: Elaborado por el investigador.

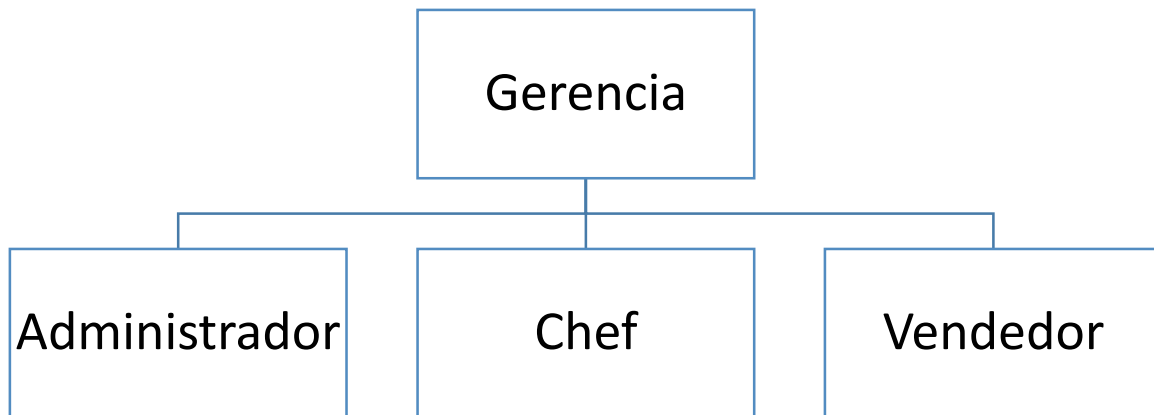
7.4.2 Proveedores de insumo.

- **Mayoristas de verduras:** Los principales proveedores serán los agricultores de la planta de remolacha.
- **Distribuidores de envases:** Son los encargados de distribuirnos los empaques biodegradables.
- **Distribuidora de productos de primera necesidad:** Entre estos comerciantes pretendemos encontrar buenos precios para negociar la miel de abeja para la elaboración el producto.

6 Estructura Organizativa.

6.1 Organigrama de la empresa.

Ilustración 14: Organigrama de la empresa "Dulce Vida".



Fuente: Elaborado por el investigador.

El organigrama proporciona una visión clara de la estructura de la empresa de repostería "Dulce Vida" saludable, lo que facilita la gestión eficiente de los recursos y la toma de decisiones adecuadas para garantizar un buen rendimiento dentro de la empresa.

8.1.1 Roles y responsabilidad del equipo directivo.

8.1.1.1 Puesto: Administrador.

Rol y responsabilidad.

- Diseñar y crear estrategias para llegar halos objetivos propuestos por la empresa.
- Monitorear la producción y calidad del producto.
- Recopilar información de la competencia para poder tomar decisiones.
- Supervisar los diferentes cargos en la empresa.
- Organizar el equipo de trabajo.

8.1.1.2 Puesto: Chef.

Rol y responsabilidad.

- La planificación y planeación de los cupcakes de remolacha.
- Responsable en la compra de los ingredientes.
- Gestionar la producción de los postres.
- Crear nuevas recetas a base de verduras.

8.1.1.3 Puesto: Vendedor.

Rol y responsabilidad.

- Ofrecer el producto halos clientes.
- Administrar el inventario de ventas del producto.
- Atender halo clientes de una manera única y excepcional.

6.2 Recurso humano.

6.2.1 Mano de obra requerida.

*Tabla 14:*Mano de obra requerida.

Mano de obra	Cantidad	Sueldo	Total, año
Repostero	1	635,00	7620,00
Vendedor	1	460,00	5520,00

Fuente: Elaborado por el investigador.

6.2.2 Aspectos fiscales a considerar.

Al establecer legislación, es importante evaluar la interacción con las autoridades fiscales, que es una parte importante de la estructura empresarial. Esto incluye cumplir con diversas obligaciones tributarias para evitar posibles multas y garantizar la sostenibilidad de la empresa.

Los aspectos formales de los documentos de la empresa, pero también los impuestos financieros como:

- Declaración mensual de impuestos retenidos en fuente.
- Impuestos al valor agregado IVA.
- ISR Impuesto sobre la Renta.
- Registro de empleados.
- Certificado de existencia del país Ecuador.

Sanciones

- Multas por evadir impuestos.
- Multas por insalubridad del negocio.
- Multas por mal uso de los materiales de la elaboración de los cupcakes de remolacha.

6.2.3 Aspectos legales a considerar para la implementación de la empresa.

La unidad se establecerá bajo una estructura de empresa conjunta donde ambas partes compartirán capital y mano de obra. Este enfoque incluye el reparto de ingresos, egresos y la

evaluación conjunta de las pérdidas. Se eligió este modelo debido a la distribución equitativa de responsabilidades y beneficios entre los socios, promoviendo así la cooperación y el interés mutuo en el éxito de la organización.

Para cumplir con este requisito se requiere presencia física, registro ante el RUC o RISE como miembro autorizado del Servicio de Rentas Internas (SRI) y obtención de la correspondiente licencia de persona física del Municipio de Salcedo.

8.3 Estudio financiero.

Manejo de inventarios.

Tabla 15: Manejo de inventario.

Materia prima directa	Unidad	Cantidad
Leche	1	tazas
Verduras	2	unidad
Miel	1	cuchara
Harina de trigo	2	tazas
Huevos	2	unidades
Aceite de girasol	1	cuchara
Polvo de hornear	1	cuchara
Esencia de vainilla	1	cuchara
Mix frutos secos	1	paquete
Materia prima indirecta	□	
Envase	1	paquete
Etiqueta	1	paquete
Moldes	1	paquete

Fuente: Elaborado por el investigador.

Costeo de producto de producto o servicio.**Tabla 16:** Materia prima por cupcakes de remolacha.

Materia prima	Cantidad	Costo Unitario	g/ producto en el mercado	g/ cantidad emplear para el postre	Costo total
Remolacha de mesa	2	\$ 0,25	97,00	195	\$ 0,50
Harina de trigo	2	\$ 1,50	500,00	135	\$ 0,81
Leche	1	\$ 0,50	1040,00	171	\$ 0,08
Huevos	2	\$ 0,20	53,00	52	\$ 0,39
Miel	1	\$ 1,00	1400,00	46	\$ 0,03
Aceite vegetal (girasol)	1	\$ 1,00	400,00	6	\$ 0,02
Polvo de hornear	1	\$ 0,35	20,00	3	\$ 0,05
Esencia de vainilla	1	\$ 0,95	90,00	10	\$ 0,11
Arándanos	1	\$ 1,50	100,00	84	\$ 1,26
TOTAL, POR POSTRE POR REMOLACHA DE MESA					\$ 3,25

Materia prima	Cantidad	Costo Unitario	g/ producto en el mercado	g/ cantidad emplear para el postre	Costo total
Remolacha de azucarera	2	\$ 0,25	97,00	195	\$ 0,50
Harina de trigo	2	\$ 1,50	500,00	135	\$ 0,81
Leche	1	\$ 0,50	1040,00	171	\$ 0,08
Huevos	2	\$ 0,20	53,00	52	\$ 0,39
Miel	1	\$ 1,00	1400,00	46	\$ 0,03
Aceite vegetal (girasol)	1	\$ 1,00	400,00	6	\$ 0,02
Polvo de hornear	1	\$ 0,35	20,00	3	\$ 0,05
Esencia de vainilla	1	\$ 0,95	90,00	10	\$ 0,11
Almendra	1	\$ 1,50	100,00	84	\$ 1,26
TOTAL, POR POSTRE POR REMOLACHA DE AZUCARERA					\$ 3,25

Materia prima	Cantidad	Costo Unitario	g/ producto en el mercado	g/ cantidad emplear para el postre	Costo total
Remolacha de forrajera	2	\$ 0,25	97,00	195	\$ 0,50
Harina de trigo	2	\$ 1,50	500,00	135	\$ 0,81
Leche	1	\$ 0,50	1040,00	171	\$ 0,08
Huevos	2	\$ 0,20	53,00	52	\$ 0,39
Miel	1	\$ 1,00	1400,00	46	\$ 0,03
Aceite vegetal (girasol)	1	\$ 1,00	400,00	6	\$ 0,02
Polvo de hornear	1	\$ 0,35	20,00	3	\$ 0,05
Esencia de vainilla	1	\$ 0,95	90,00	10	\$ 0,11
Plátano	1	\$ 1,50	100,00	84	\$ 1,26
TOTAL, POR POSTRE POR REMOLACHA FORRAJERA					\$ 3,25

Materia prima	Cantidad	Costo Unitario	g/ producto en el mercado	g/ cantidad emplear para el postre	Costo total
Remolacha de los tres tipos	2	\$ 0,25	97,00	195	\$ 0,50
Harina de trigo	2	\$ 1,50	500,00	135	\$ 0,81
Leche	1	\$ 0,50	1040,00	171	\$ 0,08
Huevos	2	\$ 0,20	53,00	52	\$ 0,39
Miel	1	\$ 1,00	1400,00	46	\$ 0,03
Aceite vegetal (girasol)	1	\$ 1,00	400,00	6	\$ 0,02
Polvo de hornear	1	\$ 0,35	20,00	3	\$ 0,05
Esencia de vainilla	1	\$ 0,95	90,00	10	\$ 0,11
Plátano	1	\$ 1,50	100,00	84	\$ 1,26
TOTAL, POR POSTRE POR REMOLACHA TRES TIPOS					\$ 3,25

Fuente: Elaborado por el investigador.

Tabla 17: Costos indirectos de fabricación.

CIF	Unidad	Valor		V/U
Envases biodegradables	500	17,00	\$	0,03
Etiqueta	500	14,00	\$	0,03
Cuchara	500	8,00	\$	0,02
TOTAL, CIF			\$	0,08

Fuente: Elaborado por el investigador.

6.1.3.5 Costeo del precio del producto.

Tabla 18: Precio del producto.

Postre de Remolacha	
Materia prima	\$ 0,34
Mano de Obra	\$ 0,50
CIF	\$ 0,08
Total, costos variables	\$ 0,92
Costos fijos	\$ 0,48
Costos totales	\$ 1,40
Margen de ganancia	45%
PVP	\$ 2,32

Fuente: Elaborado por el investigador.

8.3.1 Depreciaciones.

Tabla 19: Análisis de depreciaciones.

Bien	Cantida d	Valor	Depreciación mensual	Depreciación anual
Horno industrial	1	\$ 985,00	\$ 4,25	\$ 51,00
Batidora industrial	1	\$ 650,00	\$ 3,15	\$ 37,80
Nevera	1	\$ 290,00	\$ 2,00	\$ 24,00

Local 60m2	1	\$	40000,00	\$	165,5	\$	1986,00
Muebles y enseres	1	\$	85,00	\$	0,30	\$	3,60
Vitrina refrigerada	2	\$	700,00	\$	1,55	\$	18,60
Equipos de computo	1	\$	650,00	\$	7,30	\$	87,60
Verdura	2	\$	0,25	\$	0,02	\$	0,00
Moldes de cupcakes	1	\$	8,00	4,00	0,67	\$	0,13
TOTAL		\$	43368,25	\$	184,05	\$	22.08,74

Fuente: Elaborado por el investigador.

8.3.2 Detalles de costos y gastos anuales.

Tabla 20: Análisis de egresos anuales.

Detalle	Costo mes
Materia Prima	\$ 650,50
Mano de Obra	\$ 550,00
CIF	\$ 92,16
Total, Egresos mensuales	\$ 1292,66

Fuente: Elaborado por el investigador.

8.3.3 Estados financieros proyectados.

Tabla 21: Presupuesto de ingresos.

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
	1	2	3	4	5
CANTIDAD	10950,00	11421,00	11912,00	12424,00	12958,00
PRECIO	0,50	1,00	1,25	1,50	2,00
INGRESOS	5475,00	11421,00	14890,00	18636,00	25916,00

Fuente: Elaborado por el investigador.

Tabla 22: Estados de pérdidas y ganancias.

	2024	2025	2026	2027	2028
INGRESOS	\$ 16425,00	\$ 19986,75	\$ 23824,00	\$ 31060,00	\$ 38874,00
COSTOS DIRECTOS					
MATERIA PRIMA					
DIRECTA	\$ 4560,81	\$ 4669,63	\$ 4780,14	\$ 4892,38	\$ 5006,36
MANO DE OBRA					
DIRECTA	\$ 5520	\$ 5636,84	\$ 5755,91	\$ 5876,84	\$ 599,65
TOTAL, COSTO DIRECTO					
DIRECTO	\$ 10080,81	\$ 10306,47	\$ 10536,05	\$ 10769,22	\$ 5606,01
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
INSUMOS, PRODUCTO	\$ 1105,92	\$ 1123,34	\$ 1141,07	\$ 1159,12	\$ 1177,50
INSTALACIÓN/ MANTENIMIENTO					
MÁQUINAS	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
DEPRECIACIONES					
MAQ	\$ 2208,60	\$ 2208,60	\$ 2208,60	\$ 2208,60	\$ 2208,60

TOTAL, COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 3554,52	\$ 3571,94	\$ 3589,67	\$ 3607,72	\$ 3626,10
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 13635,33	\$ 13957,13	\$ 14284,73	\$ 14618,22	\$ 14957,72
UTILIDAD BRUTA	\$ 16596,49	\$ 17692,22	\$ 18834,45	\$ 20024,66	\$ 21264,66
GASTO DE ADMINISTRACIÓN					
SUELDOS Y BENEFICIOS					
SOCIALES	\$ 6600,00	\$ 6735,28	\$ 6872,99	\$ 7013,18	\$ 7155,90
DEPRECIACIONES	\$ 2208,60	\$ 2208,60	\$ 2208,60	\$ 2208,60	\$ 2208,60
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 720,00	\$ 732,96	\$ 746,15	\$ 759,58	\$ 773,26
TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 9528,60	\$ 9676,84	\$ 9827,74	\$ 9981,36	\$ 10137,76
GASTO DE VENTAS					
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	\$ 6710,21	\$ 6845,49	\$ 6982,2	\$ 7122,39	\$ 7265,11
PUBLICIDAD	\$ 1140,00	\$ 1159,44	\$ 1159,44	\$ 1159,44	\$ 1159,44
TOTAL, GASTOS VENTAS	\$ 7850,21	\$ 8004,93	\$ 8141,64	\$ 8281,83	\$ 8424,55
GASTOS OPERATIVOS	\$ 17378,81	\$ 17681,77	\$ 17969,38	\$ 18263,19	\$ 18562,31
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 1865,58	\$ 2620,12	\$ 3414,65	\$ 4250,86	\$ 5130,50
GASTOS FINANCIEROS	\$ 475,60	\$ 389,77	\$ 289,09	\$ 175,37	\$ 60,32
GASTOS INTERESES	\$ 475,60	\$ 389,77	\$ 289,09	\$ 175,37	\$ 60,32
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1389,98	\$ 2230,35	\$ 3125,56	\$ 4075,49	\$ 5070,18
IR 22 % (IMPUESTO A LA RENTA)	\$ 315,45	\$ 500,46	\$ 696,3	\$ 903,57	\$ 1122,88
UTILIDAD TRABAJADORES 15%	\$ 225,30	\$ 351,45	\$ 484,98	\$ 626,30	\$ 775,83

UTILIDAD NETA \$ **849,23** \$ **1378,44** \$ **1944,28** \$ **2545,62** \$ **3171,47**

Fuente: Elaborado por el investigador.

Punto de equilibrio.

Tabla 23: Costos fijos y variables.

COSTOS FIJO		MES	AÑO
Sueldo	\$	635,00	\$ 7620,00
Administrador	\$	460,00	\$ 5520,00
Sueldo Vendedor	\$	60,00	\$ 720,00
Servicios básicos	\$	95,00	\$ 1140,00
Publicidad	\$	20,00	\$ 240,00
Varios (instalaciones, mantenimiento)	\$	184,05	\$ 2208,60
Depreciaciones	\$		
COSTOS FIJOS	\$	1454,05	\$ 17448,6

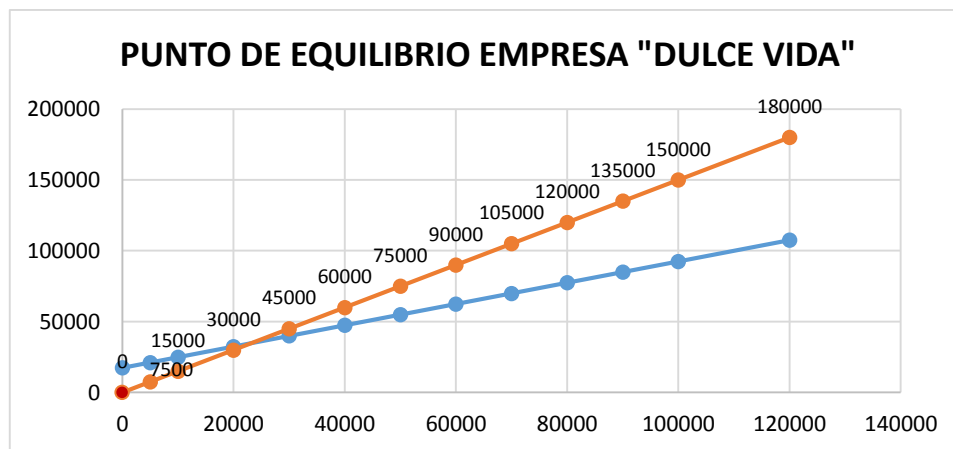
Fuente: Elaborado por el investigador.

Tabla 24: Costos variables unitarios.

Cvu	\$	0,75
PRECIO	\$	1,50
PEQ		23264,80
PE\$	\$	34.897,20

Fuente: Elaborado por el investigador.

Ilustración 15: Punto de equilibrio.



Fuente: Elaborado por el investigador.

Capital de trabajo.

Tabla 25: Capital de trabajo.

Capital de trabajo =	Activo corriente – Pasivo
Capital de trabajo =	2695,45

Fuente: Elaborado por el investigador.

Inversión inicial.

Tabla 26: Inversión inicial.

Inversión inicial	
Detalle	Valor
Inversión (a+b)	18998,85
Inversión fija	17448,60
Maquinaria y equipo	2.930,00
Muebles y enseres	75,00
Equipos de computo	650,00
Subtotal	3.655,00
Inversión diferida	
Gastos de constitución	1.500,00
Imprevistos (3% activos fijos)	50,25
Subtotal	1.550,25
Capital del trabajo	1.285,50
Total, Inversión	6.490,75

Fuente: Elaborado por el investigador.

Sistema de financiamiento.

Tabla 27: Sistema de financiamiento.

Valor préstamo	\$	6.500,00
Capital Socios	\$	850,00

Fuente: Elaborado por el investigador.

Evaluación económica.**Flujo de caja.***Tabla 28:* Flujo de caja.

	0	1	2	3	4	5
ACTIVIDADES DE OPERACIONES						
VENTAS	\$	\$ 16425,00	\$ 19986,75	\$ 23824,00	\$ 31060,00	\$ 38874,00
COSTO	\$	\$ 13635,33	\$ 13957,13	\$ 14284,73	\$ 14618,22	\$ 14957,72
TOTAL, ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	\$	\$ 2789,67	\$ 6029,62	\$ 9539,27	\$ 16441,78	\$ 23916,28
ACTIVIDADES DE INVERSIÓN						
ACTIVOS FIJOS	\$	\$ 3655,00	\$ —	\$ —	\$ —	\$ —
ACTIVOS DIFERIDOS	\$	\$ 1550,25	\$ —	\$ —	\$ —	\$ —
CAPITAL DE TRABAJO	\$	\$ 1285,25	\$ —	\$ —	\$ —	\$ —
GASTO DE ADMINISTRACIÓN	\$	\$ 588,00	\$ 6002,32	\$ 6126,84	\$ 6253,60	\$ 6382,64
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES						
BENEFICIOS SOCIALES	\$	\$ 6600,00	\$ 6735,28	\$ 6872,99	\$ 7013,18	\$ 7155,9
SERVICIOS BASICOS	\$	\$ 720,00	\$ 732,96	\$ 746,15	\$ 759,58	\$ 773,26
GASTO DE VENTAS	\$	\$ 7850,21	\$ 8004,93	\$ 8141,64	\$ 8281,83	\$ 8424,55
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES						
BENEFICIOS SOCIALES	\$	\$ 6600,00	\$ 6735,28	\$ 6872,99	\$ 7013,18	\$ 7155,9
PUBLICIDAD	\$	\$ 1140,00	\$ 1159,44	\$ —	\$ 1159,44	\$ 1159,44
TOTAL, ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	\$	\$ 6490,50	\$ 13730,21	\$ 14007,25	\$ 14268,48	\$ 14535,43
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO						
Capital socios	\$	\$ 490,50				
PRESTAMO	\$	\$ 6000,00	\$ 969,16	\$ 1055,59	\$ 1151,27	\$ 1257,19
			\$ 1374,44			

PAGO INTERESES	\$	\$	568,08	\$	481,65	\$	385,97	\$	280,05	\$	162,80
TOTAL, ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	\$	\$	6490,50	\$	1537,24	\$	1537,24	\$	1537,24	\$	1537,24
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS											
	\$	\$	6490,55	\$	3064,05	\$	3955,18	\$	4914,18	\$	6978,34
22%		\$		\$	674,09	\$	870,13	\$	1081,12	\$	1535,22
15%		\$		\$	459,60	\$	593,27	\$	737,13	\$	1046,74
UTILIDAD NETA	\$	\$	6490,55	\$	1930,36	\$	2491,78	\$	3095,93	\$	4396,38

Fuente: Elaborado por el investigador.

Tabla 29: VAN/TIR.

WACC	9,89%
VAN	\$ 4.997,71
TIR	17%
PRI	3 años 1 mes
C/B	\$2,30

Fuente: Elaborado por el investigador.

Se utilizo el WACC para evaluar el proyecto de emprendimiento en este análisis se obtuvo un VAN de 4.997,71, y un TIR del 17% el cual se considera beneficioso ya que el proyecto tiene potencial

Fuente: Elaborado por el investigador.

8.4 Análisis de riesgo.

Tabla 30: Análisis de riesgo.

Riesgo	Detalle del riesgo	Categoría	Respuesta
Materia prima	Dependencia de los agricultores o proveedores para la adquisición de la materia prima (remolacha de mesa, azucarera y forrajera). Escasez de la materia prima (remolacha azucarera,	Proveedores	Generar alianzas con diversos productores y proveedores de la materia prima (remolacha mesa, azucarera y forrajera).

	remolacha de mesa y/o forrajera).		
Operativo	<p>La calidad del producto final puede verse afectado por diferentes factores, extrínsecos e intrínsecos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Deterioro de la materia prima durante su etapa de transporte, almacenamiento o manipulación. 2. Mala manipulación de los alimentos por parte del operario. Generando así, una contaminación cruzada del producto a elaborar. 	Operarios	<p>Contar con un respaldo que garantice la entrega de la materia prima en condiciones correctas por parte de los proveedores. Ante incumplimiento o desface se realizará las devoluciones correspondientes.</p> <p>- Generar capacitaciones constantes al personal sobre las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) para asegurar un control exhaustivo de la calidad de la materia prima y el producto terminado.</p>
Mercado	La demanda de los productos y las ventas pueden verse afectadas por cambios en la preferencia del consumidor.	Consumidor	Crear, ampliar y seguir innovando productos exclusivos y apetitosos, empleando materias primas muy poco comunes, lo que nos permita destacar en el mercado.

Fuente: Elaborado por el investigador.

7 CONCLUSIONES.

- Al determinar la capacidad instalada de la micro empresa a través del estudio técnico, se pudo establecer cuántos productos la micro empresa puede fabricar de manera eficiente, esto ayudo a la toma de decisiones sobre la optimización de recursos y la expansión futura, asegurando que la producción pueda satisfacer la demanda del mercado sin exceder los límites operativos.
- Al realizar la evaluación financiera, se pudo determinar si el producto es económicamente viable. Esto implica que, tras analizar costos, ingresos proyectados y márgenes de ganancia, la micro empresa sabrá si el producto puede ser rentable y sostenible a largo plazo, lo que es crucial para garantizar la estabilidad financiera.
- Proponer estrategias de marketing nos permitió una introducción más efectiva del producto en el mercado, esto ayudo a identificar al público objetivo, posicionar correctamente el producto y generar un plan de promoción que impulse las ventas, aumentando las posibilidades de éxito desde el lanzamiento.

8 RECOMENDACIONES.

- Se recomienda poner en práctica esta idea de negocio ya que se ha demostrado que si tiene una buena acogida el producto en el mercado en el que quiere establecer.
- Se debería realizar un análisis más profundo sobre el precio del que se va a comercializar el producto.
- Tener mejores alianzas o métodos al momento en adquirir la materia prima para que tanto agricultores como la empresa no tengan perdida.

9 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- Asana*. (17 de Febrero de 2024). Obtenido de Asana: <https://asana.com/es/resources/what-is-a-flowchart>
- autopista*. (27 de Julio de 2021). Obtenido de autopista: https://www.autopista.es/planeta2030/potentes-vitaminas-platano_238967_102.html
- climatización y hosteía. (8 de junio de 2022). *fibraclim*. Obtenido de fibraclim: <https://fibraclim.com/blog/tiempo-de-coccion-de-cupcakes-en-horno-electrico/>
- Diffinova*. (2 de Febrero de 2022). Obtenido de Diffinova: <https://dfinova.com/2022/02/02/remolacha-azucarera-un-cultivo-tan-estable-como-competitivo/>
- Duglas, S. (5 de Agosto de 2022). *zendek*. Obtenido de zendek: <https://www.zendesk.com.mx/blog/segmentacion-de-mercado/>
- EBC, R. V. (29 de Mayo de 2023). *ventana EBC*. Obtenido de ventana EBC: <https://www.ebc.mx/ventana/importancia-del-emprendimiento-en-la-economia/#:~:text=El%20emprendimiento%20puede%20contribuir%20al,en%20la%20econom%C3%ADa%20en%20general.>
- El Diario Vasco*. (28 de Diciembre de 2023). Obtenido de El Diario Vasco: <https://www.diariovasco.com/gastronomia/despensa/remolacha-roja-propiedades-20200511131016-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.diariovasco.com%2Fgastronomia%2Fdespensa%2Fremolacha-roja-propiedades-20200511131016-nt.html>
- fibra clim. (5 de julio de 2022). *fibra clim*. Obtenido de fibra clim: <https://fibraclim.com/blog/tiempo-de-coccion-de-cupcakes-en-horno-electrico/>
- Gobierno de Mexico. (5 de Noviembre de 2016). *Betabel, un vegetal con mucha historia*. Obtenido de Betabel, un vegetal con mucha historia: [https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/betabel-un-vegetal-con-mucha-historia#:~:text=Se%20cree%20que%20el%20origen,costas%20de%20Asia%20y%20Europa.&text=Tambi%C3%A9n%20conocido%20como%20remolacha%2C%20el%20betabel%20\(Beta%20vulgaris%20L.\)](https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/betabel-un-vegetal-con-mucha-historia#:~:text=Se%20cree%20que%20el%20origen,costas%20de%20Asia%20y%20Europa.&text=Tambi%C3%A9n%20conocido%20como%20remolacha%2C%20el%20betabel%20(Beta%20vulgaris%20L.))
- Hubspot. (23 de Mayo de 2024). *Qué es un plan de negocios y para qué sirve (+ plantilla)*. Obtenido de Qué es un plan de negocios y para qué sirve (+ plantilla): <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios>
- ieBS. (4 de Noviembre de 2022). *Qué es el Modelo Canvas y ejemplos de Canvas reales*. Obtenido de Qué es el Modelo Canvas y ejemplos de Canvas reales: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/>
- La vanguardia*. (2 de Diciembre de 2018). Obtenido de La vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20181101/452629614805/alimentos-aceite-girasol-beneficios-propiedades-valor-nutricional.html>
- La Vanguardia*. (12 de Noviembre de 2023). Obtenido de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20211221/5652/arandanos-frutas-propiedades-beneficios-valor-nutricional.html>

- lavanguardia*. (22 de Marzo de 2022). Obtenido de lavanguardia:
<https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20211223/1145/almendras-propiedades-beneficios-alimentos-valor-nutricional.html>
- Mayo Clinic. (15 de Septiembre de 2023). Obtenido de <https://www.mayoclinic.org/es/diseases-conditions/diabetes/symptoms-causes/syc-20371444#:~:text=La%20causa%20exacta%20de%20la,de%20factores%20gen%C3%A9ticos%20y%20ambientales>.
- Mayo clinic. (15 de Noviembre de 2023). *Los frutos secos y el corazón: comer frutos secos para la salud del corazón*. Obtenido de Los frutos secos y el corazón: comer frutos secos para la salud del corazón: <https://www.mayoclinic.org/es/diseases-conditions/heart-disease/in-depth/nuts/art-20046635#:~:text=Todos%20los%20frutos%20secos%20contienen,ayudar%20a%20reducir%20el%20colesterol>.
- MUNDOAGRO. (30 de Junio de 2023). Obtenido de MUNDOAGRO:
<https://mundoagro.cl/alimentacion-en-lecherias-remolacha-forrajera-o-remolacha-azucarera/>
- National Geographic*. (2 de Diciembre de 2022). Obtenido de National Geographic:
<https://www.nationalgeographicla.com/ciencia/2022/12/que-beneficios-para-la-salud-trae-consumir-miel>
- NIH. (Noviembre de 2016). *NATIONAL INSITUTE OF DEABETES*. Obtenido de
<https://www.niddk.nih.gov/health-information/informacion-de-la-salud/diabetes/informacion-general/que-es>
- Nuñez, R. (2007).
- Pazo de vilani*. (10 de Julio de 2020). Obtenido de Pazo de vilani:
<https://pazodevilane.com/cronicas-gallinero/vitaminas-del-huevo/>
- Puerto, L. A. (12 de Abril de 2023). *El Economista*. Obtenido de El Economista:
<https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/La-importancia-de-un-plan-de-negocios-20230411-0091.html>
- Rexal*. (28 de Enero de 2022). Obtenido de Rexal: <https://rexal.com/que-es-el-polvo-para-hornear-y-para-que-sirve/>
- rumiNew*. (27 de Enero de 2022). Obtenido de rumiNew: <https://rumiantes.com/todo-sobre-la-leche-de-vaca/>
- SPARKYARD. (17 de Junio de 2017). *Queme el Plan de Negocios (Tradicional)*. Obtenido de Queme el Plan de Negocios (Tradicional): <https://www.sparkyard.co/es-blog-lienzo-delgado-vs-plan-de-negocios/>
- Tatiana Grapsas. (22 de 11 de 2017). *rockcontent*. Obtenido de rockcontent:
<https://rockcontent.com/es/blog/plaza-en-el-marketing/>
- Tecno Soluciones*. (10 de Mayo de 2023). Obtenido de Tecno Soluciones:
<https://tecnosoluciones.com/estrategia-de-lanzamiento-de-productos-o-servicios/>
- Tia*. (28 de Diciembre de 2021). Obtenido de Tia:
<https://www.tiasaalimentos.com.mx/propiedades-de-la-harina-de-trigo/>
- Unir . (26 de Junio de 2024). *LA UNIVERSIDAD EN INTERNET*. Obtenido de LA UNIVERSIDAD EN INTERNET: <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/plan-de-negocios/>

Unir. (28 de Septiembre de 2022). *LA UNIVERSIDAD EN INTERNET*. Obtenido de LA UNIVERSIDAD EN INTERNET: <https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/canales-distribucion/>

Villena I.D. (2019). *DAÑOS SISTÉMICOS CAUSADOS POR LA INGESTA EXCESIVA*. Obtenido de Universidad de Cantabria. Obtenido de <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/19926/DE%20FELI>