



Escuela de negocios

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de insumos
pasteleros en el sector norte de Ecuador.

Profesor

Claudio Marcelo Arcos Proaño

Autora

María Gabriela Terán Espinosa

Año

2022

Tabla de contenido

RESUMEN EJECUTIVO	5
ABSTRACT	5
INTRODUCCION	6
1. CAPÍTULO 1	8
1.1 Antecedentes	8
1.2 Objetivos generales y específicos del plan de negocio planteado	10
1.3 Hallazgos de la revisión de la literatura académica relacionada con el negocio planteado	10
1.4 Proyectos similares	13
1.5 Conclusiones del capítulo	14
2. CAPÍTULO 2	15
2.1 Entorno macroeconómico y político	15
2.2 Análisis del sector:	18
2.2.1 Tamaño de la industria:	19
2.2.2 Ciclos económicos:	20
2.3 Análisis de la competencia	21
2.4 Análisis del mercado	23
2.5 Análisis FODA	25
2.6 Definición de la estrategia genérica específica del negocio	25
2.7 Conclusiones del capítulo	25
3. CAPÍTULO 3	26
3.1 Naturaleza del negocio	26
3.2 Misión y visión	26
3.3 Objetivos de crecimiento y financieros considerando el análisis de la industria	27
3.4 Información legal	28
3.4.1 Tipo de empresa	28
3.4.2 Legislación vigente	28
3.5 Estructura Organizacional:	30
3.6 Ubicación:	31
3.7 Ventaja competitiva y propuesta de posicionamiento	31

3.8 Estrategias de Mercadeo:	32
3.8.1 Producto o servicio:	32
3.8.2 Estrategias de distribución:	33
3.8.3 Estrategias de precios	34
3.8.4 Estrategias de Promoción y Comunicación:	35
3.9 Presupuesto:	36
3.10 Proyecciones de ventas:	37
3.11 Conclusiones del capítulo	38
4. CAPÍTULO 4.	39
4.1 Gestión Táctica de Operaciones.	39
4.2 Descripción del proceso:	39
4.3 Necesidades y requerimientos/capacidad instalada:	41
4.4 Plan de producción:	43
4.5 Plan de compras:	44
4.6 KPI's de desempeño de la gestión táctica	44
4.7 Conclusiones del Capítulo	45
5. CAPÍTULO 5.	45
5.1 Supuestos a considerar para la elaboración del plan financiero.	45
5.2 Estados Financieros Proyectados	46
5.2.1 Estado de resultados.	46
5.2.2 Estado de situación o balance general	47
5.2.2 Estado de flujos de caja	48
5.2.3 Análisis de relaciones financieras: Índices aplicables a la empresa e industria; VAN, TIR, PRI.	50
5.3 Impacto económico, regional, social y ambiental.	50
5.4 Conclusiones del capítulo	51
6. CAPÍTULO 6.	52
6.1 Conclusiones:	52
6.2 Recomendaciones:	53
7. Lista de referencias.	54
Referencias	54
8. Anexos.	56

8.1 Encuestas	56
8.2 Maquinarias	65
8.2.2 Caldero	65
8.2.3 Placas de pasterización.....	66
8.2.4 Homogeneizador	66
8.2.5 Empacadora.....	67
8.2.6 Cuarto frio	67
8.2.7 Piscina de enfriamiento.....	68

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio es producto de una ardua investigación y tiene como propósito ver la factibilidad de la creación de una empresa productora de insumos pasteleros en el sector norte del Ecuador. Su principal objetivo es analizar y examinar el comportamiento del consumidor en cuanto a la utilización de estos productos pasteleros. Buscando de esta manera las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del mercado para poder lograr los objetivos propuestos.

La idea del negocio nace de la necesidad de crear un pasatiempo que se pueda realizar en la casa en compañía de la familia, creando postres y recetas las cuales les permita ahorrar tiempo e ingredientes y sobre todo tengan un gran sabor y textura.

Para ellos se analizará información de la población del sector norte del Ecuador y se determinará el grado de aceptación de que tendrán los productos y en base a eso se diseñarán estrategias que le permita a la marca posicionarse en el mercado.

ABSTRACT

This study is the product of an arduous investigation and its purpose is to see the feasibility of creating a company that produces pastry supplies in the northern sector of Ecuador. Its main objective is to analyze and examine consumer behavior regarding the use of these pastry products. Searching in this way the strengths, weaknesses, threats and opportunities of the market to be able to achieve the proposed objectives.

The business idea stems from the need to create a hobby that can be done at home in the company of the family, creating desserts and recipes which allow them to save time and ingredients and above all have a great flavor and texture. For them, information from the population of the northern sector of Ecuador will be analyzed and the degree of acceptance that the products will have will be determined and based on that, strategies will be designed that allow the brand to position itself in the market.

INTRODUCCION

En el primer capítulo se podrá observar información de los fundamentos, es decir la historia de la pastelería y como esta se fue desarrollando e innovando a lo largo del tiempo. Adicional se plantea el objetivo general y los objetivos específicos para de esta forma poder desarrollar todo el análisis del presente estudio, tomando en cuenta otras empresas que tienen el mismo giro de negocio y han tenido éxito en Ecuador y otros países.

En el segundo capítulo la información se amplía para dar paso al macro entorno político y económico que rodea al giro del negocio, exponiendo así el tamaño de la industria, ciclos económicos, análisis de la competencia, entre otros. Esto permitió que se pueda desarrollar una investigación de mercado donde se pueda definir la estrategia.

En el tercer capítulo de la investigación, ya se analiza una propuesta de solución para el problema planteado y se observan algunas características del negocio como su naturaleza, filosofía y estilo corporativo. Esto permitió que se pueda establecer la estructura organizacional y se pueda analizar las ventajas competitivas que permita posicionar la marca en el mercado.

En el cuarto capítulo se realiza un análisis a la parte operacional de la empresa donde se describe el diseño del producto, el plan de producción, el plan de compras donde se pueden identificar a los proveedores, materias primas, etc. Dentro de este capítulo también se especifica qué tipo de maquinarias se deben utilizar para la elaboración de estos insumos.

En el quinto capítulo se desarrolla el plan financiero, aquí se analizan los estados financieros proyectados como el flujo de caja, balance general y estado de resultados. Esto permite analizar los indicadores financieros y los índices aplicables a la industria como el VAN, TIR, PRI y el punto de equilibrio. Con este análisis se busca establecer el impacto económico, regional, social y ambiental.

En el sexto y último capítulo se desarrollan las conclusiones y recomendaciones del estudio realizado.

1. CAPÍTULO 1

1.1 Antecedentes

El proyecto nace de la idea de brindar a las pastelerías y reposterías productos semielaborados, con los cuales se pueda generar productos de calidad y que permitan disminuir los tiempos de fabricación. Para que, tanto pasteleros como el consumidor final puedan disfrutar de un producto en el menor tiempo posible y de sublime sabor.

Hace muchos siglos atrás el consumo de productos dulces o azucarados no eran muy comunes, de hecho, en antiguas épocas aun no conocían como se producía el azúcar, por lo que endulzaban los alimentos solamente con miel de abeja. Existe la creencia de que el origen de los pasteles y de los dulces provienen de la necesidad de encontrar métodos para poder conservar mejor los alimentos. Por ejemplo, se observó que, si se mezclaba leche caliente con azúcar, este se convertida en leche condensada o en dulce de leche, el cual duraba periodos de tiempo más largos para ser consumidos.

En varios documentos se menciona que la pastelería se remonta al período de los egipcios, los cuales cocinaban utilizando levaduras y mieles, mientras que por otro lado los griegos utilizaban otro tipo de ingredientes, un poco más elaborados, tales como semillas y frutos secos, nueces, semillas de amapola, ajonjolí, etc. Y con el paso del tiempo estos productos se fueron innovando y llegaron a ciudades como Italia y Francia donde varios personajes fueron reconocidos por sus altos niveles de elaboración, dando paso a incontables técnicas que permiten que tanto la pastelería como la repostería sean consideradas un arte. (Covarrubias, 2017)

En Ecuador existen muchas ciudades que se distinguen por su inigualable gastronomía y dentro de esto se encuentran las pastelerías y reposterías las cuales brindan una variedad de delicados y deliciosos pasteles, tortas, postres y dulces

que son consumidos día a día por todos los ecuatorianos. En el país, específicamente en el sector norte, la industria pastelera, se encuentra en constante crecimiento ya que todos los días los pasteleros madrugan para poder ofrecer a sus clientes productos frescos e innovadores, sobre todo en fechas especiales como el día de los enamorados, el día del padre, el día de la madre y por su puesto para ocasiones especiales como cumpleaños, matrimonios, navidad, aniversarios y eventos religiosos. Con la llegada del Covid-19 la industria pastelera se vio gravemente afectada ya que para el año 2020 tuvo un decrecimiento del 40%, lo que hizo replantear a los pasteleros la forma de producir sus productos. (TORANZOS, 2020)

Hoy en día la gente tiene mucho más cuidado al momento de elegir sus alimentos, por lo que se puede decir que el consumidor final se ha tornado más escogedor que antes y esto ha dificultado a las empresas, ya que cada día tienen que innovar en productos que se adapten a las necesidades del cliente. La competencia se ha vuelto también más exigente ya que las empresas tienen que cumplir con ciertos estándares y especificaciones, sobre todo en esta industria que se utiliza demasiada azúcar y grasa. Los clientes de hoy en día prefieren consumir alimentos más saludables, es decir que no contengan niveles altos de grasa y azúcar.

Por este motivo el proyecto tiene como objetivo principal realizar productos semielaborados, tales como pre mezclas para tortas y postres, mermeladas, geles, dulce de leche, grajeas, chispas de chocolates, chocolate para derretir, entre otros. Productos que el pastelero pueda utilizar sin necesidad de ocupar otros ingredientes más que los insumos que la empresa le puede brindar y sobre todo productos que son elaborados con otros tipos de endulzantes

1.2 Objetivos generales y específicos del plan de negocio planteado.

Objetivo general:

Determinar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de insumos pasteleros para el sector norte del Ecuador con el fin de optimizar los tiempos de producción de pasteleros y reposteros.

Objetivos específicos:

- Realizar un estudio del mercado objetivo para determinar la demanda que existe de los insumos pasteleros en el sector norte del Ecuador.
- Diseñar propuestas estratégicas de gran impacto en la industria pastelera del país.
- Establecer propuesta de valor para los productos que la empresa va a producir.
- Desarrollar un análisis financiero que permita la factibilidad de este proyecto.

1.3 Hallazgos de la revisión de la literatura académica relacionada con el negocio planteado.

Este estudio tiene sustento bibliográfico en cuanto a información de historia de la pastelería, tipos de masas, cremas y rellenos, y también se detalla los ingredientes necesarios que un pastelero debe conocer y los tiempos de fabricación precisos para obtener un buen producto. Se estima que la pastelería tuvo sus inicios 5000 años antes de cristo, ya que estas evidencias, constan en excavaciones de urbes milenarias.

Sin embargo, existen documentos donde indican que los primeros en innovar en los pasteles y postres fueron en los antiguos castillos, donde los reyes y la nobleza se deleitaban de grandes banquetes, los cuales establecieron las bases y los inicios de la repostería actual. (Solar, s.f.)

Todas las pastelerías necesitan de materia prima, independientemente si la pastelería es grande o pequeña, estas necesitan materiales y complementos para poder realizar su producción. Los pasteleros usan una serie de técnicas y utensilios especiales para poder lograr obtener un resultado magnifico para el paladar del cliente. Sin embargo, los pasteleros tienen que escoger bien sus materiales, ya que no todos los insumos pasteleros brindan el mismo resultado.

Ecuador es un país privilegiado ya que cuenta con un sin número de frutas, especias, hierbas y el mejor cacao del mundo los cuales son ingredientes esenciales para la elaboración de tortas y postres. Es por esto que el país debe aprovechar esta ventaja que tiene para poder producir insumos de pastelería innovadores, deliciosos y de alta calidad.

De hecho, muchos países vienen en busca de la famosa "pepa de oro" es decir el cacao ecuatoriano para poder realizar sus productos. Se sabe que el cacao ecuatoriano es uno de los mejores en el mundo ya que tiene un inigualable sabor y aroma. Con el cacao, se pueden realizar un sin número de postres y preparaciones ya que es uno de los sabores preferidos por parte de los consumidores.

Dentro de esta industria se encuentran muchas texturas, y diferentes tipos de masas, tales como: masa quebrada, masa de hojaldre, masa brisa, azucarada, entre otras. Sin embargo, las cremas, mermeladas y rellenos son complementos básicos muy importantes, ya que con estos insumos se definen que tipo de productos se van a elaborar. Existen también cremas de leche, cremas a base de huevo o cremas

que son hechas de mantequilla. Estas se pueden utilizar tanto para cubrir como para bañar las distintas elaboraciones que existen.

Por otro lado, también existe la llamada pastelería salada la cual se compone de productos como mini pizzas, quiches, canapés, tartas, empanadas, hojaldres rellenos, entre otros. (García, s.f.) este tipo de pastelería está enfocada para un tipo de consumidor, es decir el cliente que no le gusta lo azucarado y prefiere comida salada, que de igual forma quedan muy bien tanto para eventos como para fechas especiales.

El pastelero es una persona que está capacitada para elaborar, preparar y decorar pasteles, dulces y postres. Por ende, no solo preparan un sin número de recetas, si no que crean arte en la cocina. Ya que en estas obras de arte no solo se plasman sabores, sino que también se describen culturas y tradiciones de nuestro país.

Un gran ejemplo de esto, son las muñecas de pan, que comúnmente se comen junto con colada morada en épocas de difuntos y muchas pastelerías han innovado este plato típico ecuatoriano y cada vez perfeccionan más sus modelos de muñecas, tanto así que no dan ganas de comer por lo preciosas que son.

Otro gran ejemplo de esto son los bizcochos, que comúnmente se los elabora en la provincia de Pichincha, específicamente en Cayambe y Tabacundo. Este delicado bizcocho es considerado un manjar y las pastelerías tratan siempre de tener estos productos frescos para la venta. De hecho, son tan especiales que mucha gente ha intentado exportar estos bizcochos para que personas de otros países puedan deleitarse con esos manjares.

Por ese motivo, el pastelero es parte fundamental de esta industria, ya que deben mantener normas de higiene y calidad del producto, deben supervisar los

procedimientos de preparación y decoración de cada receta, deben encargarse de escoger buena materia prima, ya que si no tiene buena materia prima no podrá elaborar dichas preparaciones.

Adicional a todo esto, el pastelero debe tener conocimientos de costes y presupuestos con el fin de que pueda valorar más cuales son los materiales más adecuados para su cocina y con esto poder brindar la capacitación necesaria a sus pupilos. (Chef pastelero y sus funciones , s.f.)

Ser pastelero conlleva realizar grandes sacrificios, uno de ellos es no poder dormir lo suficiente, ya que mientras todos duermen, ellos se levantan muy temprano para poder realizar la producción diaria de postres, pasteles, torta, dulces, etc. Se estima que la mayoría de pasteleros y panaderos en el Ecuador realizan sus producciones en la madrugada, ya que si no utilizan este tiempo no levas alcanzar a terminar toda la producción que necesitan para cumplir con las necesidades del cliente.

1.4 Proyectos similares.

En la industria pastelera se encuentra la empresa Ludafa, una empresa productora de insumos pasteleros que tuvo su origen en Perú, la cual inicio sus operaciones en el año de 1988 y con el paso del tiempo ha logrado obtener mercado en diferentes países de Latinoamérica y uno de ellos Ecuador, en donde ha conseguido una gran acogida y le ha permitido extenderse en todo el mercado ecuatoriano. Gracias a sus interesantes e innovadores productos. (S.A., 2011)

La empresa Backels nació en el año 1904 en Ámsterdam con la idea de producir insumos para pasteleros y panaderos, para el año 2000 la empresa se expande su presencia en varios países y uno de ellos Ecuador. En la actualidad la empresa cuenta con más de 2000 productos y más de 2750 empleados

alrededor del mundo. En el año 2004 la empresa cumplió 100 años de historia y de experiencia en la industria pastelera y panadera. (Bakels, 2021)

Bellazúcar es una empresa que se dedica a proveer insumos y herramientas para la decoración de pasteles, nació en el año 1980 y tiene como objetivo facilitar y optimizar el tiempo de diseñar y fabricar productos listos para pastelerías y reposterías. Es una empresa ecuatoriana la cual apoya a pequeños emprendedores a proveer de productos que faciliten su trabajo. (Bellazucar, 2021)

García Reinoso es una empresa que se dedica a la elaboración y comercialización de productos para pastelería y panadería, dentro de sus productos están frutos secos, confitados, esencias, especias y conservas importadas. Todo con el fin de revolucionar las técnicas y el uso de nuevos materiales en la repostería. (Reinoso, 2021).

Fleischmann, es una empresa estadounidense que fue fundada en el año de 1868, por dos hermanos de origen austriaco. En sus inicios únicamente se dedicaba a la producción de levadura fresca. Con el paso del tiempo fueron creando nuevos productos que sirven de insumos tanto a panaderías como pastelerías. La empresa ingreso a Ecuador en el año de 1935, y para 1945 ya contaba con su propia fábrica en Duran. Es una empresa que ha ganado bastante reconocimiento en la industria pastelera ecuatoriana. (FLEISCHMANN, 2020)

1.5 Conclusiones del capítulo

- La creación de estos suministros para pastelería se crea con el fin de brindar una mayor eficiencia a los pasteleros y reposteros de la parte norte del país, ya que con estos productos los tiempos de producción se reducirían y les permitiría tener su producción lista para cuando necesiten, con esto los

pasteleros ya no tendrán que levantarse en horas de la madrugada para empezar sus labores, podrían descansar mucho más que antes y con la certeza de que estos productos le permitirán realizar su producción en menos tiempo que antes.

- Ecuador es un país maravilloso, con tierras fértiles llenas un sin número de increíbles frutas que son materia prima de primera calidad y a precios bastante accesibles, estas frutas sirven para la elaboración de estos insumos pasteleros tales como geles, mermeladas, rellenos, etc. Que permitirán al pastelero realizar recetas de exquisitos sabores y con esto deleitar el paladar de su cliente final.
- Estos insumos, permitirán a los pasteleros realizar su producción puntual en fechas específicas tales como el día de los enamorados, día del padre, día de la madre, matrimonios cumpleaños etc. Ya que estos días la demanda se incrementa y necesitan cumplir con las necesidades del cliente.
- Dentro de la propuesta del proyecto se proponen estrategias y objetivos que permitan el desarrollo de la industria pastelera y con esto generar mayor trabajo. Ya que estos insumos pasteleros ayudaran a los emprendedores a desarrollarse y poder tener una estabilidad para poder seguir creciendo y ofrecer sus productos.

2. CAPÍTULO 2.

2.1 Entorno macroeconómico y político

Político: El año 2021 representó un gran cambio político en el Ecuador, ya que Guillermo Lasso consiguió ganar en su tercer intento de llegar a la presidencia, con el 52.5% de los votos. Este es un cambio histórico en el país ya que se deja de lado

la izquierda-correista y se posiciona un exbanquero con modelo de derecha en la peor crisis económica y sanitaria del Ecuador.

Guillermo Lasso, ha prometido generar millones de fuentes de empleo y reducir progresivamente los impuestos y a diferencia de los anteriores gobiernos, Lasso pondrá menos trabas al periodismo y permitirá que exista mayor comunicación, algo que con el gobierno de Rafael Correa no se permitía. Adicional, permitirá un libre comercio y permitirá restablecer la economía del país a través de convenios, acuerdos de comercio y más inversión.

Con este cambio en la presidencia, se aprecia un aire de cambio, donde se siente la democracia, la libertad y tranquilidad. Ya que con la llegada del COVID-19, la situación financiera del ecuatoriano se vio afectada terriblemente. Uno de los desafíos más grandes de Guillermo Lasso, es brindar vacunas a más de 9 millones de ciudadanos. (Mundo, 2021)

Económico: Según el Banco Central del Ecuador, indica que existe una recuperación en la economía del país, sobre todo por la expectativa de vacunación ante el problema de la pandemia mundial por COVID-19, ya que mientras más rápido se controle la pandemia más fuerte y rápida será la recuperación. Adicional a esto se prevé que con la presidencia de Guillermo Lasso los gastos de gobierno decrezcan 0.03% este año. Esta reducción se debe al recorte de rubros de salarios y compra de bienes y servicios. También se espera un aporte a las empresas privadas lo que permitirá el crecimiento de la economía.

Sin embargo, a Guillermo le toca una tarea dura, ya que los anteriores gobiernos dañaron la economía del país fuertemente. Adicional la caída de la demanda del petróleo a nivel mundial también ha afectado a la liquidez de país, y la llegada de la pandemia provoco una profunda recesión y permitió que la pobreza crezca. Por estos motivos, el desafío que tiene el gobierno de Guillermo Lasso tiene una gran

expectativa ya que el Ecuador necesita un equilibrio en sus finanzas y una estabilidad en la economía. (Ecuador, 2021)

Socio-cultural: La situación económica causada por la pandemia ha desencadenado un sin número de despidos y cierres de empresas. Y los patrones de compras cambiaron drásticamente, ante la necesidad y las restricciones sociales, el ecuatoriano tuvo que trabajar arduamente en los métodos de pago virtuales a través de servicios digitales y con esto permitieron la penetración de comercios y ventas digitales. Algo que nunca antes se ha visto con tanta frecuencia en el mercado ecuatoriano.

Los patrones de alimentación también cambiaron, ya que la gente empezó a alimentarse de mejor manera, con alimentos más saludables y que les permitan ganar defensas y poder luchar contra este virus que mundialmente nos mantuvo aislados. Por otro lado, la gente también empezó a preferir a los alimentos pre elaborados, es decir, alimentos que les permitan cocinar de manera más rápida en la casa. Ya que uno de los grandes cambios fue el teletrabajo que las empresas tuvieron que implementar. Los empleados ahora pasan mucho más tiempo en su casa y por ende prefieren productos que les facilite la vida.

Tecnológico: Gracias a la pandemia se pudieron desarrollar mejor las redes sociales, sobre todo porque las empresas pueden interactuar y adquirir nuevos clientes por este medio. Ya que la mayoría de las personas ya no miran televisión, la mayor parte de su tiempo la dedican a ver historias o noticias en redes sociales tales como: Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, etc. Por ese mismo motivo las empresas han invertido mucho más en publicidad por estos medios sociales y han tenido furos bastante grandes.

Por otro lado, los medios de pago se dispararon y las tarjetas de crédito y de débito fueron los medios de pago más utilizados, seguido por las transferencias y el

uso de billeteras virtuales. La mayoría de establecimientos en el país, tuvo que innovar y adelantarse a estos medios de pago para que sus clientes puedan realizar las compras tranquilamente.

Ecológico: Con el ingreso de los medios de pagos, la reducción del papel ha bajado totalmente, ya se utiliza menos papel para facturas, comprobantes, vouchers, etc. Todos estos documentos ahora los envían por medio del correo electrónico o por Whatsapp. Lo que ha generado una disminución de la tala de árboles y emisiones de CO2 en el ambiente.

Legal: En el ámbito legal, es importante que la empresa que va a fabricar insumos para pastelerías, esté completamente constituida, es decir que tenga todos los papeles regularizados tanto en la súper intendencia de compañías y con los servicios de rentas internas, SRI. Además, también tiene que tener regularizado permisos de salud como el registro sanitario y pasar las evaluaciones de bioseguridad establecidos y tener a todos los empleados debidamente registrados en el instituto ecuatoriano de seguridad social, IESS. (Crear una empresa en Ecuador, 2021)

2.2 Análisis del sector:

La empresa se encuentra en el sector de la industria pastelera del Ecuador y se enfoca en producir insumos pasteleros pre elaborados para facilitar el tiempo de elaboración del producto final, el mercado objetivo es el sector norte del país, es decir llegar a provincias como Carchi, Imbabura, Esmeraldas y Pichincha.

Según el INEC, las empresas en el Ecuador están divididas según códigos de clasificación, denominados CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) Algunos códigos detallan empresas dedicadas a lo mismo en el mercado: Elaboración de productos de panadería. Este código está dentro del sector

manufacturero destinado a la elaboración de productos alimenticios, ya que el producto final está listo para su consumo y uso. ((INEC), 2012)

Dentro de esta industria ha habido importantes adelantos tecnológicos, ya que hace algunos años la industria pastelera y panadera del país era una industria más artesanal, donde sus productos eran elaborados manualmente, sin necesidad de tener insumos pre elaborados. Ahora por el cambio de visa de las personas, estos insumos se han vuelto muy importantes en la vida cotidiana.

Por otro lado, las empresas han tenido que importar materia primera ya que el Ecuador no existe materia prima de calidad. Por ejemplo, las grasas hidrogenadas o también conocidas como grasas trans; Son grasas provienen de aceites vegetales y se solidifican después de un proceso de hidrogenación, esta se tiene que importar desde Malasia, ya que en Ecuador existen y las distribuyen empresas reconocidas en el país como La Fabril o Danec. Sin embargo, estas empresas tienen conocimiento de la escases del producto y los precios son elevados para una empresa que recién está comenzando.

Adicional, también existe materia prima como: Harina de trigo fortificada, el Ecuador se abastece principalmente del mercado internacional ya que solo el 2% es cubierto industria local para el consumo. El 98% es cubierto gran parte de las importaciones de harina de trigo especialmente desde de Canadá y Estados Unidos. (BCE, 2021)

2.2.1 Tamaño de la industria:

Según el Banco Central, el Ecuador registra un incremento del 8.4% en el segundo trimestre del 2021. Esto quiere decir que la economía creció a comparación de los resultados del año 2020, esto refleja que existe una recuperación en las actividades económicas y productivas. Respecto al PIB, indica que 2021 los

consumos del hogar incremento un 10.5% y las exportaciones incrementaron un 16% y esto es gracias al incremento de ventas de camarón, petróleo y flores. (BCE, 2021)

La industria panadera es muy fuerte en el país, ya que cuenta con ventas anuales de \$306 millones y a esta actividad están 5697 negocios. (La industria panificadora se halla en crecimiento, 2019) Es una industria que siempre está en constante crecimiento e innovación. Adicional una de las fortalezas del sector, es que la mayoría de empresas dentro de este giro de negocio no fracasan, ya que en el Ecuador existe un gran consumo de panaderías y pastelerías. Sin embargo, la industria ha cambiado ya que las necesidades de los clientes son obtener el producto más rápido, pero teniendo siempre productos de calidad y de buen sabor.

2.2.2 Ciclos económicos:

Los productos que se van a fabricar son insumos que se puede utilizar en cualquier época del año, no necesariamente en una época específica. Los clientes pueden comprar estos productos para eventos como: cumpleaños, fiestas, bodas, navidad, etc. Y también lo pueden comprar como un pasatiempo, es decir poder realizar postres en casa, con tiempos de elaboración más bajos.

Lo que más le afecta a la industria son los costos de materia prima, ya que algunos materiales son importados y estos dependen mucho de los aranceles establecidos por la SENA y adicional también depende mucho del mercado de la demanda del mercado. Ecuador no cuenta con la materia prima

2.3 Análisis de la competencia

GRAFICO N° 1

Matriz PORTER

			AMENSA DE NUEVOS COMPETIDORES
			Diferenciación de productos ya establecidos en el mercado.
			Economías de escala.
			Inversión fuerte de capital.
			Identificación y presencia de marca.
			Barreras legales, incluyendo normativas obligatorias.
			Coste de infraestructuras modernas e innovadoras.
PODER DE PROVEEDORES	RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	PODER DE LOS CLIENTES	
Red de proveedores nacionales baja.	En Ecuador existen varias empresas dedicadas a los mismo	El producto ya tiene segmentado a su cliente: joven- adulto económicamente activo.	
Existen proveedores nacionales como Danec, con precios altos.	Existen empresas extranjeras grandes reconocidas dentro del mercado ecuatoriano	Personas que no cuentan con el tiempo suficiente para cocinar	
Proveedores extranjeros de países como Canadá y Tailandia	Estas empresas pueden ofrecer precios más bajos.	Personas apasionadas por la cocina, pero no cuentan con experiencia.	
			AMENSA DE PRODUCTO SUSTITUTO
			Mejores canales de venta y Marketing.
			Precios más bajos en el mercado que ofrezcan productos similares.
			Marcas existentes en Supermercados y tienda del país.
			Mayor disponibilidad de la competencia en el mercado.
			Gelatina, cremas de leche, mermeladas, chocolate
			Postres y tortas ya elaborados.

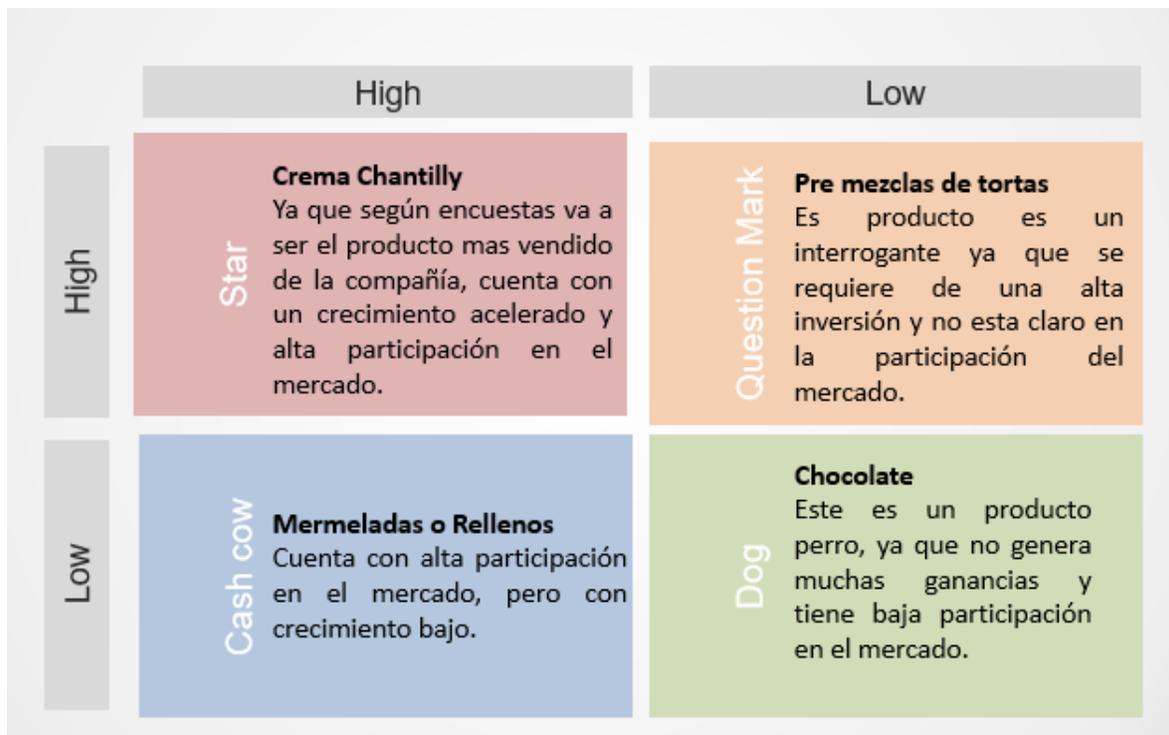
Elaborado por Gabriela Teran.

- Identificación de principales participantes.

Dentro de la propuesta se va a realizar la creación de 4 productos, y según las encuestas realizadas los productos más vendidos dentro el mercado son: Crema Chantilly, Pre mezcla de tortas, mermeladas o rellenos y chocolate. En la industria existen varias empresas que se dedican a lo mismo y son altamente reconocidas. Sin embargo, el objetivo de la empresa es brindar productos que se elaboren en poco tiempo y cuenten con buenas texturas y sabores.

GRAFICO N°2

Matriz BCG



Elaborado por Gabriela Teran.

2.4 Análisis del mercado

- **Objetivo de la investigación:**

1. Conocer preferencias del mercado en cuanto a insumos pasteleros pre elaborados.
2. Saber con qué frecuencia la gente compra estos productos para elaborar en el hogar.
3. Conocer las necesidades de pasteleros con experiencia.
4. Saber cuáles son los sabores preferidos y los más vendidos.
5. Comprender el motivo de compra de estos productos, es decir si lo compran por tiempo, precio o sabor.

- **Metodología**

La metodología para la investigación, será la metodología cuantitativa, ya que para el fin de esta investigación necesitamos establecer valores reales del mercado.

La metodología cuantitativa se basa en el uso de técnicas estadísticas para conocer el interés de la población que se está estudiando.

Esta metodología tiene tres componentes importantes: Población, sujeto y muestra, los cuales nos permite recolectar datos importantes y tener una información real de los que sucede en el mercado. (Hueso & Cascant, 2012)

- **Población Objetivo:**

El mercado objetivo, está diseñado para personas que desean adquirir este tipo de insumos pre elaborados para preparar tortas y postres en un menor tiempo.

Va dirigido al consumidor final, es decir: familias, jóvenes adultos y personas económicamente activas.

Para esta investigación se necesitará un total de 280, con un margen de error de 6%, 95% de confianza y una población aproximada de 600.000 personas que vivan en la zona norte del país, que se encuentren en edades económicamente activas, entre los 25 años en adelante y que estén dispuestas a probar este tipo de productos.

Población N= 600.000

Nivel de confianza 95%

Probabilidad de fracaso 6%

- **Fuentes de información:**

Se realizará una encuesta de 18 preguntas, donde se podrá obtener datos específicos, tanto de la población objetivo como de sus intereses y gustos al rato de adquirir productos pasteleros pre elaborados.

- **Cronograma.**

Grafico N°3

Plan de Acción / Cronograma	
Tema	Fecha
Formulación y realización de encuesta en Google Drive.	27/11/2021
Envío de encuestas.	28/11/2021
Recopilación de información.	26/12/2021
Análisis de información.	30/12/2021

2.5 Análisis FODA:

Grafico N°4



Elaborado por Gabriela Teran.

2.6 Definición de la estrategia genérica específica del negocio

La estrategia para este tipo de empresa es la estrategia de enfoque, ya que son productos que están diseñados para un grupo específico de personas, dentro de un mercado geográfico pre establecido. Ya que las personas no desean este producto por su precio, si no que más bien el producto responde a las necesidades específicas de un nicho de mercado.

2.7 Conclusiones del capítulo

En conclusión y según las encuestas realizadas, los productos van a tener acogida en el mercado, ya que las personas hoy en día no tienen el tiempo suficiente

para pasar en la cocina preparando alimentos. Adicional, estos productos son perfectos para utilizarlos en familia y pasar un buen rato, ya sea como un pasatiempo, o como un interés ocasional.

Un factor que permitió que este tipo de productos sean más solicitados, fue la pandemia por COVID-19, ya que las personas pasaban dentro de sus casas y necesitaban realizar actividades en familia que les pueda unir y pasar un buen rato.

3. CAPÍTULO 3.

3.1 Naturaleza del negocio

La empresa está diseñada para producir productos pasteleros pre elaborados, y la filosofía se basa en que los productos van a ayudar la vida de las personas, reduciendo tiempos de elaboración y brindando productos de agradable sabor.

El estilo corporativo parte de que es una empresa diseñada para gente joven adulta y económicamente activa. Los colores de la marca van a ser: rojo, blanco y negro lo que permitirá destacar a comparación de las otras marcas del mercado. El logotipo de la empresa va a estar grabado en el empaque, publicidad y puntos de venta.

3.2 Misión y visión.

- **Misión:** Ser la empresa de insumos pasteleros con mayor reconocimiento en el país, buscando siempre ayudar a los clientes a tener productos elaborados en el menor tiempo posible.

- **Visión:** Trabajar con eficacia y lograr contribuir a la industria pastelera del Ecuador. Siempre brindando el mejor servicio, y lograr ser la primera opción del cliente al momento de escoger los productos.

3.3 Objetivos de crecimiento y financieros considerando el análisis de la industria.

Los objetivos que se plantea con la creación de la empresa es: mejorar los procesos de elaboración de productos pasteleros, con el fin de minimizar los tiempos. Mediante la creación de productos pre elaborados los cuales pueden utilizar personas inexpertas y chefs profesionales.

Por lo tanto, el principal objetivo es expandirse por todo el país y poder generar un reconocimiento de la marca en la cabeza de los clientes. Lo que generaría un incremento en los ingresos de la empresa y permitirá tener una rentabilidad alta.

Otro de los objetivos es poder mantener un apalancamiento financiero apropiado, manejando una cantidad de deuda que sea optima y llevadera para la empresa.

En el futuro, se planea diversificar la oferta de productos para que el cliente tenga más opciones al momento de hacer sus copras para la elaboración de pasteles o postres. Esto generaría que la marca aumente su participación en el mercado.

3.4 Información legal

3.4.1 Tipo de empresa.

La empresa va a ser constituida como SAS, es decir una sociedad por acciones simplificadas, este tipo de empresas se constituye por una o más personas ya sean naturales o jurídicas y después de la inscripción se determinan como persona jurídica, muy distinta a las de sus accionistas, con el fin de impulsar la economía. Este tipo de empresa esta regularizada por la Súper intendencia de Compañías, Valores y Seguros. (Superintendencia de compañías, 2021)

El proceso del registro no tiene ningún costo, no requiere un capital mínimo para iniciar la empresa y los accionistas cuentan con responsabilidad limitada lo que permite proteger su patrimonio. Sin embargo, es importante mencionar que este tipo de empresas no pueden cotizar en la bolsa de valores ya que no pueden estar relacionadas con los sistemas financieros o bursátiles.

Este tipo de empresas, SAS, ofrece a los emprendedores una alternativa muy flexible e interesante, sobre todo por el corto tiempo de sus procesos de registro y de las actividades posteriores.

3.4.2 Legislación vigente

La Superintendencia de compañías y valores es el organismo que cuenta con la autonomía administrativa y económica que vigila y controla a la empresa. Al ser una empresa SAS, la Súper tiene el poder de administrar los documentos legales, económicos y jurídicos, aquí deben estar actualizados los documentos tanto como: nombramientos, constituciones, ruc, balances generales, declaración de impuestos, etc. Esto tiene una gran ventaja, ya que la página de la superintendencia permite revisar esta información para que exista transparencia en los documentos

registrados, adicional esta página sirve como herramienta para que los bancos y otras entidades puedan verificar en qué estado financiero y legal se encuentra la empresa, lo que permite que esta se pueda desarrollar y crecer. (Superintendencia de compañías, 2021)

Por otro lado, está el servicio de rentas internas (SRI), el cual se encarga de gestionar la política tributaria y fortalecer el control de los impuestos internos del país. (SRI, 2022)

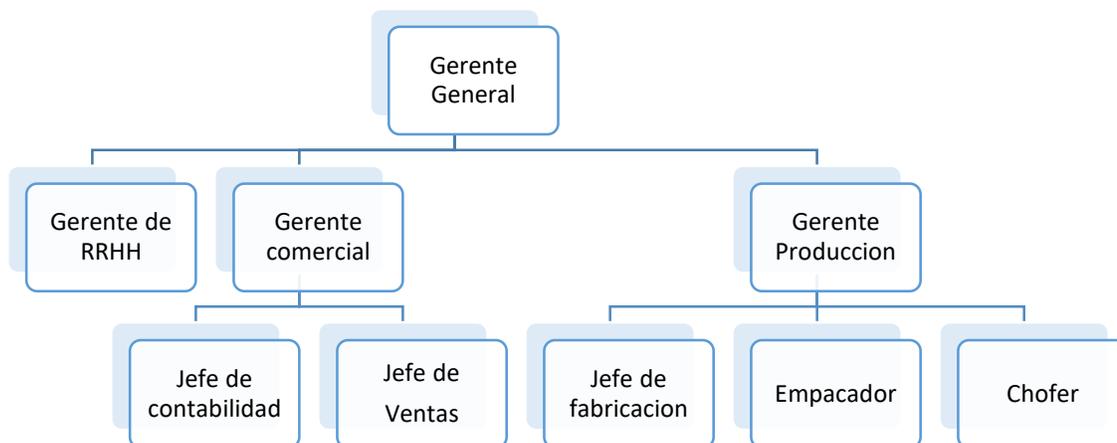
Al ser una empresa que se dedica a la elaboración de alimentos también debe seguir la normativa sanitaria para alimentos procesados, el cual está considerado dentro de la constitución de la República del Ecuador. En el cual se indica que la salud es un derecho que garantiza el estado y entre ellos la alimentación. Dentro de esta normativa se pide el cumplimiento de las normas de buenas prácticas de manufactura y en especial con las normas sanitarias que garanticen la seguridad de los producto que van a ser para consumo humano. (MINISTERIO DE SALUD PUBLICA, 2022)

Por otro lado, al brindar trabajo, las personas deben estar registradas en el instituto de seguridad social, ya que esta entidad es responsable de aplicar el seguro universal obligatorio y permite al colaborador tener protección en casos de enfermedad, maternidad, riesgo de trabajo e incapacidad. (IESS, 2022)

Por último, es importante que la marca este registrada bajo el SENADI, ya que con esta propiedad intelectual el autor tiene derecho a ser reconocido de su creación o invento y, por ende, ser beneficiario del mismo. Este organismo está encargado de proteger, fomentar y conducir el buen uso de la propiedad intelectual. (SENADI, 2022)

3.5 Estructura Organizacional:

Grafico N°5



La empresa al ser de una estructura pequeña, no cuenta con muchas áreas administrativas instaladas. La cabeza de la empresa es el Gerente General quien a su vez asume el cargo de Representante Legal. Seguido de este, están 3 gerencias importantes para el funcionamiento de la empresa:

- Gerencia de Recursos Humanos, es el área que se encargara de reclutar, entrevistar y contratar al mejor personal, el cual ya se encuentre capacitado y tenga la experiencia en este tipo de empresas.
- Gerencia comercial, es el área que se encargará de planificar, controlar y dirigir de manera eficiente la parte comercial. Marcándose metas con Kpi's y Okr's que los colaboradores deberán cumplir para permitir el desarrollo y las condiciones de la empresa. Dentro de esta área también estarán dos saboreas instaladas, la primera es el área de contabilidad

que maneje la actividad económica y financiera de la empresa. Por otro lado, estará el jefe de ventas que será la fuerza que impulsará las estrategias comerciales y además marcará el ritmo de producción.

- Gerencia de producción, llevará a cabo la supervisión de los procesos y será el área encargada de verificar el mantenimiento de la maquinaria y equipos de la empresa. Además de elaborar el presupuesto de producción y de observar el desempeño laboral con ayuda de un jefe de fabricación, un empacador y un chofer.

3.6 Ubicación:

La empresa va a estar ubicada en la provincia de Pichincha, específicamente en la ciudad de Quito. Se escoge la ciudad de Quito ya que, según encuesta realizadas, las personas que viven en esta ciudad tienden a comprar más este tipo de productos. De igual forma la capital será el punto de partida para la distribución hacia la parte norte del país a ciudades como Ibarra, Otavalo, Tulcán, Atuntaqui, Cayambe, Cotacachi, entre otras más.

3.7 Ventaja competitiva y propuesta de posicionamiento.

Para la creación de esta empresa, la ventaja competitiva que más se acopla a la propuesta, es la estrategia de segmentación, ya que la empresa fabrica productos para un segmento específico del mercado. Al ser una empresa pequeña, no cuenta con todo el recurso suficiente para poder llegar a todos los segmentos de clientes.

Adicional, la empresa se va a centrar en las necesidades específicas del cliente, el cual es reducir tiempos de elaboración en la cocina y proporcionar productos agradables y deliciosos. Por lo que los productos van a estar destinados a gente

joven adulta, que tengas los recursos económicos para poder comprar los productos y que adicional sean personas que disfruten realizar postres en casa en compañía de la familia y amigos. Por qué los productos no solo están diseñados para satisfacer la necesidad de un antojo, también están destinados para fomentar tiempo de ocio en familia, un pasatiempo que se puede compartir con los más queridos.

Justamente ese es el atributo que le permite diferenciarse y posicionarse en el mercado, adicional uno de los objetivos a futuro de la empresa es lograr posicionarse como líder en el mercado de los productos pasteleros pre elaborados.

3.8 Estrategias de Mercadeo:

En base a los análisis previamente realizados, las estrategias de mercado que se van a utilizar para la empresa son a través de marketing de contenidos, principalmente a través de redes sociales, ya que al ser una estrategia de segmentación con las redes sociales podemos llegar más fácilmente al público objetivo. Las redes sociales que se van a utilizar son Instagram, TikTok y Facebook, ya que por el momento son las redes que más alcance tienen y permiten desarrollar contenido personalizado para el público.

Adicional también se implementará email marketing, ya que es una de las estrategias con mayor recorrido y han brindado los mejores resultados año tras año. Hoy en día el correo electrónico se ha convertido en una de las principales herramientas de comunicación, por lo tanto, es un canal directo con el consumidor y permite establecer una relación con ellos.

3.8.1 Producto o servicio:

Los productos que se van a elaborar están diseñados para personas que disfruten de los dulces postres y que no cuenten con suficiente tiempo para pasar

en la cocina realizando elaborados postres. Por ende, el objetivo siempre va a ser proporcionar los mejores productos para que se adapten a este tipo de consumidor y sus necesidades específicas.

Se van a elaborar 4 productos los cuales son indispensables al momento de realizar un postre o torta: los cuales son: crema chantilly, pre mezcla de tortas, mermeladas o rellanos y por ultimo chocolate.

- Crema chantilly: es una crema batida ligera que al batirse adquiere una consistencia as espesa y esponja, que sirve para cobertura de tortas, postres y más.
- Pre mezcla de tortas: es la combinación de varias harinas y sustancias que permiten la preparación de otro producto.
- Mermeladas o rellenos: conservas o dulces que se elaboran a partir de frutas con azúcares incorporados. Los cuales pueden ser utilizados como parte de relleno de tortas o coberturas para postres.
- Chocolate: Es un chocolate amargo que debe tener entre un 60% a 80% de cocoa y no debe contener otro ingrediente adicional. Este chocolate sirve para cubrir frutas, postres y tortas.

3.8.2 Estrategias de distribución:

Para la distribución del producto se utilizarán dos tipos de estrategias de distribución, la primera sería la estrategia directa en la que la empresa directamente venderá los productos a los clientes, ya que al ser una empresa nueva se debe tener el control total de la logística y distribución de los productos. Sin embargo, también se desea utilizar la estrategia de distribución indirecta, en la cual se utilizan intermediarios y se pueden utilizar canales cortos o más largo. En este caso es

indispensable contratar distribuidores para que puedan cubrir otras ciudades de la parte norte del país. (EKON, 2020)

3.8.3 Estrategias de precios

3.8.3.1 Análisis de costos del producto o servicio.

Grafico N°6

	Concepto	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Importe
Materiales y provisiones					
A	Manteca	Pago mensual	10	\$ 50,00	\$ 500,00
B	Azúcar	Pago mensual	10	\$ 32,00	\$ 320,00
C	Glucosa	Pago mensual	8	\$ 8,00	\$ 64,00
D	Estabilizante	Pago mensual	8	\$ 8,50	\$ 68,00
E	Preservantes	Pago mensual	8	\$ 10,00	\$ 80,00
F	Esencias	Pago mensual	8	\$ 6,00	\$ 48,00
G	Otros insumos	Pago mensual	10	\$ 6,00	\$ 60,00
H					\$ -
Personal / Mano de obra					\$ -
A	Pago de Nomina	Pago mensual	9	\$ 690,00	\$ 6.210,00
B	Gasto de comercialización	Pago mensual	1	\$ 150,00	\$ 150,00
C	Útiles de oficina	Pago mensual	10	\$ 50,00	\$ 500,00
Costos fijos totales					\$ 8.000,00
COSTO FAB CHANTILLY		\$ 2,50			
COSTO FAB PRE MEZCLA		\$ 2,50			
COSTO FAB MERMELADAS		\$ 2,00			
COSTO FAB CHCOLATE		\$ 2,50			

3.8.3.2 Análisis del precio del producto o servicio.

Una vez identificados las estrategias de marketing y el público objetivo, se realizó una encuesta donde se puede verificar cual es el precio que los clientes estarían dispuestos a pagar por cada producto. (Ver anexo)

El precio que se establecerá al producto debe ser muy similar a los de la competencia, ya que los clientes al ser un producto nuevo en el mercado no se identificarán si el precio sobrepasa a los demás.

Según el análisis de costos de materia primas y la mano de obra calificada, el precio está muy de acuerdo al producto que se está ofreciendo. Los precios quedarían de la siguiente forma:

- Crema chantilly: \$2.70
- Pre mezclas: \$2.70
- Mermeladas o rellenos: \$2.20
- Chocolate: \$2.70

3.8.4 Estrategias de Promoción y Comunicación:

La estrategia de promoción será a través de marketing digital, es decir publicidad en redes sociales como Instagram, Facebook y WhatsApp.

Adicional, también se tomarán los medios de promoción tradicionales como periódico, revistas y radio. Ya que gran parte del público objetivo son personas adultas que no utilizan mucho la tecnología y prefieren los medios tradicionales.

Al ser una empresa nueva en el mercado, una estrategia de promoción es la de boca a boca, ya que a través de esta estrategia se motiva a la gente para que compartan cada vez más la información acerca de los productos. Este tipo de estrategias permite atraer más clientes, ya que la gente confía mucho en lo que escucha y en los que le recomiendan.

3.9 Presupuesto:

Para el presupuesto de marketing se toman en cuenta las estrategias de mercado y se realiza una proyección a 5 años. Entre ellas están la estrategia ATL, la cual es una publicidad dentro de la línea tradicional como es el radio y la televisión.

Por otro lado, está la estrategia BTL, la cual es una publicidad de forma masiva y se pueda llegar a mas público, sobre todo al público interesado en el producto. Por ultimo esta la estrategia de marketing digital, el cual emplea las redes sociales para darse a conocer.

Estas estrategias se toman según las encuestas realizadas y según las preferencias del cliente.

Grafico N° 7

		Presupuesto de Marketing						
		Precio	Cantidad	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Estudio de mercado							
	Investigación cuantitativa	\$ 1.000,00	3	\$ 3.000,00	\$ 4.000,00	\$ 5.000,00	\$ 6.000,00	\$ 7.000,00
	ATL							
	Radio	\$ 20,00	5	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 140,00	\$ 160,00	\$ 180,00
	Televisión	\$ 350,00	5	\$ 1.750,00	\$ 2.100,00	\$ 2.450,00	\$ 2.800,00	\$ 3.150,00

2	BTL							
	EVENTOS	\$ 1.500,00	3	\$ 4.500,00	\$ 6.000,00	\$ 7.500,00	\$ 9.000,00	\$ 10.500,00
	MATERIAL IMPRESO	\$ 500,00	8	\$ 4.000,00	\$ 4.500,00	\$ 5.000,00	\$ 5.500,00	\$ 6.000,00
3	MARKETING DIGITAL							
	Mix marketing digital	\$ 280,00	4	\$ 1.120,00	\$ 1.400,00	\$ 1.680,00	\$ 1.960,00	\$ 2.240,00
	Subtotal			\$ 14.470,00	\$ 18.120,00	\$ 21.770,00	\$ 25.420,00	\$ 29.070,00
	GAP desvió 15%			\$ 2.170,50	\$ 2.718,00	\$ 3.265,50	\$ 3.813,00	\$ 4.360,50
	TOTAL			\$ 16.640,50	\$ 20.838,00	\$ 25.035,50	\$ 29.233,00	\$ 33.430,50

3.10 Proyecciones de ventas:

Se proyecta las ventas para 5 años con una inversión de \$80.000 y con una capacidad de fábrica de 70.000 unidades para cada producto.

Grafico N°8

AÑO	0	1	2	3	4	5
CAPACIDAD PLANTA CHANTILLY		70.000	70.000	74.200	78.652	83.371
PRECIO POR UNI	\$ 2,50	\$ 2,63	\$ 2,76	\$ 2,89	\$ 3,04	\$ 3,19
INGRESO		\$ 183.750	\$ 192.938	\$ 214.739	\$ 239.005	\$ 266.013
CAPACIDAD PLANTA PRE MEZCLA		70.000	70.000	74.200	78.652	83.371
PRECIO POR UNI	\$ 2,50	\$ 2,63	\$ 2,76	\$ 2,89	\$ 3,04	\$ 3,19

INGRESO		\$ 183.750	\$ 192.938	\$ 214.739	\$ 239.005	\$ 266.013
CAPACIDAD PLANTA MERMELADAS		70.000	70.000	74.200	78.652	83.371
PRECIO POR UNI	\$ 2,00	\$ 2,10	\$ 2,21	\$ 2,32	\$ 2,43	\$ 2,55
INGRESO		\$ 147.000	\$ 154.350	\$ 171.792	\$ 191.204	\$ 212.810
CAPACIDAD PLANTA CHOCOLATE		70.000	70.000	74.200	78.652	83.371
PRECIO POR UNI	\$ 2,50	\$ 2,63	\$ 2,76	\$ 2,89	\$ 3,04	\$ 3,19
INGRESO		\$ 183.750	\$ 192.938	\$ 214.739	\$ 239.005	\$ 266.013
INGRESO TOTAL		\$ 698.250	\$ 733.163	\$ 816.010	\$ 908.219	\$ 1.010.848

3.11 Conclusiones del capítulo

En conclusión, las estrategias de mercado y las estrategias de distribución son muy importantes para que la empresa pueda seguir con su rumbo al éxito. Ya que si se toman malas decisiones en estas estrategias puede ser que no se llegue al público adecuado y los productos que se presentan no sean atractivos para el cliente.

Por otro lado, al tomar buenas decisiones en las estrategias de mercado no solo permite que la marca se dé a conocer, sino que también permite aumentar las ventas y desarrollar una relación a largo plazo con los clientes.

4. CAPÍTULO 4.

4.1 Gestión Táctica de Operaciones.

Para poder tener una buena táctica operativa, lo principal es lograr conseguir materia prima de calidad, para que el producto final cumpla con todas las expectativas del cliente. Uno de los principales componentes es la grasa vegetal, el cual se debe importar desde Malasia. Este país es el mayor productor de aceite de palma en el mundo y el objetivo es lograr conseguir un distribuidor allá, el cual pueda brindar un precio más económico y se puedan establecer relaciones comerciales.

Dentro de las estrategias que se establecerán a mediano y largo plazo, es buscar alianzas con distribuidores alrededor de todo el país, para que de esta forma los productos puedan llegar cada vez a más lugares y la gente pueda conocer la marca. Sin embargo, para esto tomara algún tiempo hasta buscar a los distribuidores que cumplan con todos los requisitos.

Uno de las estrategias que se planea desarrollar a largo plazo, es el implemento de empaques biodegradables, ya que estos empaques a más de contribuir con el medio ambiente también favorecen la reputación de la empresa dentro del campo de la responsabilidad social. Adicionalmente, este tipo de empaques facilita la logística y distribución, ya que al tener menor gramaje permite que exista mayor facilidad al momento organizarlos y transportarlos.

4.2 Descripción del proceso:

Cadena de valor:

- Infraestructura de la empresa: va a contar con oficinas y fabrica en la ciudad de Quito, la cual va a estar equipada con toda maquinaria y herramientas necesaria para la elaboración de los productos.

- Recursos humanos: Se encarga del reclutamiento y selección de personal capacitado para trabajar en una empresa de insumos pasteleros. Adicional que los objetivos de los colaboradores deben estar alineados a la misión y visión de la empresa.
- Desarrollo tecnológico: se implementará maquinaria innovadora, con tecnología que permita el fácil desarrollo de la producción y generar beneficios múltiples a la empresa.
- Adquisición o compras: se planea tener un crecimiento en adquisición de nuevas materias primas, para la creación de nuevos e interesantes productos que integren las necesidades del cliente y puedan utilizarlos en menos tiempo.
- Logística de entrada: Va a contar con infraestructura adecuada para albergar a todo el personal y adicionalmente será punto de recepción y abastecimiento de materia prima para la producción de los productos
- Operaciones: Dentro de las operaciones, la empresa va a brindar productos de insumos pasteleros innovadores través de un proceso en el cual permita tener productos de buena calidad, excediendo las expectativas de los clientes.
- Logística de salida: Planificación con una coordinación excepcional y totalmente ordenada para el despacho y entrega de mercadería.
- Marketing y ventas: a través de campañas publicitarias en redes sociales y medios convencionales como radio o televisión. Adicionalmente y a largo plazo se realizar alianzas o convenios con tiendas y pastelerías para el uso de los productos.
- Servicios: la atención brindada será exclusivamente a través de llamada venta directa en la empresa. Al momento no se cuenta con página web ni app móvil.

4.3 Necesidades y requerimientos/capacidad instalada:

Para la creación de la empresa y la producción de estos productos, se necesita una inversión inicial: \$300.000 con los cuales se puede comprar las maquinarias prioritarias para poder generar la producción de los insumos. La máquinas y equipos más indispensables son los siguientes: (Anexo 2 Maquinarias)

- Marmitas: son recipientes de tamaño industrial, los cuales se utilizan para calentar, mezclar, cocinar y/o almacenar alimentos. Generan calor, a través de vapor el cual sirve para procesar los alimentos y debe contar con una capacidad de 200 kg. (Exhibir, 2022)
- Calderos: esta maquina es indispensable para este tipo de empresas, ya que los calderos tienen como principal función generar grandes cantidades de vapor de agua.
- Placas de pasterización: Este proceso de pasteurización consiste en un tratamiento de calor, el cual logra matar a todas las bacterias patógenas y reduce la actividad enzimática. Este proceso permite que los productos sean seguros para el consumo humano. (TETRAPAK, 2022)
- Homogeneizador: Este equipo trabaja a altas velocidades de rotación y consiste en generar una reducción de las partículas hasta lograr conseguir una mezcla homogénea.
- Empacadora: es una maquinaria que tiene como único objetivo guardar y sellar las fundas donde está el contenido del producto.

- Piscina de enfriamiento: se utilizan para enfriar los productos y de esta forma poder guardar en el cuarto frío sin ningún inconveniente.
- Bancos de hielo: se utilizan estos bancos de hielo para enfriar indirectamente los productos.
- Cuarto frío: Es una cámara o cuarto que sirve como almacén con temperaturas por debajo de la temperatura exterior.
- Mezcladores: Es un dispositivo que permite mezclar toda la materia, y permite que se genere la homogenización de los componentes.

En cuanto a la materia prima los ingredientes principales son los siguientes:

- Manteca hidrogenada
- Azúcar
- Agua
- Glucosa
- Proteínas de leche
- Almidón modificado
- Saborizante artificial
- Goma
- Sal
- Chocolate
- Frutas
- Harina de trigo

En cuanto a la producción y empaquetamiento del producto se necesita:

- Bobinas de empaque.
- Gavetas

Para este tipo de empresas la mano de obra que se utiliza es muy poca, ya que todo el trabajo lo realiza la maquinaria. Sin embargo, es importante que exista una persona calificada y con experiencia para que pueda realizar las mezclas de los ingredientes.

4.4 Plan de producción:

Objetivo general del plan de producción: Es lograr producir 5.800 unidades de cada producto mensualmente, y llegar a producir un mínimo de 70.000 unidades por producto anualmente. Sin embargo, se desea aumentar esta cifra en tres temporalidades diferentes.

- **Corto plazo:** se desea incrementar un 5% de la producción, es decir que la producción total suba a un total de 73.500 unidades por producto anualmente.
- **Mediano plazo:** se desea incrementar un 10% de la producción, es decir que la producción total suba a 77.000 unidades por producto anualmente.
- **Largo plazo:** Por último, se desea incrementar un 15% de la producción, es decir que la producción total suba a 80.500 unidades por producto anualmente

El plan de producción va a estar bajo 4 pasos:

- Recepción de la materia prima.
- Elaboración del producto.
- Distribución del producto.
- Entrega del producto al cliente.

4.5 Plan de compras:

Los proveedores para la empresa serán empresas ecuatorianas, sin embargo, para el tema de la manteca tendrá que ser a través de importaciones, ya que el proveedor se encuentra en Malasia.

Al ser una empresa que recién está iniciando no cuenta con una capacidad de pagos muy alta, por lo que se tendrá que solicitar a los proveedores plazo de 15 a 30 para poder realizar el pago.

Una vez que ingresen los productos de la materia prima y se elaboren, pasaran por pruebas de calidad para verificar que el producto final se encuentre en buenas condiciones, es decir que el producto tenga todas las condiciones para que pueda salir a la venta y para el consumo humano.

Deben existir estrictas normas de limpieza, tanto dentro de las instalaciones de la empresa como de sus colaboradores, ya que al tratarse de fabricación de alimentos se debe tener la mayor salubridad posible.

4.6 KPI's de desempeño de la gestión táctica

Los Kpis de desempeño van estar estrictamente relacionados con el área comercial y lo controla el jefe de ventas. Los kpis son muy importantes en la empresa ya que de esta forma se pueda controlar y evaluar el cumplimiento de las

metas establecidas. Además de que se contribuye con la empresa a crecer cada día más.

Los kpis que se van a establecer son los siguientes:

- Propuesta de nuevos leads, o clientes nuevos.
- Numero de negocios concretados.
- Volumen de devoluciones y reclamos.
- Grado de satisfacción del cliente.

4.7 Conclusiones del Capítulo

Con el análisis de todas las estrategias, es importante mencionar que para que una empresa pueda prosperar es necesario que implementen una gestión comercial pro activa para que de esta forma se puedan controlar todos los movimientos y además se pueda lograr una optimización de recursos.

Por otro lado, las estrategias de marketing también son importantes, ya que a través de estas podemos llegar a la mente del consumidor y permite establecer los objetivos que debe alcanzar. Adicionalmente permite aprovechar de mejor manera el presupuesto planeado y el tiempo invertido.

5. CAPÍTULO 5.

5.1 Supuestos a considerar para la elaboración del plan financiero.

Una empresa debe contar con un plan financiero, ya que este recopila toda la información del negocio y puede demostrar en que estado se encuentra. Y según eso se pueden tomar nuevas decisiones. Para que un plan financiero funcione se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Balance general y que se ponga de tres partes importantes: Activos, pasivos y patrimonio.
- Estado de pérdidas y ganancias. Con información importante de las ventas y los gastos que ha incurrido la empresa.
- Ratios económicas.

5.2 Estados Financieros Proyectados

5.2.1 Estado de resultados.

Grafico N°9

Estado de pérdidas y ganancias				
	Ventas			\$ 757.050,00
	Ventas netas		\$ 757.050,00	
	Otras ventas	-		
(-)	Descuento en ventas	-		
(+)	Otros ingresos	-		
Menos	Costo de ventas			\$ 673.400,00
(+)	inventario inicial	\$ 21.003,00		
(+)	Compras netas			
	Compras brutas	\$ 182.283,00		
(-)	Descuento en compras			
				\$ 13.210,00
Menos	Gastos administrativos		\$ 13.210,00	
(+)	Gastos alquiler	\$ 5.000,00		
(+)	Gastos sueldo	\$ 6.210,00		

(+)	Gastos servicios básicos	\$ 2.000,00		
(-)	Inventario final mercadería		\$ 57.665,50	
	Utilidad del ejercicio			\$ 70.440,00
	Utilidad del ejercicio			\$ 70.440,00
	Utilidad grabable del impuesto a la renta			\$ 70.440,00

5.2.2 Estado de situación o balance general

Grafico N°10

Balance General			
Activos			
	Activos corrientes		\$ 7.693,72
	Caja- Bancos	\$ 743,72	
	Cuentas por cobrar	\$ 6.950,00	
	Activos realizables		\$ 57.666,50
	inventarios	\$ 57.666,50	
	Activos Fijos		\$ 226.500,00
	Bienes inmuebles	-	
	Equipo de computación	1500	
	Muebles y enseres	\$ 500,00	
	Maquinaria	\$ 220.000,00	
	Total de activos		\$ 291.859,22
Pasivos			
	Pasivos corrientes	-	-
	Total pasivos	-	-
Patrimonio			\$ 291.859,22

	Capital	\$	209.349,00	
	Utilidad del ejercicio	\$	82.509,82	
	Total Patrimonio			\$ 291.859,22
	Total de Pasivo +Patrimonio			\$ 291.859,22

5.2.2 Estado de flujos de caja

Grafico N°11

AÑO	0	1	2	3	4	5
INVERSION	\$ 80.000,00					
FABRICA	\$ 60.000,00					
DEPRECIACION		\$ 8.000,00				
DEPRECIACION PLANTA		\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
DEPRECIACION FABRICA	\$ 60.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
DEPRECIACION POR AÑO		\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
CAPACIDAD PLANTA CHANTILLY		70.000	70.000	74.200	78.652	83.371
PRECIO POR UNI	\$ 2,70	\$ 2,84	\$ 2,98	\$ 3,13	\$ 3,28	\$ 3,45
INGRESO		\$ 198.450	\$ 208.373	\$ 231.919	\$ 258.125	\$ 287.294
CAPACIDAD PLANTA PRE MEZCLA		70.000	70.000	74.200	78.652	83.371
PRECIO POR UNI	\$ 2,70	\$ 2,84	\$ 2,98	\$ 3,13	\$ 3,28	\$ 3,45
INGRESO		\$ 198.450	\$ 208.373	\$ 231.919	\$ 258.125	\$ 287.294
CAPACIDAD PLANTA MERMELADAS		70.000	70.000	74.200	78.652	83.371
PRECIO POR UNI	\$ 2,20	\$ 2,31	\$ 2,43	\$ 2,55	\$ 2,67	\$ 2,81
INGRESO		\$ 161.700	\$ 169.785	\$ 188.971	\$ 210.324	\$ 234.091

CAPACIDAD PLANTA CHOCOLATE		70.000	70.000	74.200	78.652	83.371
PRECIO POR UNI	\$ 2,70	\$ 2,84	\$ 2,98	\$ 3,13	\$ 3,28	\$ 3,45
INGRESO		\$ 198.450	\$ 208.373	\$ 231.919	\$ 258.125	\$ 287.294
INGRESO TOTAL		\$ 757.050	\$ 794.903	\$ 884.726	\$ 984.701	\$ 1.095.972
COSTO FAB CHANTILLY	\$ 2,50	\$ 2,55	\$ 2,60	\$ 2,65	\$ 2,71	\$ 2,76
COSTO FAB PRE MEZCLA	\$ 2,50	\$ 2,53	\$ 2,55	\$ 2,58	\$ 2,60	\$ 2,63
COSTO FAB MERMELADAS	\$ 2,00	\$ 2,02	\$ 2,04	\$ 2,06	\$ 2,08	\$ 2,10
COSTO FAB CHCOLATE	\$ 2,50	\$ 2,53	\$ 2,55	\$ 2,58	\$ 2,60	\$ 2,63
COSTO TOTAL CHANTILLY		\$ 178.500	\$ 182.070	\$ 196.854	\$ 212.839	\$ 230.121
COSTO TOTAL PRE MEZCLA		\$ 176.750	\$ 178.518	\$ 191.121	\$ 204.614	\$ 219.060
COSTO TOTAL MERMELADAS		\$ 141.400	\$ 142.814	\$ 152.897	\$ 163.691	\$ 175.248
COSTO TOTAL CHCOLATE		\$ 176.750	\$ 178.518	\$ 191.121	\$ 204.614	\$ 219.060
COSTO TOTAL		\$ 673.400	\$ 681.919	\$ 731.992	\$ 785.758	\$ 843.488
COSTOS FIJO	\$ 8.000	\$ 8.080	\$ 8.161	\$ 8.242	\$ 8.325	\$ 8.408
COSTOS ADM	\$ 15.000,00	\$ 15.600	\$ 16.224	\$ 16.873	\$ 17.548	\$ 18.250
GASTOS						
COSTO		\$ 673.400	\$ 681.919	\$ 731.992	\$ 785.758	\$ 843.488
COSTO FIJO		\$ 8.080	\$ 8.161	\$ 8.242	\$ 8.325	\$ 8.408
COSTO ADM		\$ 15.600	\$ 16.224	\$ 16.873	\$ 17.548	\$ 18.250
DEPRECIACION		\$ 14.000	\$ 14.000	\$ 14.000	\$ 14.000	\$ 14.000
TOTAL COSTOS		\$ 711.080	\$ 720.304	\$ 771.108	\$ 825.630	\$ 884.146
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 45.970	\$ 74.599	\$ 113.619	\$ 159.070	\$ 211.826
15%		\$ 6.896	\$ 11.190	\$ 17.043	\$ 23.861	\$ 31.774
TOTAL UAI		\$ 39.075	\$ 63.409	\$ 96.576	\$ 135.210	\$ 180.052
IMPUESTO A LA RENTA						
25%		\$ 9.768,63	\$ 15.852,22	\$ 24.143,97	\$ 33.802,40	\$ 45.012,93
UTILIDAD NETA		\$ 29.306	\$ 47.557	\$ 72.432	\$ 101.407	\$ 135.039

GND		\$ 14.000	\$ 14.000	\$ 14.000	\$ 14.000	\$ 14.000
INVERSION	\$ -140.000	0	0	0	0	0
FLUJO NETO	\$ -140.000	\$ 43.306	\$ 61.557	\$ 86.432	\$ 115.407	\$ 149.039

5.2.3 Análisis de relaciones financieras: Índices aplicables a la empresa e industria; VAN, TIR, PRI.

Grafico N°12

Tasa de descuento	12%
VAN	\$ 9.366
TIR	14%
PRI	3,79

La TIR se hace 0 en el momento que los flujos futuros y la inversión se hacen 0, la TIR es un método adecuado para evaluar proyectos. Esto siempre y cuando el VAN sea positivo.

5.3 Impacto económico, regional, social y ambiental.

Impacto económico: con la creación de esta empresa se generaría un incremento de fuentes de empleo, donde gracias a esto las personas que trabajaban para la empresa pueden mejorar la calidad de vida que tienen, logrando así que la migración disminuya y la economía ecuatoriana se mantenga crezca para que sus ciudadanos puedan disfrutar de mejores condiciones.

Impacto regional: el sector norte del país tendrá el privilegio de contar con una empresa innovadora que brinda a la ciudadanía productos para facilitar la vida en el ámbito culinario, lo cual genera una satisfacción grata para los clientes que les gusta realizar postres en casa.

Impacto social: Al mejorar los ingresos de los colaboradores, permite que exista un crecimiento en la economía del mercado, y que de esa forma contribuya a que la economía de la región y del país mejoren.

Impacto ambiental: el impacto con el medio ambiente es mínimo, ya que los productos a elaborar no utilizan químicos dañinos para la naturaleza, además se contará con envolturas biodegradables, esto quiere decir que la empresa es socialmente responsable y cuida del medio ambiente, esto no solo le brinda una buena apariencia, sino que también incrementa la reputación de la empresa.

5.4 Conclusiones del capítulo

Los estados financieros de una empresa permiten tener una visión clara de las finanzas, ya que de esa manera se puede conocer el desempeño de sus datos económicos y contables. Es decir, a través de este análisis financiero se puede establecer un diagnóstico que permite evaluar las perspectivas de la empresa y todo esto con el fin de tomar nuevas y mejores decisiones que permitan incrementar el desarrollo.

Sin embargo, existen ventajas y desventajas en estos estados financieros, una desventaja es que muchas veces los datos que están dentro de los estados financieros se basan o están de acuerdo a la situación del mercado, es decir que estos valores pueden cambiar, es decir pueden mantenerse o incrementarse.

6. CAPÍTULO 6.

En base al desarrollo de la investigación se ha podido llegar a determinar varias conclusiones y recomendaciones para la creación de una empresa de insumos pasteleros.

6.1 Conclusiones:

- Los resultados obtenidos en el estudio de mercado, determina que la creación de la empresa no solo se beneficia sí misma, adicionalmente toda la sociedad estaría beneficiada, ya que obtendrían un producto de buena calidad, a precios accesibles y sobre todo que cumplen con las expectativas del cliente.
- Los factores analizados, brindan un buen futuro para la empresa, ya que los resultados de los estados financieros son muy alentadores y esto permitirá que la empresa tenga el éxito deseado.
- Se logró determinar que la personas si están interesadas en consumir este tipo de productos, sobre todo porque les otorga un medio de distracción para poder disfrutar en familia.
- Para poder competir dentro del giro de negocio de los insumos pasteleros, es necesario estar al día con las novedades y necesidades del cliente, de esta manera se podrá cumplir con los estándares empresariales.
- Con las encuestas realizadas se pudo determinar que la mayoría de las personas, empezó a consumir más frecuentemente dulces y postres en casa, por la llegada de la pandemia del COVID-19.

- Las empresas constituidas como SAS, contribuyen al crecimiento económico del país y beneficia a todos. Tanto productores como consumidores.
- El proyecto se determina como viable y rentable. Adicionalmente tiene proyecciones de crecimiento a un mediano y largo plazo.

6.2 Recomendaciones:

- Fomentar alianzas estratégicas que permitan obtener nuevos y mejores proveedores, con cuenten con materia prima de primera calidad.
- Es importante que los colaboradores se sientan comprometidos con la empresa y se logren cumplir con todas las metas y kpis, para que de esta forma la empresa crezca en cumplimiento y se desarrolle con el fin de crecer y poder brindar siempre un mejor servicio.
- Es necesario realizar control permanente, con respaldo de los estados financieros, y verificar que los resultados estén acordes a las estrategias comerciales planteadas.
- Tener en cuenta que la maquinaria y los equipos necesitan tener un buen mantenimiento y de esta forma evitar que las maquinas se dañen y los costos suban.

7. Lista de referencias.

Referencias

- (INEC), I. N. (Junio de 2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Obtenido de <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>
- Bakels. (2021). *Bakels Bakery Ingredients Ecuador*. Obtenido de <https://www.bakels.com.ec/acerca-de/historia/>
- BCE. (Septiembre de 2021). *Banco Central de Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1447-ecuador-registra-un-crecimiento-interanual-de-8-4-en-el-segundo-trimestre-de-2021>
- Bellazucar. (2021). *Bellazucar.com*. Obtenido de <https://www.bellazucar.com/>
- Chef pastelero y sus funciones*. (s.f.). Obtenido de Euroinnova business school : <https://www.euroinnova.ec/blog/chef-pastelero-funciones>
- Covarrubias, E. H. (2017). *ORÍGENES DE LA REPOSTERÍA*. Obtenido de Instituto Tecnológico Particular Leona Vicario: <https://www.leona-vicario.edu.mx/blog/origenes-de-la-reposteria/>
- Crear una empresa en Ecuador*. (27 de Noviembre de 2021). Obtenido de <https://www.mites.gob.es/es/mundo/consejerias/ecuador/trabajar/contenidos/CrearEmpresa.htm>
- Ecuador, B. C. (31 de Mayo de 2021). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA INICIA LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA CON UNA EXPANSIÓN DEL 2,8% EN 2021*. Obtenido de BCE: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1431-la-economia-ecuatorial-inicia-la-recuperacion-economica-con-una-expansion-del-2-8-en-2021>
- EKON. (5 de Noviembre de 2020). *Estrategias de distribución: qué son y por qué son tan importantes*. Obtenido de <https://www.ekon.es/blog/estrategias-distribucion-importantes/>
- Exhibir. (2022). *Marmitas industriales: Eléctricas, a gas, o a vapor*. Obtenido de <https://exhibirequipos.com/categoria-producto/equipos-para-restaurante/marmitas/>
- FLEISCHMANN. (2020). *FLEISCHMANN*. Obtenido de <https://www.fleischmannecuador.ec/historia.php>
- García, D. (s.f.). *ELABORACIONES BÁSICAS PARA PASTELERÍA-REPOSTERÍA*. Obtenido de <http://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/08/Elaboraciones-b%C3%A1sicas-para-pasteler%C3%ADa-reposter%C3%ADa.pdf>
- Guerrero, M. A. (15 de Enero de 2016). *La investigación cualitativa*. Obtenido de Innova research journal UIDE: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3645/3/document.pdf>

Hueso, A., & Cascant, M. J. (2012). Metodologías y técnicas cuantitativas de Investigación. Valencia : Universitat politècnica de València .

IESS. (2022). *Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social*. Obtenido de <https://www.gob.ec/ieess>

La industria panificadora se halla en crecimiento. (2019). *Líderes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/industria-panificadora-crecimiento-ecuador-produccion.html>

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA. (2022). Obtenido de NORMATIVA TÉCNICA SANITARIA PARA ALIMENTOS: https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/04/ARCSA-DE-067-2015-GGG_NORMATIVA-T%C3%89CNICA-SANITARIA-PARA-ALIMENTOS-PROCESADOS.pdf

Mundo, B. N. (12 de Abril de 2021). *Quién es Guillermo Lasso*. Obtenido de BBC NEWS: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-56713408>

Reinoso, G. (2021). *García Reinoso*. Obtenido de García Reinoso

S.A., I. L. (2011). *Ludafa grupo Alimentaire*. Obtenido de <https://ludafaecuador.com/historia.html>

SENADI. (2022). *Derechos Intelectuales*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/derechos-intelectuales/>

Solar, K. d. (s.f.). *Breve Historia de la Pastelería*. Obtenido de Nueva Mujer: <https://www.nuevamujer.com/lifestyle/2013/04/22/breve-historia-de-la-pasteleria.html>

SRI. (2022). ¿Qué es el SRI? <https://www.sri.gob.ec/que-es-el-sri>.

Superintendencia de compañías, v. y. (DICIEMBRE de 2021). *Crear compañías S.A.S (Sociedades por Acciones Simplificadas) es una realidad en el Ecuador*. Obtenido de https://portal.supercias.gob.ec/wps/portal/Inicio/Inicio/NoticiasSCVS/Noticias/!ut/p/a1/pVPbctowEP0aPxotkq99M5caMNghTEjsl45sy8YZLDmWgHx-Be10GqYNyURvu3PO2bMXoQw9oYzTY1NT1QhO9-c4c35YYQShFcliWTkeBF5sz-_xHYHERo8oQ1nBVad2KJWHjvVFQ6UBVOaUc9ZzoZo_mY5XPa1bxpUoBFe

TETRAPAK. (2022). *PASTEURIZACIÓN*. Obtenido de <https://www.tetrapak.com/es-es/solutions/processing/main-technology-area/pasteurization>

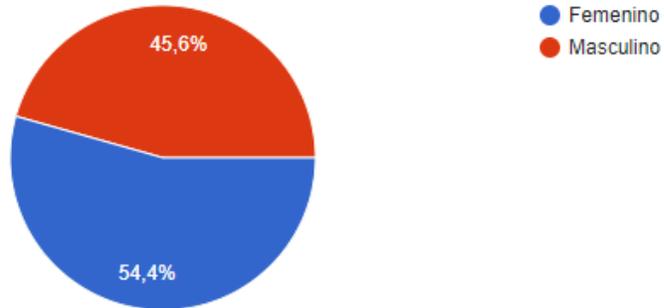
TORANZOS, M. (23 de 05 de 2020). *Las panaderías reinventan su catálogo de productos*. Obtenido de Expreso: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/panaderias-reinventan-catalogo-productos-12014.html>

8. Anexos.

8.1 Encuestas

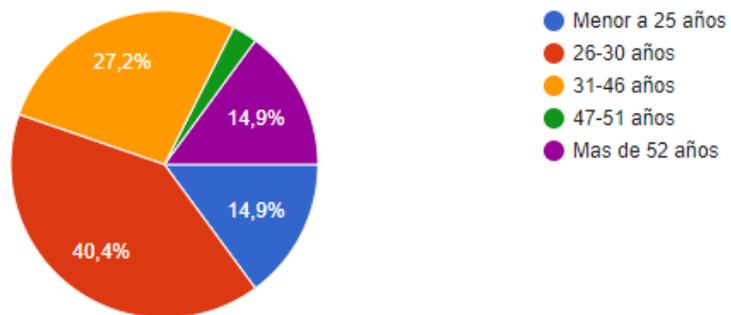
1. Sexo

280 respuestas



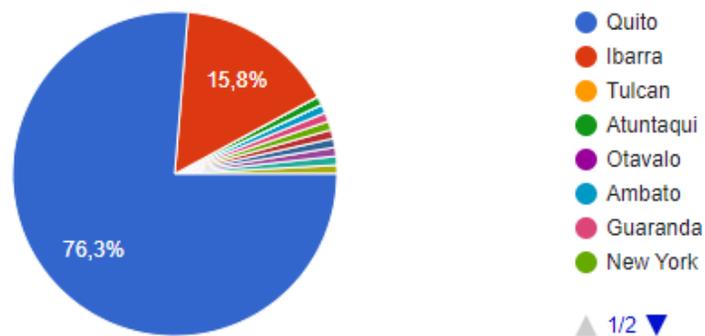
2. Edad

280 respuestas



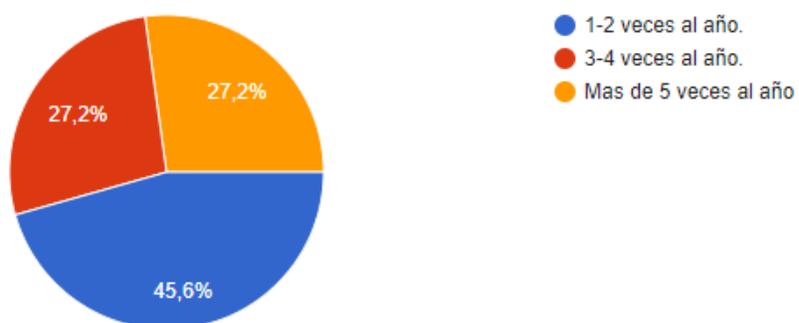
3. Ciudad donde vive.

280 respuestas



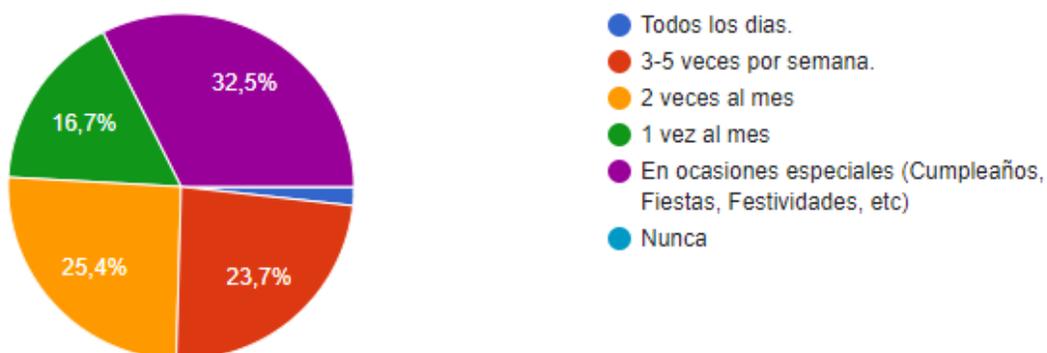
4. En el ultimo año, ¿Cuántas veces has comprado productos para la elaboración de postres o pasteles?

280 respuestas



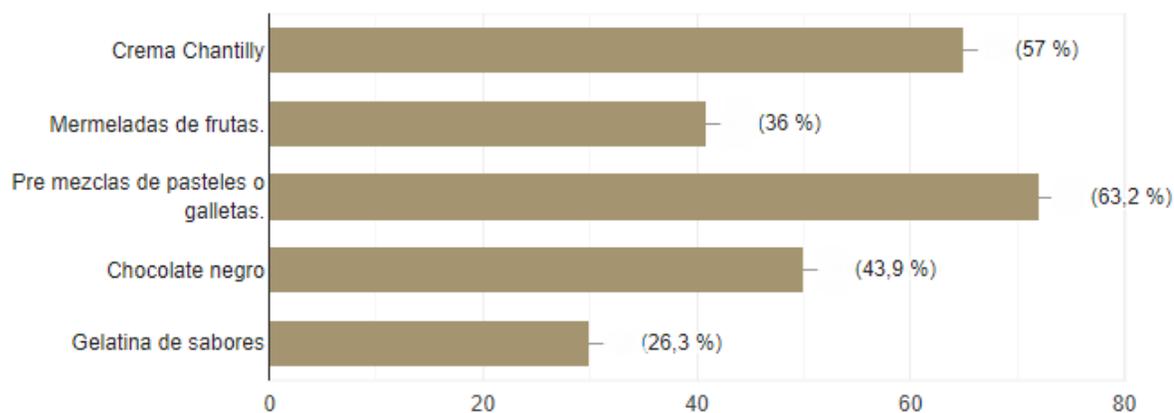
5. ¿Con que frecuencia consume pasteles y postres?

280 respuestas



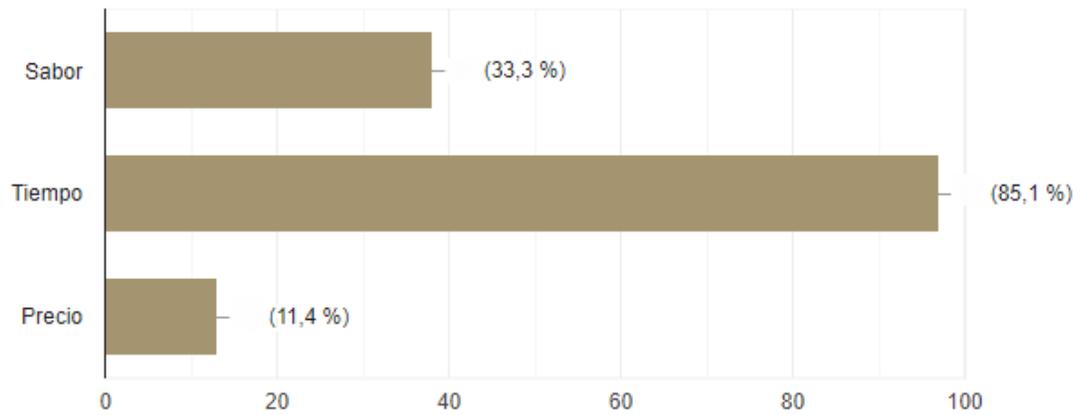
6. De estos productos, ¿Cuáles comprarías para elaborar postres y pasteles en tu casa ?

280 respuestas



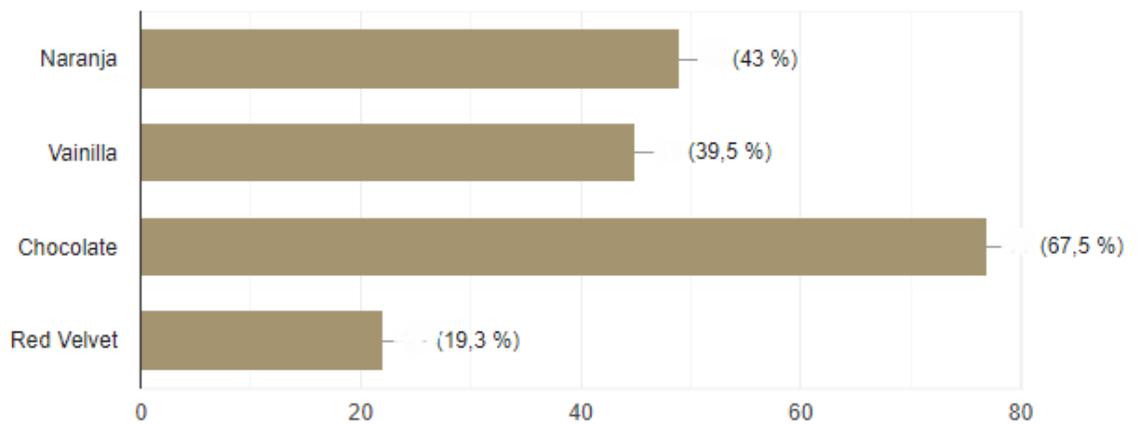
7. ¿Por qué motivo consideras que comprar productos pasteleros pre elaborados es una buena opción?

280 respuestas



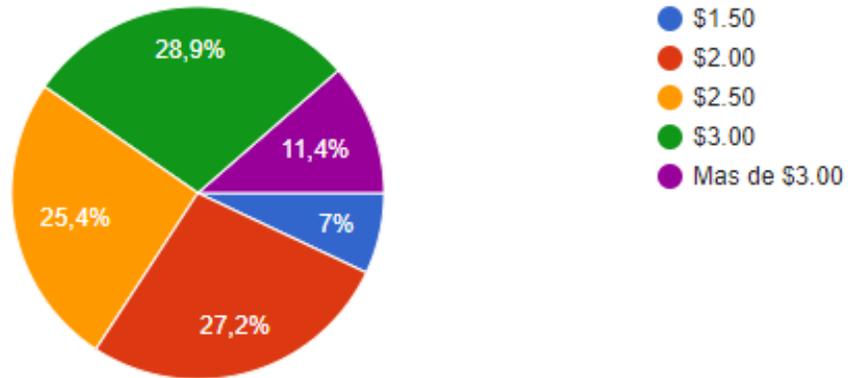
8. Para pasteles y tortas, ¿Qué sabores prefieres?

280 respuestas



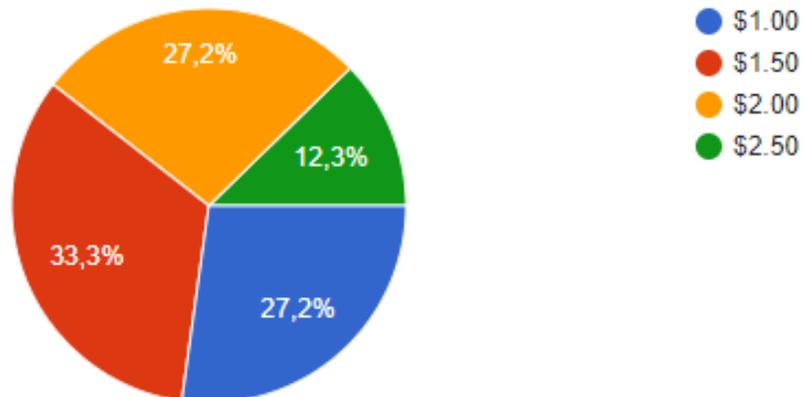
9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pre mezcla de torta?

280 respuestas



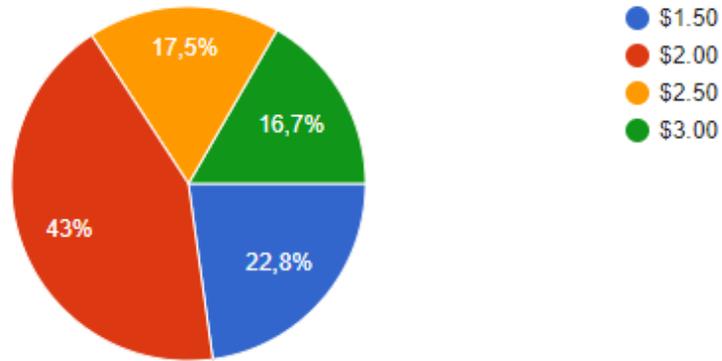
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por crema chantilly lista para hacer?

280 respuestas



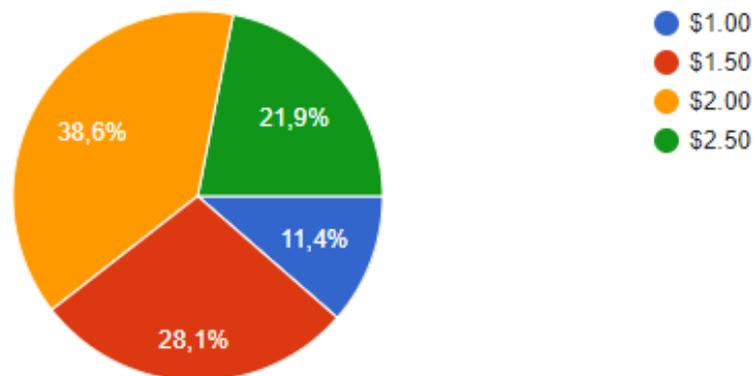
11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por mermeladas de frutas y rellenos para tortas?

280 respuestas



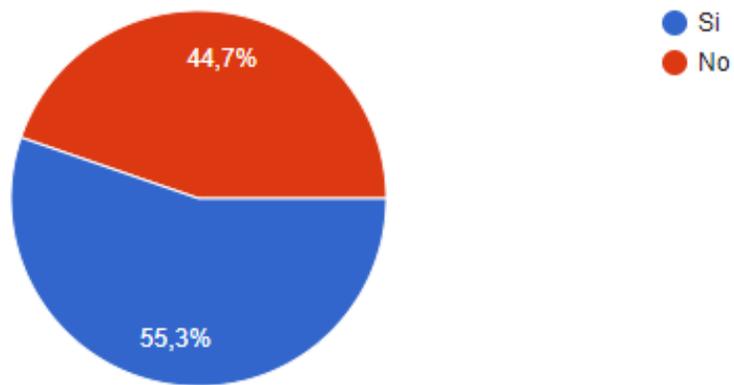
12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por chocolate para derretir?

280 respuestas



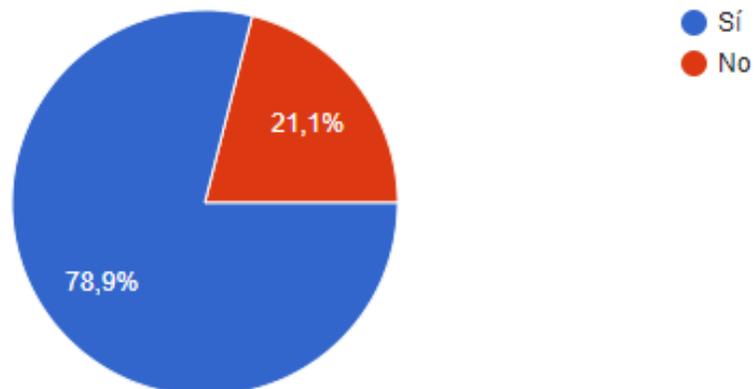
13. Después de la pandemia COVID-19, su consumo de postres y tortas ha incrementado?

280 respuestas



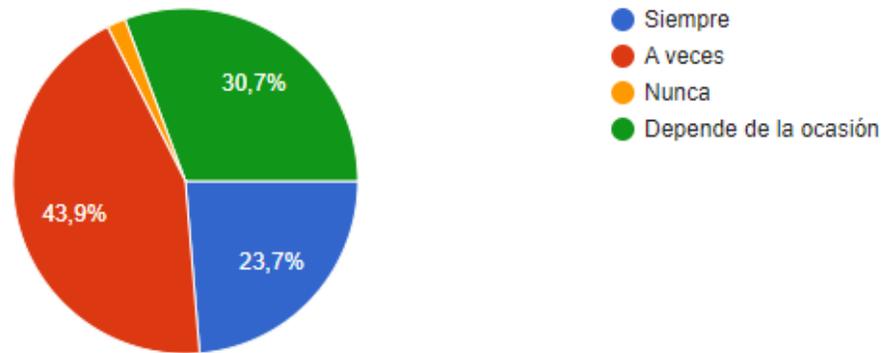
14. Durante la pandemia, usted cocino/elaboro/preparo postres en la casa ?

280 respuestas



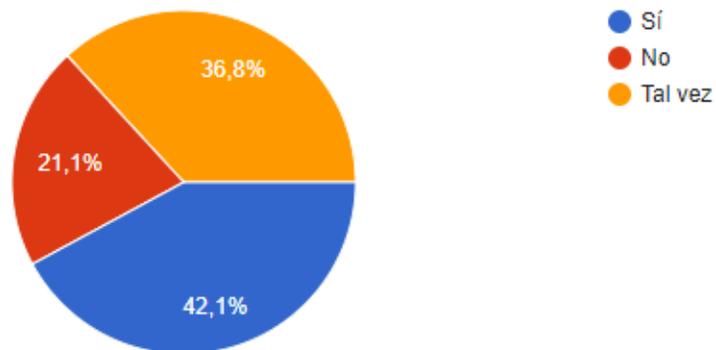
15. ¿Prefiere comprar postres ya hechos?

280 respuestas



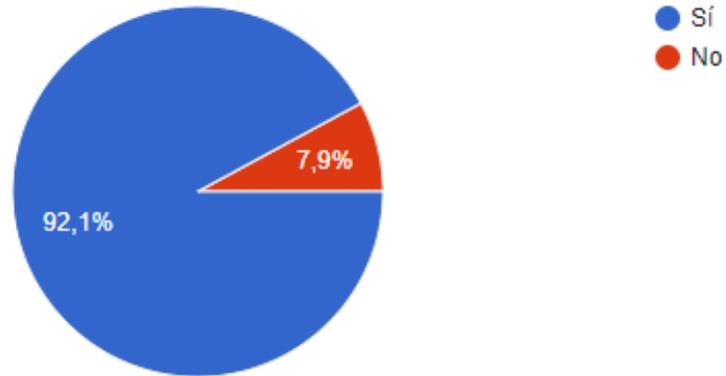
16. ¿ Los insumos pasteleros pre elaborados, son artículos de consumo que incluirías en tu lista de compras para el hogar ?

280 respuestas



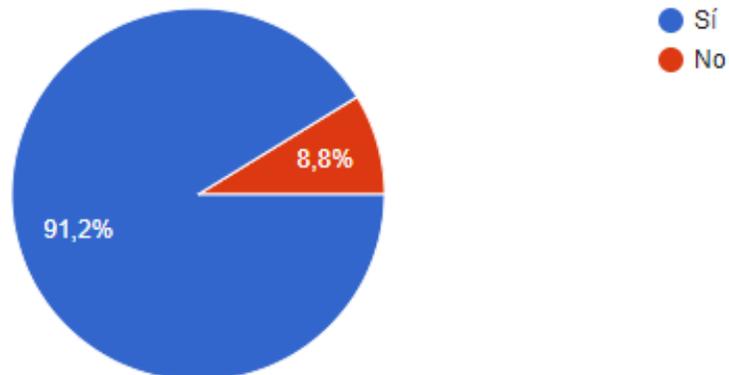
17. ¿Te interesa que los empaques sean amigables con el medio ambiente?

280 respuestas



18. ¿ Te interesa que estos insumos pasteleros sean productos bajos en azúcar o tengan opciones mas light para personas que están a dieta o personas que tiene diabetes?

280 respuestas



8.2 Maquinarias.

8.2.1 Marmitas



8.2.2 Caldero



8.2.3 Placas de pasterización.



8.2.4 Homogeneizador



8.2.5 Empacadora



8.2.6 Cuarto frio



8.2.7 Piscina de enfriamiento.

