



ESCUELA DE GASTRONOMÍA

DESARROLLO DE PLAN DE NEGOCIO PARA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE UNA LÍNEA DE PRODUCTOS DE PASTERÍA TERMINADOS, DECORADOS CON
SISTEMA BRAILLE PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL DENTRO
DE LA CIUDAD DE QUITO

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciada en Gastronomía

Profesor Guía
Lic. Gabriel Mena

Autor
Natasha Magaly Castillo Valle

Año
2015

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Gabriel Mena
Licenciado en Gastronomía
C.C.1716376940

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Natasha Magaly Castillo Valle

C.C.1714083514

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradezco a Dios padre, por su infinito amor y ser mi guía a lo largo de la carrera, a mis padres por ser de apoyo incondicional, a mis profesores y a la UDLA por los conocimientos adquiridos en mi profesión.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi Señor, a mis padres por ser el apoyo en todo tiempo y a mis futuras generaciones.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación fue realizado con la intención de presentar un plan de negocio de una empresa dedicada para la elaboración y comercialización de una línea de productos de pastelería terminados, decorados con sistema braille para personas con discapacidad visual dentro de la ciudad de Quito. La ejecución del proyecto se desarrolló en base a la revisión del registro oficial de la Ley Orgánica de Discapacidades N°796, cuya finalidad es el cumplimiento de mecanismos de exigibilidad, protección, y restitución, que permitan eliminar, entre otras, las barreras físicas, actitudinales, sociales y comunicacionales, que se enfrentan las personas con discapacidad.

La implementación del proyecto se rige a la ley con la recopilación de artículos presentes para determinar el correcto manejo del producto hacia la persona con discapacidad visual, para esto se utilizó el método de segmentación de mercado y se estableció como eje de estudio a un grupo de personas con discapacidad visual encontradas en la asociación de ciegos de Pichincha "ASOPCIP", ubicada en el norte de Quito.

El principal objetivo dentro de la investigación realizada; es delimitar el requerimiento de los posibles clientes, acorde al perfil. Además dentro del desarrollo de la investigación se estudia y analiza la competencia del mercado, las preferencias, gustos de los consumidores y habitualidad de consumo para medir el nivel de aceptación de varios productos personalizados.

Finalmente se diseña un plan operativo detallando procesos que se llevarán a cabo en la planta de producción, basado en las reglamentaciones sobre vigilancia y control sanitario de alimentos. También se incluye un plan de financiamiento elaborado con valores reales y necesarios para el cumplimiento de las actividades como; presupuestos de inversión, presupuesto de financiación, entre otros. Además se realizó un análisis comprendido a lo largo del proyecto mediante los distintos métodos de investigación que permitieron alcanzar los objetivos planteados.

ABSTRACT

This work of degree has been made with the intention to be a business plan for a company, the development of finishing bakery products that include a Braille system for blind people in Quito, the project has been performed with the revision of the official record of the Organization Disability Act No. 796, which aims compliance enforcement mechanisms, protection, and restitution, which will remove physical barriers, attitudinal, social and communication skills to people with disabilities. The project apply the law by using some of the of articles which determinate the correct handling of the product to the visually impaired person, so the market segmentation method was used and was established as the core of a group study people with visual impairments found in the association of blind Pichincha "ASOPCIP" located at the north of Quito.

The main objective within the research project is to define the requirement of potential customers, according to the profile. Furthermore in the development of research studies and analyzes the market competition, preferences, consumer tastes and habitual consumption to thereby measure the level of acceptance of different custom products.

Finally an operational plan detailing processes that take a place in the production facility under the surveillance and sanitary regulations on food control is presented. It also includes the financing plan and the necessary real values for the performance of activities as presented; investment budgets, budget financing, among others. In addition an analysis understood throughout the project by the various research methods that allowed achieving the objectives is done.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
Planteamiento del problema.....	3
Justificación	4
OBJETIVOS:	5
GENERAL:.....	5
ESPECIFICOS:	5
1. MARCO TEÓRICO	6
1.1 El origen del sistema braille.....	6
1.2 Cómo funciona el alfabeto braille	7
1.3 Necesidad de las personas con discapacidad visual	7
1.3.1 Ley orgánica de discapacidades del ecuador n°796	12
1.4 Antecedentes históricos de la pastelería.....	13
1.5 Materia prima y principios básicos	15
1.5.1 Principios básicos.....	17
1.5.2 Técnicas y herramientas de trabajo	19
1.6 Marketing personalizado	22
1.7 Delivery Service.....	23
2. PLAN ESTRATÉGICO	24
2.1 Descripción del Negocio.....	24
2.1.1 Visión	24
2.1.2 Misión.....	24
2.1.3 Características del Negocio	25
2.1.3.1 Naturaleza del Negocio	25
2.1.3.2 Localización	25
2.2 Análisis del entorno	28
2.2.1 Factores culturales	28
2.2.2 Factores económicos	30

2.2.3 Factores normativos	32
2.2.4 Factores tecnológicos	34
2.3 MATRIZ FODA	35
2.3.1 Análisis de competitividad	36
3. PLAN OPERATIVO	39
3.1 Fases de Planificación	39
3.1.1 Plan Técnico	39
3.1.1.1 Capacidad instalada	39
3.1.1.2 Menú.....	45
3.1.1.4 Receta Estándar	46
3.1.1.5 Cuadro de insumos y materias primas	47
3.1.1.6 Cuadro de tecnología y equipamiento de cocina	53
3.1.1.7 Infraestructura física	55
3.1.1.7.1 Tamaño de la construcción	56
3.1.1.7.2 Plano Arquitectónico	56
3.1.1.8 Diagrama del macro-proceso actual	58
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	60
4.1 Plan de organización y recursos humanos.....	60
4.1.1 Departamentos funcionales:	60
4.1.2. Organigrama de la estructura organizacional	61
4.1.3. Descripción del puesto.....	63
5. PLAN DE MERCADO	73
5.1 Investigación de mercado.....	73
5.1.1 Objetivos.....	73
5.1.2 Análisis del mercado.....	74
5.2 Identificación y caracterización de la demanda.....	80
5.3 Identificación y caracterización de la oferta	82
5.4 Instrumentos de recolección de la información	83
5.5 Encuestas y análisis de resultados	87

6. PLAN DE MARKETING	97
6.1 Segmentación:	97
6.2 Producto:	99
6.3 Marca:.....	103
6.4 Servicio:	104
6.5 Estrategias de marketing	104
6.5.1 Estrategia de precio:.....	105
6.5.2 Estrategia de Distribución	106
6.5.3 Estrategia de Producto:	106
6.5.3 Estrategias de Comunicación:	107
6.6 PLAN LEGAL.....	108
6.6.1 Figura jurídica	108
6.2.2 Permisos de Funcionamiento:	110
7. PLAN FINANCIERO	111
7.1 Cálculo del punto de equilibrio en valores monetarios	113
7.2 Resultados de estado de pérdidas y ganancias	114
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	116
REFERENCIAS:.....	118
ANEXOS	122

INTRODUCCIÓN

Braille & Sugar S.A. es una empresa diseñada para la producción y comercialización de productos de pastelería, que incorpore decoración en sistema braille para personas no videntes. Ésta innovación de alta calidad tiene como finalidad desarrollar nuevas experiencias en el sector de consumidores con limitación visual.

El estudio planteado para la empresa fue diseñado con el fin de crear una línea de productos de pastelería para un segmento de mercado determinado dentro de la ciudad de Quito. El plan de tesis contempla el Capítulo I donde se identifica el problema a resolver, la justificación del mismo en base a la consecución de objetivos con la formulación de diversas hipótesis.

El capítulo II define el plan estratégico, la visión y misión de la empresa, características del negocio, análisis del entorno y la matriz FODA.

En el capítulo III, se encuentran desarrolladas las fases de planificación del proyecto para la empresa Braille & Sugar S.A., examinando aspectos como son la logística para el abastecimiento de materias primas y la infraestructura física en general de la empresa.

El Capítulo IV, comprende el estudio de mercado, el análisis de la oferta y la demanda del producto, su comercialización, el análisis de precios y canales de distribución. Incluye los factores externos del macro entorno en ámbitos políticos, económicos y sociales dentro de la industria de alimentos y bebidas.

El desarrollo de un plan de marketing es conceptualizado en el capítulo V, en el que se define la estrategia de marketing para llegar al segmento de mercado, con estándares del producto y estrategias desarrolladas en un sistema de publicidad eficiente.

El capítulo VI, base del proyecto, incorpora el estudio financiero, con varias estrategias de financiamiento como el análisis de presupuestos, estados financieros, estandarización de costos, entre otros.

En el desarrollo del capítulo VII se encuentra el desempeño de la empresa como figura legal dentro de un plan de negocios, orientado por el correcto uso de leyes, reglamentos y demás disposiciones legales vigentes.

Finalmente el Capítulo VIII, contempla la viabilidad de la empresa, presenta las conclusiones y desarrolla el problema a resolver con la justificación del mismo en base de los objetivos planteados para la ejecución del proyecto y la formulación de hipótesis que serán confirmadas durante la ejecución del mismo.

Planteamiento del problema

El Ecuador es un país en vías de desarrollo que afronta serios problemas dentro de su actividad económica, esto obstaculiza que el gobierno atienda a todos los sectores sociales. La industria ecuatoriana se mueve al ritmo dictado por el sector financiero. Aspectos como la globalización saturan el mercado ecuatoriano con productos del exterior, lo cual hace que las empresas pequeñas se vean afectadas y se impida el desarrollo de nuevas ideas. Sin embargo, hoy en día el gobierno apoya la innovación de nuevos productos con el fin de aportar beneficio para la sociedad y para la economía nacional.

Datos publicados por el INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, reflejan necesidades insatisfechas como son los sectores alimenticios, vivienda, salubridad, entre otros. Esto provoca que pequeños artesanos y microempresas se unan para competir en el mercado productivo, creando nuevas estrategias en la venta de productos, nuevos servicios, demanda y necesidades sociales dentro del país.

Braille & Sugar S.A. es una microempresa creada recientemente que involucra directamente a un sector vulnerable de la sociedad, las personas con discapacidad visual. Dentro del Ecuador existen alrededor de 363 mil con deficiencia visual según la última encuesta realizada por Explorer el 12 de abril del 2007.

La empresa busca desarrollar una línea de productos de pastelería con decorados en sistema braille, respondiendo de esta manera a las necesidades de las personas no videntes, ofreciéndoles un producto único y superando sus expectativas.

La empresa cuenta con personal calificado que conoce de la materia, además está equipada con maquinaria de alta gama tecnológica para la elaboración de una diversidad de productos de pastelería. Gracias a investigaciones previas y

al gran aporte de los asociados a la empresa, se prevé grandes fuentes de desarrollo y aceptación dentro del mercado.

Justificación

BRAILLE & SUGAR S.A. es una nueva empresa con características distintivas, que obedece a todas las normas ocupacionales y financieras fijadas por el Estado. La compañía se constituye bajo agentes lógicos, culturales, interés y con espíritu emprendedor.

El proyecto busca cubrir las expectativas de sus clientes meta mediante una línea de productos especiales para consumidores con discapacidad visual. La correcta dirección técnica es crucial para una producción eficiente y para alcanzar todos los objetivos propuestos.

La demanda será inmediata ya que el producto no se encuentra en el mercado y todas las personas tendrán fácil acceso. La iniciativa del emprendimiento ha determinado sus canales de distribución, localizados cerca de centros especializados que son constantemente visitados por personas con discapacidad visual.

Es de suma importancia conocer el estado del producto dentro de su proceso evolutivo, así también la aceptación que tendrá dentro del mercado. El proyecto está orientado a generar un retorno sobre la inversión considerable. La meta será alcanzar eficiencia y eficacia en las actividades de la empresa, a más del impacto en los consumidores. También se establecerán metas y objetivos para la comercialización interna a corto plazo y externa a mediano plazo.

OBJETIVOS:**GENERAL:****ESPECIFICOS:**

- Desarrollar un plan de negocio estableciendo las declaratorias básicas como misión, visión, valores, lo que guiará los estatutos de la empresa.
- Elaborar un micro y un macro análisis del entorno que concrete la matriz FODA, estrategias de marketing y la ventaja competitiva de la compañía, lo que orientará el posicionamiento del emprendimiento.
- Considerar el levantamiento de datos de la población con discapacidad visual y las tendencias actuales en la gastronomía para la terminación de productos de pastelería y sus decorados
- Generar un plan operativo para especificar los insumos, infraestructuras óptimas para el inicio de actividades.
- Determinar la factibilidad de la creación de la empresa mediante un análisis financiero y legal.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

Las personas con discapacidad visual se encuentran privadas de varias actividades, incluyendo la lectura y el acceso a información importante que los alerta del mundo a su alrededor. Las personas no videntes utilizan el sistema braille como mecanismo para acceder a la información; éste consiste en una serie de puntos en alto relieve interpretados como letras del alfabeto y su existencia abre las puertas a un mundo de conocimiento a quienes poseen discapacidades visuales.

1.1 El origen del sistema braille

En el año de 1809, en Coupvray, pequeño pueblo francés, nace Louis Braille. Durante su niñez y con tan solo tres años de edad tras sufrir un accidente en el cual pierde la vista totalmente. Al imitar la labor de su padre en el taller familiar de talabartería, sufre un terrible accidente al incrustarse un punzón en su ojo derecho. Tiempo después la infección contagia al ojo izquierdo, provocando una ceguera irreversible debido a una oftalmopatía simpática. Posteriormente en 1819 entra en la real institución para jóvenes ciegos. A la edad de 16 años comienza sus investigaciones, en el año de 1825 su sistema está bastante cerca para adquirir su forma definitiva.

Su objetivo fue aplicar el sistema de unidades numéricas basándose en puntos en relieve; las ideas se transmitirían mediante un código táctil. Louis Braille no revela mayores aclaraciones sobre la manera de cómo su sistema fue creado, el objetivo fue propagado en una serie de diez signos que posteriormente se convertirían en la base total del alfabeto.

A través de la Institución Real para Jóvenes Ciegos es publicado el procedimiento de Louis Braille donde se demuestra la voluntad de oficializar el uso del nuevo método de escritura y su difusión. Louis Braille, persona con

discapacidad visual, hace su sistema más simplificado y lo adapta a las capacidades y necesidades de las personas ciegas, el cual no solo es utilizado para la lectura, sino también, para escribir y desarrollar avanzadas aéreas del conocimiento.

1.2 Cómo funciona el alfabeto braille

La enseñanza del alfabeto Braille es una alternativa que abre las puertas de la comunicación por parte de las personas no videntes hacia el mundo exterior, reemplazando uno de los sentidos que es la vista por el tacto. El sistema es de fácil y rápido aprendizaje, la persona con discapacidad visual puede aprender desde muy temprana edad o durante su edad adulta.

El sistema está basado en seis puntos distribuidos en diferentes formas, reflejándose en lo que se considera un sistema binario; el alfabeto tiene reconocimiento a nivel mundial. Está conformado por letras, números y signos de puntuación, el cual lo hace ser más completo. Existe un total de 256 caracteres en braille, que deben su significado al que le antecede o sigue.

Como señala Valenzuela en su artículo, “cada uno de los caracteres se encuentran basados en seis puntos que se ordenan en dos hileras paralelas de tres”, (2013, pg.1) representando ciertos puntos en relieve, que al tocarlos corresponde a una letra, número o signo correspondiente.

El sistema Braille se ha convertido en un alfabeto universal alrededor del mundo, existiendo pequeñas variaciones de acuerdo al idioma, como es en el caso del alfabeto japonés y chino, en los que se realizan combinaciones de sonidos en caracteres braille ya que algunos son basados por símbolos.

1.3 Necesidad de las personas con discapacidad visual

La falta de servicios personalizados para personas con discapacidad visual es un problema que afecta a todos. Dentro de la sociedad se puede sentir las

consecuencias que esto conlleva, pero la misma, debe ayudar a solventar las necesidades de las personas con esta deficiencia ocular; su necesidad de integrarse al mundo real se crea al momento en que éstos individuos dejan de realizar ciertas tareas cotidianas debido a su carencia.

La ONCE, Organización Nacional de Ciegos Españoles, fundación sin ánimo de lucro, con más de 75 años de existencia, tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas, con la finalidad de atender las necesidades de más de 10.000 afiliados, usuarios del sistema braille.

Esta organización ofrece un catálogo de productos con etiquetado braille, así son divididos en tres categorías que son: alimentos, productos farmacéuticos y perfumería. Dentro de la categoría de alimentos y bebidas, la organización ofrece un catálogo de más de 30 referencias, incluidos los productos lácteos. La lista abarca un abanico importante de productos con etiquetado braille, las marcas ejemplares que se han comprometido con el objetivo son pocas.

Los servicios especializados permiten que las personas ciegas puedan recibir una educación eficaz, así participan de actividades familiares y también dentro de la comunidad, creando una independencia de la persona hacia los familiares y amigos para su auto desenvolvimiento dentro de la sociedad.

Para las personas videntes es una buena iniciativa el aprender el uso de este sistema, consolidando la necesidad de comunicarse adecuadamente con personas con discapacidad visual. Así, la información transmitida establecerá un vínculo muy importante entre las personas con la sociedad.

Las experiencias y nuevos conocimientos que aportan las personas con esta falencia ayudan a apreciar el mundo desde una perspectiva diferente, como es la ceguera.

El objetivo se cumple cuando una persona está preparada para el intercambio de ideas y éste sea efectivo, la actitud de una persona es esencial al prestar

su servicio cuando sea requerida por un no vidente. La finalidad es ampliar el conocimiento de cada persona, bajo la implementación de medidas de comunicación y técnicas de escritura braille para ser puestas en práctica en algún momento a lo largo de su vida.

El artículo señalado por la Universidad de Valencia revela cómo el aprendizaje del sistema braille es sencillo, ayudando a la persona a potenciar su conocimiento y estimular los sentidos. El aprendizaje del sistema para personas con discapacidad visual ayuda al desarrollo motor del cuerpo humano, es por eso que la persona vidente o no vidente ejecuta varias habilidades como es la destreza auditiva y el desarrollo del lenguaje.

El resultado aumenta la destreza del sentido del tacto en los siguientes aspectos:

- El uso externo de las manos para enfrentar tareas cotidianas.
- La utilización de las yemas de los dedos.
- Movilidad en muñecas.
- Coordinación en ambas manos.
- Reconocimiento de texturas.
- Avance con las manos en líneas rectas y horizontales.

Dentro de las destrezas adquiridas por el medio auditivo encontramos ejercicios como repetir oraciones cortas y palabras sencillas. El desarrollo de un nuevo lenguaje abarca un gran conocimiento del sistema Braille, incluyendo la motivación y la familiarización con el nuevo alfabeto.

Entre las principales dificultades identificadas para el aprendizaje del sistema Braille, se encuentran los siguientes puntos: para una persona vidente se le hará difícil el adaptarse a este sistema, siendo así menor la percepción

analítica de varios estímulos creados por el cerebro, los cuales son transmitidos por terminaciones nerviosas y por los sentidos del cuerpo humano.

Entre los factores que determinan los problemas de aprender esta lectura encontramos: una reducción de velocidad, de 150 a 200 palabras por minuto de cada lector, al opuesto de 300 a 350 palabras por una persona vidente. Como consecuencia el lector normal tiene dificultad para reconocer letra por letra, vía del tacto, lo que conlleva a obtener una percepción motora más lenta a diferencia de una persona con discapacidad.

Algunas características como márgenes, negrillas, cuadros o tablas impiden la comprensión en el texto, por ello es necesario incorporar signografías especiales dependiendo del tipo de materia a tratar. En el caso del español se vuelve más complicado ya que el sistema Braille no tiene diferenciación entre las vocales acentuadas y las no acentuadas.

Para combatir estos problemas existen recursos y algunos factores didácticos especiales como son la utilización de diversos materiales y basar su enseñanza en explicaciones orales.

Para entender las necesidades de las personas no videntes es importante tomar como primer paso aprender el sistema Braille, pero a la vez también es importante aprender a interactuar con las personas con esta discapacidad. Para esto se recomienda la Guía para Obtener una Buena Comunicación con Personas Ciegas elaborada por Iván Tapia, Especialista en Educación de ciegos, la cual tiene el propósito de llevarnos al conocimiento de cómo es la comunicación adecuada con los mismos bajo 8 consejos que ayudarán a entender y enseñarán la manera correcta de compartir con una persona ciega, contribuyendo con sus necesidades. (Tapia, 2013. p.1)

1. La carencia de la vista produce en la persona, fuertes sentimientos de inseguridad, incapacidad de controlar el ambiente que lo rodea, desinformación en el ámbito cultural, prejuicios de la sociedad y falta de conocimientos en varias áreas; lo cual crea varias limitaciones y contribuye a que la persona reaccione negativamente hacia los demás.
2. La creación de ideas erróneas de la gente hacia las personas no videntes es determinado por temperamentos y personalidades. Es por ello que no se puede afirmar lo que sientan o piensen. Por esta razón, debemos eliminar los estereotipos creados erróneamente y comenzar a socializar con personas ciegas sin delimitar sus gustos, caracteres y capacidades.
3. El conocer a una persona con discapacidad visual es muy importante a la hora de entablar una conversación, así no podrá herir sus sentimientos al decir palabras erróneas, es por ello que es de suma importancia conocer a fondo sus sentimientos, anhelos, expectativas, debilidades y fortalezas así le otorgarán una experiencia reconfortante.
4. La actitud del acompañante debe ser sincera. En primera estancia debe acercarse sin ningún temor y con mucho respeto, siendo éste un valor muy importante. Además, se debe mantener una actitud de servicio y no dar a entender un sentimiento de superioridad. Así la persona con discapacidad visual percibe el afecto o interés sincero en aceptarlo y llegarlo a conocer de persona que lo está tratando.
5. Las etapas en la rehabilitación psicológica son diversas y no resultan en características únicas ni uniformes. Las tres etapas a tratar son: el trauma, la depresión y la aceptación de la discapacidad visual. El estado crítico es el mutismo, en el cual la persona ciega no está estable, por lo que se niega a reaccionar de diversas maneras hasta obtener la conciencia neta de su condición, lo cual puede tomar varias semanas. El estado de la depresión lleva muchas veces al suicidio o la violencia, lo

cual exige a la persona tomar medidas y realizar un tratamiento seguido de una rehabilitación adecuada. El aceptar su nueva condición lleva un proceso largo que conlleva varias actividades como son el aprendizaje del sistema Braille y técnicas para desenvolverse en el medio.

6. Ayudar en forma práctica requiere de humildad, comprensión y respeto hacia la vida íntima de la persona que se esté tratando.
7. Las limitaciones del no vidente implican el no poder desplazarse correctamente, el control del ambiente y la percepción de la cultura que los rodea. La importancia del acompañante radica en hacerlo conscientemente, ayudarlo en su manejo personal para una conocimiento más extenso y facultando así, su supervivencia dentro de la sociedad.

1.3.1 Ley orgánica de discapacidades del Ecuador n°796

Bajo el reglamento de la ley orgánica de discapacidades otorgada en septiembre del 2012 por la Presidencia de la Republica del Ecuador determina como eje principal el tema de la discapacidad como un área de atención prioritaria, encaminada a la atención equitativa, transparente y de calidad. Se requiere el desarrollo normativo adecuado de varios artículos que rigen la ley para la aplicación adecuada de los preceptos constitucionales vigentes. Con el fin de cumplir con mecanismos de exigibilidad, protección, y restitución, que puedan permitir eliminar, entre otras, las barreras físicas, actitudinales, sociales y comunicacionales, a que se enfrentan las personas con discapacidad.

Dentro del reglamento se presentan tres artículos importantes para la ejecución del proyecto que han enriquecido su valor académico además de beneficiar conocimientos que serán puestos en práctica dentro de la producción de productos en sistema braille. (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2012).

Artículo 33.- Accesibilidad a la educación.- La autoridad educativa nacional procurará que en las escuelas especiales, siempre que se requiera, de acuerdo a las necesidades propias de los beneficiarios, en el caso de personas con discapacidad visual se entreguen de manera gratuita textos y materiales en sistema Braille.

Artículo 26.- Subsistema de información.- La autoridad sanitaria nacional mantendrá un sistema de información continua y educativa sobre todas las discapacidades y salud. Las normas de carácter sanitario preverán las características que deberán contener los productos farmacéuticos y alimentos de uso médico, respecto de la rotulación con sistema Braille. La rotulación incluirá al menos la información de seguridad del producto, nombre, fecha de producción y vencimiento.

Artículo 63.- Accesibilidad de la comunicación.- El Estado promocionará el uso de la lengua de señas ecuatoriana, el sistema Braille, las ayudas técnicas y tecnológicas, así como los mecanismos, medios y formatos aumentativos y alternativos de comunicación; garantizando la inclusión y participación de las personas con discapacidad en la vida en común. (Asamblea Nacional Republica de Ecuador , 2012)

1.4 Antecedentes históricos de la pastelería

La pastelería hace referencia al conjunto de preparaciones dulces y saladas con la presencia de una masa como soporte; llevadas de la mano del conocimiento y el talento, siendo éstos la base de un magnífico pastelero. La pastelería es una tradición que ha tenido una evolución, los oficios son el marco de su realización en la historia de la cocina, tras una serie de técnicas que son la parte fundamental de los pasteleros de hoy en día.

La introducción a las variedades de masas va presidida de la reseña histórica que se torna en datos, personas y anécdotas asociadas a su origen. En el siglo XVI comienza la consagración del oficio del pastelero, bajo la supervisión de Carlos IX, se regula la reglamentación de aprendizaje que consistía en un examen y la confección de una obra maestra. Por el año 1566 aparecen los primeros helados y petisúes de la época.

En el siglo XVII, denominado el Siglo de las Luces, se dan numerosos descubrimientos como el de la levadura. En esta época comienzan a aparecer gran cantidad de especialidades regionales entre ellas los brioches. La levadura biológica ayuda considerablemente al pastelero y panadero, existían varios puntos comunes en el trabajo de las masas, como son los panes y los pasteles pero correspondían a usos diferentes durante su ejecución.

Los comienzos del hojaldre parten del año XVIII. Las masas y cremas son la base de ideas innovadoras y productos de alta gama en la industria. El desarrollo del hojaldre se da en Francia, convirtiéndose en el auge de la bollería, otorgando un reconocimiento considerable en el mundo de la repostería, hasta el grado en que se la podía considerar una profesión.

Durante el siglo XIX se concretan las bases de la pastelería que tienen tras ella un abanico de masas, cremas, especialidades y tradiciones. Es la época en la que Marie-Antoine Carême, famoso cocinero y pastelero a su vez, publica su primera obra: El Pastelero Real, considerada como la primera en pastelería moderna. Durante este siglo la profesión precisa sus recetas y su modo de fabricación. Así mismo, el uso de nuevas herramientas y especialización de materias primas, además del origen de varios establecimientos famosos de la época.

El dominio del frío fue el factor de la evolución en el siglo XX, abriendo nuevas perspectivas partiendo a una mejor calidad y mayor productividad. El dominio del frío y del calor, ha dado un valor agregado dentro de la pastelería

asegurando una mejor planificación de las preparaciones tanto en su conservación como en su congelación. Este es uno de los procesos tecnológicos más relevantes de la historia, muy favorable para el consumidor, obteniendo una oferta más variada de productos, más accesibles y disponibles, al mismo tiempo dan paso a los profesionales para obtener mejor gestión dentro de la industria pastelera.

En el siglo XXI la enseñanza de una larga trayectoria en la pastelería, es sometida a varias transformaciones y a la vez introducida hacia un mundo nuevo con varios avances tecnológicos. Con el objetivo de progresar siguiendo sus tradiciones por varios siglos, con numerosas ideas innovadoras, llenando el campo de conocimiento y descubriéndose dentro de la ciencia y la tecnología.

Francia constituye un referente de la pastelería, de hecho desde hace varios años, se le ha acreditado su desarrollo y evolución. Su gran demanda internacional ha otorgado nuevas oportunidades a los pasteleros franceses para desempeñarse y desenvolverse dentro de su campo.

La aparición de nuevas escuelas a nivel mundial, en Nueva York, Sídney, Los Ángeles, entre otros, han dado gran reconocimiento a la pastelería francesa. La tendencia de reclutar pasteleros franceses en grandes hoteles y compañías desató un boom para la época. Durante un largo período, países y regiones del extranjero, como China y Medio Oriente, Estados Unidos y Latinoamérica, se beneficiaron de la enseñanza de técnicas y cursos bajo el mando de varios pasteleros franceses, dando la oportunidad al mundo de conocer las nuevas tiendas de pastelería llamadas "Boutiques". (Bilheux, R. Y Escoffier, A., 1993).

1.5 Materia prima y principios básicos

La materia prima es definida como cada material empleado dentro de la industria pastelera para la transformación y la obtención del producto final. Por

lo general, la gran mayoría de materias primas son sometidas a la implementación de varios procesos para la elaboración de productos para el consumo diario.

Dentro de la pastelería encontramos varias materias primas esenciales para la elaboración de postres, así por ejemplo la harina es indispensable para un gran número de preparaciones, ya que es la responsable de la formación de gluten y proteínas en las masas. Las féculas y los almidones son ingredientes que se componen de amilasa y amilopectina, convirtiéndose en polisacáridos compuestos por moléculas de azúcar que contribuyen a la obtención de mejores resultados en pastelería. Para obtención de mejores resultados dentro de la industria encontramos: almidón de papa, yuca, maíz, etc.

El azúcar común está compuesto por moléculas de carbono, hidrógeno y oxígeno, en partes similares a la glucosa y fructuosa. Esta línea de productos es parte esencial dentro de la pastelería y se divide en azúcares simples como la glucosa y fructuosa y los azúcares compuestos como la miel, azúcar invertido, dextrosa, azúcar morena, entre otros.

Otro ingrediente básico dentro de muchas preparaciones son los huevos, por sus propiedades estimulantes, espesantes y a la vez estabilizantes, que permite que la masa tome las texturas deseadas y más homogéneas.

La temperatura del huevo es muy importante en la preparación para la obtención del producto final, ya que se coagula a 70°C, sumergido dentro de líquidos, en un rango de temperatura entre 80 y 85°C.

La leche y sus derivados constituyen una de las materias primas primordiales. Para los productos lácteos encontramos tres métodos de conservación: pasteurización, esterilización y UHT. Entre las leches concentradas encontramos la leche evaporada, condensada y leche en polvo. Entre los productos derivados, la mantequilla cumple una función esencial dentro de la pastelería para la elaboración de masas quebradas, hojaldre, tortas, galletas, entre otros. La mantequilla es utilizada por su sabor y textura, y es

transformada bajo varias técnicas de la pastelería, para otorgarle más elasticidad y suavidad a la preparación.

Se distinguen dos tipos de mantequillas, la mantequilla acidificada a la que se le añaden pocos fermentos de la nata, y la mantequilla dulce que se fabrica con la nata fresca.

Existen otros ingredientes como las gelatinas y levaduras. Las gelatinas son de origen animal y desarrollan geles a temperaturas bajas, entre estas tenemos la pectina, el agar-agar, la lecitina. Las levaduras son empleadas en las masas para aumentar su volumen, como es el caso de los bizcochos y magdalenas; se dividen en levaduras químicas y emulsionantes químicos, y permiten que la mezcla de todos los ingredientes grasos produzca un aireado y esponjosidad en el producto final.

1.5.1 Principios básicos

La mezcla de agua y harina, enriquecida con ingredientes como huevos, sal, azúcar y grasas, dan origen a todos los tipos de masas, otorgándoles una textura firme y homogénea para la elaboración de cualquier producto. Éstas se clasifican en cinco grandes familias según la rigurosidad de cada una: masas batidas-crecidas, masas fermentadas, masas hojaldradas, masas quebradas y masas fermentadas–hojaldradas.

En la siguiente tabla se determinan los diferentes tipos de masas con su respectiva definición.

Tabla 1. Tipos de masas

TIPOS DE MASAS	DEFINICIÓN	EJEMPLOS
BATIDAS– CRECIDAS	Se caracterizan por su esponjosidad, aumentando al máximo su volumen con la producción de gas carbónico. Mediante la utilización de una levadura química, se obtiene de una reacción química al contacto de la humedad con el calor.	<ul style="list-style-type: none"> · Cremosas: petisú, magdalena y cakes. · Aireadas: bizcochos, merengues, tartas. · Líquidas y semilíquidas (para freír): crepes y gaufres.
QUEBRADAS	Su estructura es un poco friable, existe ausencia en su cuerpo. Requieren menos tiempo de amasado, y se caracterizan por sus métodos de preparación: sablage (la mezcla de grasa y harina) cremado (mezcla de grasa y de azúcar).	<ul style="list-style-type: none"> · Masa de fondo · Masa sablé · Masa azucarada (a partir de la crema)
FERMENTADAS	Se derivan de la fermentación de una levadura biológica. Transforman la materia prima y se desarrollan a partir de 50°C de temperatura.	<ul style="list-style-type: none"> · Masas fermentadas con huevos. · Masas fermentadas con huevo mas leche o agua. · Masas fermentadas con leche o agua.

HOJALDRADAS	Están compuestas por capas de masas y capas con materia grasa como es el caso de la mantequilla. Bajo efectos del calor desarrollarán volumen gracias al vapor que se desprende de la formación de burbujas de grasa.	<ul style="list-style-type: none"> · Hojaldre de base · Hojaldre pura mantequilla
FERMENTADAS-HOJALDRADAS	Se caracterizan por mezclar ambos tipos de masas, contribuyendo con la fermentación y la textura friable que es obtenida de varias láminas de la masa de hojaldre.	Parte de masa hojaldre: <ul style="list-style-type: none"> · Croissants · Panecillos Parte de una masa: <ul style="list-style-type: none"> · Brioches hojaldrados y fongasses.
Nota: Se obtienen de los derivados de las familias de masas, dirigidos para la pastelería y repostería, obteniendo las características peculiares de cada una, dictadas de varios ejemplos y forma de empleo.		

Tomado de: BILHEUX, R. y ESCOFFIER, A. (1993). *Traité de pâtisserie artisanale*.

1.5.2 Técnicas y herramientas de trabajo

Dentro de las técnicas de la pastelería existen cuatro puntos que engloban la transformación de la materia prima en el producto final. El emplear productos de calidad, la conservación del producto final controlando las temperaturas de calor y frío, la cantidad necesaria de ingredientes y su modo de preparación son aspectos a considerar dentro de la pastelería.

Pesar y medir cantidades grandes y pequeñas con exactitud constituye la fórmula esencial para obtener muy buenos resultados. El aromatizar las preparaciones atrae el sentido del gusto. Tenemos tres importantes técnicas que son: batir, mezclar e incorporar.

- El batido es la obtención de una mezcla homogenizada con un batidor, su fin radica en obtener una masa más ligera y con gran volumen como por ejemplo: claras batidas, una crema pastelera o un bizcocho.
- Para la mezcla se utilizan utensilios como una paleta o una batidora para aligerar la masa, dándole menos cuerpo y ligando todos los ingredientes.
- La incorporación es la participación de dos diferentes mezclas con la finalidad de que sean unidas, utilizando un movimiento envolvente sin bajar el volumen de las mismas.

Tamizar es otra técnica muy importante al emplear harina dentro de una masa. La razón para tamizar harina, azúcar impalpable o polvo de almendra, radica en crear aire que regula el tamaño de las partículas dentro de estos ingredientes. Tamizar purés o cremas es otro método que produce un control homogéneo dentro de cada preparación.

Las técnicas de engrasado se relacionan con el uso de la materia grasa en forma directa o indirecta, dependiendo del tipo de preparación. Se utilizan tres tipos de métodos para engrasar: la mantequilla en su estado sólido o firme, emulsionada como moldes para pan, y también derretida.

La utilización de la manga pastelera para diversas técnicas requiere gran habilidad. Para la utilización de la manga pastelera se realizan entrenamientos previos usando de varios tamaños y variedades de boquillas, las cuales dan un equilibrio perfecto entre la decoración y cantidad de cualquier bocadillo.

La cocción es una de las técnicas esenciales dentro de la preparación de cualquier producto, ya que una tiene una forma particular a una temperatura precisa. Controlar la temperatura dará lugar a una buena cocción que engloba el 50% de éxito en la elaboración de un pastel.

Tabla 2. Herramientas de trabajo

HERRAMIENTAS	DEFINICIÓN	EJEMPLOS
EQUIPOS PARA HORNEAR	Existe una gran variedad de utensilios de trabajo, por lo general fabricados a base de aluminio. Mantienen la temperatura en calor y en frío. Una vez usados deberán ser lavados y secados para conservarlos higiénicamente.	<ul style="list-style-type: none"> · Fuentes de bases profundas · Moldes con paredes desmoldables · Cortadores · Molde de suflé · Molde para brazo gitano · Etc.
APARATOS PARA AHORRAR TIEMPO DE PERAPACIÓN	Sustituyen la preparación de forma manual. La industria se ha encargado de fabricar batidoras de gran capacidad que ayudan a economizar tiempo y dinero.	<ul style="list-style-type: none"> · Batidoras eléctricas · Batidora mezcladora · Heladera
EQUIPOS PARA POSTRES	Se derivan en general de un gran número de herramientas creadas para la decoración, bombonería y demás usos.	<ul style="list-style-type: none"> · Pinzas · Moldes · Sujetadores · Etc.
EQUIPO PARA MEDIR	Son instrumentos utilizados para medir de forma fiable, ya sean cantidades grandes o pequeñas. Son elaborados de aluminio o plástico.	<ul style="list-style-type: none"> · Cucharas medidoras · Balanzas · Jarras medidoras · Reglas metálicas · Termómetros · Divisores para pasteles
UTENSILLOS VERSÁTILES	No son esenciales pero obtendrá buenos resultados al momento de	<ul style="list-style-type: none"> · Acanalador de cítricos

	utilizarlos, son de calidad y de larga duración.	<ul style="list-style-type: none"> · Cucharones de madera · Cucharas perforadoras · Espátulas · Morteros · Espolvador · Tabla Mármol · Rallador
<p>Nota: Todos los utensilios detallados en los ejemplos forman parte de la batería de cocina general, particularmente utilizados dentro de la pastelería, constituyendo piezas especializadas para la técnica que desea utilizar el pastelero.</p>		

Tomado de: BILHEUX, R. y ESCOFFIER, A. (1993). *Traité de pâtisserie artisanale*.

1.6 Marketing personalizado

Es la definición de un producto ofrecido al mercado para atraer atención, uso o consumo, que satisfaga un deseo o una necesidad. Dentro del marketing, el producto tangible ofrece la oportunidad de brindar una experiencia única al cliente.

Los elementos claves para la oferta en el mercado se derivan de un valor agregado en cada producto con la finalidad de satisfacer las expectativas del consumidor. Las experiencias se convierten en parte fundamental del marketing y los mercadólogos tienen como objetivo fijar en la mente de los consumidores una lealtad hacia la empresa.

El valor esencial que tiene el producto hace partícipe al cliente, adquiriendo la realidad del producto y beneficiándose del mismo. El valor real se caracteriza por abarcar factores como la calidad, el diseño, el empaque y la marca.

El producto aumentado es el valor agregado que otorgan beneficios adicionales como son la garantía, la entrega, soporte para el producto y el servicio post venta.

1.7 Delivery Service

El servicio delivery se define como la acción o efecto de distribuir. La palabra distribuir se deriva del latín “distributio”, siendo la más común para denominar el reparto de productos. Cumple como función logística proveer un servicio de calidad e integrar información directa al lugar de consumo. Se encuentra creado para la ejecución del diseño, la planificación y el mejoramiento de flujos que se encuentran asociados con el reparto de un producto específico. Estos factores son sujetos a tiempos y costos en una empresa.

El servicio dentro del desarrollo de un plan de marketing de una empresa, es el pilar fundamental para la satisfacción de las necesidades identificadas en el proceso de marketing. Al ser un aspecto intangible, se convierte en una ventaja competitiva dentro de la industria.

Como factores esenciales en la entrega o el reparto de un servicio o producto se encuentran los siguientes:

- Tiempo acordado
- Calidad de servicio adquirido
- Condiciones acordadas
- Uso de tecnología

CAPÍTULO II

2. Plan estratégico

La planificación estratégica es el proceso que cumple con el análisis realizado al interior de la organización para una adecuada participación de todo su equipo de coordinación y su dirección estratégica. Bajo la construcción del estudio del plan se plasman metas y objetivos que son definidos en un período entre tres a cinco años, ya que se establece una visión para un futuro y no para un corto plazo. (Ayala, 2013. P, 1.)

2.1 Descripción del Negocio

2.1.1 Visión

Logrando orientar decisiones estratégicas del crecimiento para marcar la diferencia con la competencia, nos convertiremos en una corporación líder en la satisfacción de necesidades de los clientes con discapacidad visual. La empresa Braille & Sugar se enfocará en abarcar el mercado de productos terminados en decorado Braille a nivel nacional con una proyección de 5 años.

2.1.2 Misión

Braille & Sugar ofrece satisfacer las necesidades dentro de la industria de alimentos y bebidas hacia sus consumidores finales, en brindar varios productos estrellas que llenen sus expectativas con un servicio de excelencia en calidad; brindado por profesionales que realizan sus labores bajo estándares de higiene y sanidad.

2.1.3 Características del Negocio

2.1.3.1 Naturaleza del Negocio

La línea de productos de pastelería se elabora con estándares básicos de higiene y sanidad dentro de la planta de producción. Incorpora las normas y permisos necesarios para la elaboración de los productos y serán controlados bajo estándares de calidad en materia prima. Se desarrollarán rutas de distribución para locales comerciales, gift shops de hospitales y también se encuentran a la venta en la planta de producción. La empresa también atenderá pedidos exclusivos de los productos.

2.1.3.2 Localización

La planta de producción y punto de venta se localizará en el barrio Mariscal Sucre de la ciudad de Quito, sitio estratégico ubicado cerca de varias organizaciones que prestan ayuda y enseñanza a personas con discapacidad visual. A continuación se desarrolla una tabla de estudio comparativo de localización utilizada para medir la factibilidad de desarrollo de las actividades del emprendimiento, comparando el sector de la Mariscal y Cumbayá sitios donde se encontró factible el funcionamiento del plan de negocios expresados de la siguiente manera en la tabla:

Tabla 3: Estudio comparativo de localización

PONDERACION	FACTORES	JUAN LEON MERA		CUMBAYA	
50%	Clientes	5	1,5	4	0,8
10%	Infraestructura	4	0,4	3	0,3
10%	Servicios	5	0,5	4	0,4
5%	Mano de obra	4	0,6	4	0,2
3%	Competidores	4	0,12	3	0,0
5%	Materia prima	4	0,2	4	0,1
17%	Inversión	3	0,36	3	0,36
			3,68		2,16
TOTAL:	100%		36.8%		21.6%
Nota: Ponderación Calificación: Excelente 5, Muy bueno 4, Bueno 3, Regular 2, Malo 1					

RESULTADOS:

La tabla de estudio comparativo se desarrolló tomando en cuenta 7 factores determinantes, para la localización de la planta, de los resultados anteriores se deduce que la planta de trabajo estará localizada en el sector de la Mariscal ubicando en las calles Juan León Mera N21 – 71 y Francisco General Robles siendo este un lugar estratégico para comercialización de los productos de pastelería.

A continuación se presenta en la fig.1 y fig.2 el mapa de ubicación y una imagen satelital con la localización donde será implementada la planta de producción de la empresa Braille & Sugar S.A.

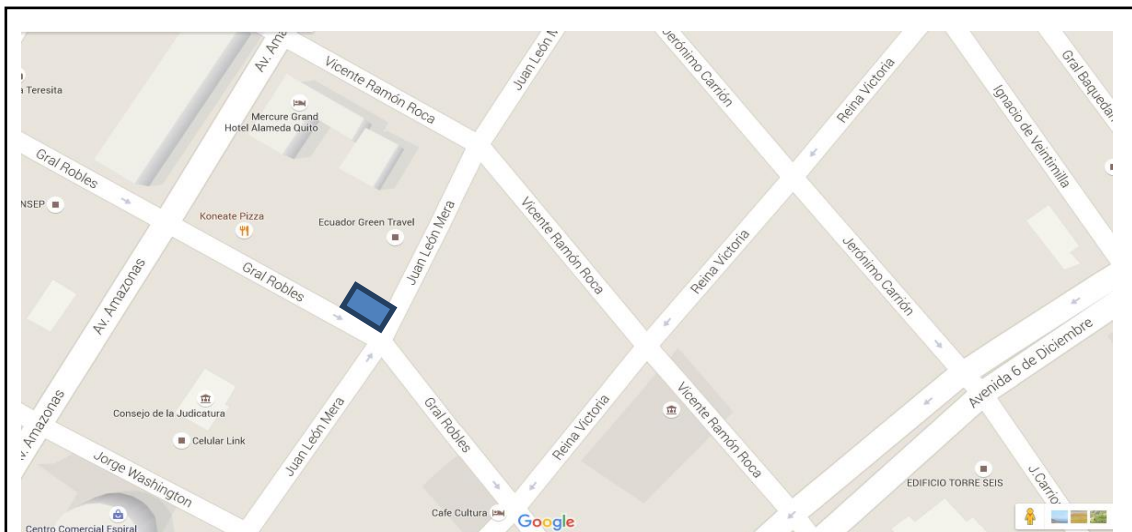


Figura 1. Mapa de la ubicación de la planta de producción (vista digital).
Tomado de: (Google Maps, 2015)



Figura 2. Mapa de la ubicación de la planta de producción (vista 3D).
Tomado de: (Google Earth, 2015)

2.2 Análisis del entorno

Dentro del análisis del entorno se detallan los diferentes factores involucrados en la viabilidad del plan de negocio y para el funcionamiento de la planta de producción de los productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille.

En las matrices a continuación, la empresa detalla el impacto de cuatro factores importantes: culturales, económicos, normativos y tecnológicos. Dando como resultado la recopilación de información precisa, continua y adecuada.

2.2.1 Factores culturales

Los cambios sociales y culturales son un vital impacto dentro del mercado, donde las tendencias definen la forma de vida del ser humano. El ministerio de cultura del Ecuador comparte nuevas políticas y estrategias para emprendimientos dentro del ámbito cultural, impulsando estudios que permiten cuantificar y valorar el aporte cultural dentro del desarrollo social y contribuyen al crecimiento económico del país. (Ministerio de Cultura de la República del Ecuador, pág. 32) . Como se muestra en la tabla número cuatro se analiza algunos factores culturales que afectarían el giro de negocio.

Tabla 4. Matriz de impacto aspectos culturales

Matriz de Impacto						
Empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille para personas con discapacidad visual dentro de la ciudad de Quito.						
Aspecto Culturales		Probabilidad de que ocurra el impacto				
		0 - 20 %	21 - 40 %	41 - 60 %	61-80 %	81 - 100%
Probabilidad de impacto negativo	Alto				2	
	Medio					
	Bajo				1	
Aspectos Culturales			Gustos dentro del consumo que muestra una persona en el interés de obtener un producto de la línea de pastelería terminado, decorado en sistema braille.	1	Moda de consumo de una línea de productos de pastelería terminados decorados en sistema braille.	2

Aspectos culturales que afectan el giro del negocio para la elaboración y comercialización de una línea de productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille. Adaptado de: (Ministerio de Cultura de la República del Ecuador, 2011)

2.2.2 Factores económicos

La Dirección de Estadísticas Económicas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) señala que en el Ecuador tiene como índice de actividad Económica (IAE) un - 2,5% desde mayo del 2011, en el cual mide el desempeño económico-fiscal de los sectores productivos de la economía nacional. En comparación con el Índice de actividad industrial (IVI) que es del 5,46% desde mayo 2012, la producción de los valores monetarios de la notable creciente demanda de productos terminados, siendo estos elaborados durante un periodo de referencia por el establecimiento manufacturero.

Las estadísticas señalan que la industria nacional ha avanzado en los últimos años convirtiéndola prometedora para nuevos emprendimientos, tomando en cuenta que hay varias fluctuaciones dentro de la economía del país que varían sus porcentajes cada año. Como se muestra en la tabla número cinco se analiza algunos factores económicos que afectarían el giro de negocio.

Tabla 5. Matriz de impacto aspectos económicos

Matriz de Impacto						
Empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille para personas con discapacidad visual dentro de la ciudad de Quito.						
Aspecto Económico		Probabilidad de que ocurra el impacto				
		0 - 20 %	21 - 40 %	41 - 60 %	61-80 %	81 - 100%
Probabilidad de impacto negativo	Alto				2	
	Medio				1	
	Bajo					
Aspectos Económicos			Aumento de la inflación, factor externo que está relacionado con la subida de precios de la materia prima, generados de los productos.	1	Incentivo a nuevos proyectos por parte del gobierno.	2

Aspectos económicos que afectan el giro del negocio para la elaboración y comercialización de una línea de productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille. Adaptado de: (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2012)

2.2.3 Factores normativos

Dentro de los instructivos de seguridad social se establecen varias normativas como herramientas para prevenir los riesgos que se prestan en actividades laborales, cumplen varios permisos de funcionamiento que son sujetos a control y vigilancia sanitaria.

El registro sanitario de cualquier establecimiento se otorga por la obtención del cumplimiento de las normas vigentes en la ley para la comercialización de productos para el consumo humano.

En el Ecuador se aplica el Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente dictado en el Decreto Ejecutivo 2393, donde establece que toda empresa debe garantizar a todos los trabajadores (permanentes y ocasionales), un medio ambiente de trabajo adecuado y propicio para el ejercicio de sus facultades físicas y mentales. (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2015)

Tabla 6. Matriz de impacto aspectos normativos

Matriz de Impacto						
Empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille para personas con discapacidad visual dentro de la ciudad de Quito.						
Aspecto Normativo		Probabilidad de que ocurra el impacto				
		0 - 20 %	21 - 40 %	41 - 60 %	61-80 %	81 - 100%
Magnitud de impacto negativo	Alto				1	
	Medio				2	
	Bajo					
Aspectos normativos			Documento habilitante para el permiso de funcionamiento de la planta de producción de una línea de productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille.	1	Regimiento de normas vigentes dentro del registro sanitario ordenado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.	2

Aspectos normativos que afectan el giro del negocio para la elaboración y comercialización de una línea de productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille. Adaptado de: (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2015)

2.2.4 Factores tecnológicos

El factor tecnológico es muy importante para todas las empresas que se encuentran dentro del sector industrial. En los últimos años la tecnología se ha convertido en una fuerza impulsora de los negocios, mejorando la calidad y reduciendo el tiempo para la elaboración de productos y servicios. La utilización de nuevas maquinarias simplifica los procesos o los realiza de mejor manera, aprovechando el tiempo y los recursos utilizando menos mano de obra. (Ayala, 2015). Como se muestra en la tabla número siete el análisis de algunos factores tecnológicos que afectarían el giro de negocio.

Tabla 7. Matriz de impacto aspectos tecnológicos

Matriz de Impacto						
Empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille para personas con discapacidad visual dentro de la ciudad de Quito.						
Aspecto Tecnológicos		Probabilidad de que ocurra el impacto				
		0 - 20 %	21 - 40 %	41 - 60 %	61-80 %	81 - 100%
Probabilidad de impacto negativo	Alto					2
	Medio			1	3	
	Bajo					
Aspectos Tecnológicos	Nueva maquinaria para procesos de elaboración de productos y empaquetado	1	Aprovechamiento de internet para manejo de redes sociales en campañas de difusión masiva	2	Utilización de recursos multimedia	3

Aspectos económicos que afectan el giro del negocio para la elaboración y comercialización de una línea de productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille. Adaptado de: (Instituto nacional de Estadística y censos, 2013)

2.3 MATRIZ FODA

En la siguiente matriz FODA se exponen los factores internos y externos que afectan el entorno del negocio y las vías de factibilidad para el funcionamiento de la planta de producción de la línea de productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille. Como se muestra en la tabla número cinco se analiza factores que afectarían el giro de negocio.

Tabla 8. Matriz FODA

Matriz FODA	
Fortalezas	Oportunidades
F.1. Producto innovador, no existente en el mercado F.2. No uso de aditivos en los productos F.3. Excelente sabor con estándares nutricionales F.4. Materia prima de alta calidad F.5. Diversos canales de distribución	O.1. Desarrollo de nuevos producto para consumo diario O.2. Creación de promociones y descuentos O.3. Limitada investigación O.4 Facilidades de pago O.5. Interés de un nuevo segmento de mercado
Debilidades	Amenazas
D.1. Nueva empresa sin posicionamiento dentro del mercado. D.2. Minoría de ventas D.3. Falta de personal capacitado D.4. Precio competitivo D.5. Segmento de mercado reducido.	A.1. Poco incentivo financiero A.2. Competencia A.3. Nuevas tendencias A.4. Aumento de precios de la materia A.5. Barreas del gobierno

Adaptada de: (Instituto nacional de Estadística y censos, 2013)

La empresa Braille & Sugar es financieramente sólida, proyectándose a un crecimiento significativo dentro del mercado. Se encuentra dentro de un perfil agresivo, lo que conlleva a tomar una estrategia de crecimiento dentro del segmento de mercado al que va a ser posicionado, tomando en cuenta que las fortalezas internas son adecuadas para ser utilizadas, abarcan canales de distribución y productos de calidad con las mejores materias primas y alimentos sin aditivos con excelente sabor bajo estándares nutricionales.

Con el fin de emplear las oportunidades, el cliente nos guiará con sus comentarios al momento de consumir el producto, así la empresa se beneficiará de sus críticas para dominar las debilidades internas y evitar futuras amenazas como el impacto directo de una futura competencia.

2.3.1 Análisis de competitividad

El siguiente análisis de competitividad se presenta en base los datos de empresas que se encuentran en el mercado ofreciendo un producto similar o parecido, a pesar que en el país no existe la fabricación de productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille. Sin embargo el mercado no está ocupado por una empresa en específico y aún se mantiene un importante nicho de mercado.

A continuación se detallan las diferentes empresas, como se muestra en la tabla 10. Donde se compara las características de las diferentes empresas en el mercado con la idea de negocio para la factibilidad y funcionamiento de la planta de producción de una línea de productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille en la ciudad de Quito.

Tabla 9. Análisis de competitividad

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD							
		Almendro y Cosecha	Cyrano	Panaderia Ambato	Honey & Honey	Braille & Sugar	CONCLUSIONES
ATRIBUTOS DE PRODUCTO							
Variedad	F	F	F	F	F	F	OPORTUNIDAD
Marca	F	F	F	F	F	F	CARACTERISITCA COMUN POSITIVA
Diseño	F	F	F	F	F	F	CARACTERISITCA COMUN POSITIVA
Calidad	F	F	F	F	F	F	CARACTERISITCA COMUN POSITIVA
Responsabilidad Social	D	D	D	D	D	F	VENTAJA COMPETITIVA
Facilidad de servicio	D	D	F	F	F	F	CARACTERISITCA COMUN POSITIVA
ATRIBUTOS DE PRECIO							
Precio Justo	F	F	F	F	F	F	CARACTERISTICA COMUN POSITIVA
Políticas de precio	D	D	D	D	D	F	CARACTERISTICA COMUN POSITIVA
Opciones de pago	D	D	D	D	D	D	OPORTUNIDAD
ATRIBUTOS DE PLAZA							
Canales de distribución	D	D	D	F	F	F	OPORTUNIDAD
Cercanía	F	F	F	F	F	F	CARACTERISTICA COMUN POSITIVA
Facil de encontrar	D	F	F	F	F	F	VENTAJA COMPETITIVA
Segmento de personas	D	D	D	D	D	F	FACTOR CRITICO ÉXITO
ATRIBUTOS DE PROMOCIÓN							
Promociones	D	D	D	D	D	F	OPORTUNIDAD
Venta directa	F	F	F	F	F	F	FACTOR CRITICO ÉXITO
Descuentos al por mayor	D	D	F	D	D	F	VENTAJA COMPETITIVO
ATRIBUTOS DE PERSONALIZACION							
Sabor	D	D	D	D	D	F	FACTOR CRITICO ÉXITO
Textura	D	D	D	D	D	F	FACTOR CRITICO ÉXITO
Sin aditivos	D	D	D	D	D	F	FACTOR CRITICO ÉXITO
Calidad en materia prima	D	D	D	D	D	F	FACTOR CRITICO ÉXITO
Opcion Nutricional	D	D	D	D	D	F	FACTOR CRITICO ÉXITO
COMPARTO UNA F							
TODOS TIENEN F		CARACTERISITCA COMUN POSITIVA					
SOLO NOSOTROS TENEMOS F		CARACTERISITCA COMUN POSITIVA					
SOLO NOSOTROS TENEMOS F		FACTOR CRITICO DE ÉXITO (C/P) VENTAJA COMPETITIVA (L/P)					
COMPARTO UNA D							
TODOS TIENEN D		DEBILIDAD					
SOLO NOSOTROS TENEMOS D		AMENAZA					
TODOS TIENEN D		OPORTUNIDAD					

Adaptado de: (Instituto nacional de Estadística y censos, 2013)

Como se muestra en la tabla anterior de análisis de competitividad, la idea de negocio presenta algunos factores críticos de éxito como tales la utilización de la marca, diseño y la calidad de los productos en la forma de presentar un nuevo artículo dentro de la línea de pastelería.

La oportunidad se da gracias a la diferenciación de un producto innovador teniendo factores claves en cuanto a presentación y empaque que no existen en el mercado.

CAPÍTULO III

3. PLAN OPERATIVO

Dentro del siguiente capítulo se expresan los respectivos valores y características para la ejecución del proyecto. La distribución de los procesos y la maquinaria necesaria para el desempeño de la línea de pastelería en decoración braille y un estudio arquitectónico del lugar a desarrollarse. Así, se desarrollarán de una manera más extensa las diferentes áreas del plan operativo del proyecto.

3.1 Fases de Planificación

Las fases de planificación son el proceso continuo que establece los siguientes parámetros: objetivos, estrategias y los recursos necesarios para el logro de objetivos ya establecidos dentro del desarrollo de un plan técnico que será ejecutado en la empresa.

3.1.1 Plan Técnico

A continuación se determina los procesos que se llevarán a cabo durante la elaboración de los productos de la empresa Braille & Sugar, el correcto manejo de maquinaria y estándares de higiene y sanidad dentro de la planta de producción en su jornada diaria. Se detallarán los listados de equipamiento e insumos, capacidad instalada y el tamaño real a ocuparse por medio de los estudios arquitectónicos del establecimiento.

3.1.1.1 Capacidad instalada

La capacidad instalada utiliza como referencia el volumen de producción que se presenta en un período determinado dentro de una empresa, se mide de la cantidad máxima de los bienes o servicios obtenidos de una planta de

producción y del equipamiento de la misma. Se puede medir la cantidad por la unidad de tiempo. Dentro de la definición de capacidad instalada existe un conjunto de bienes de capital dentro de la industria, determinando el límite de la oferta que es otorgado dentro de un periodo de tiempo dado. (Eco-finanzas, s.f.)

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en su registro oficial señala los factores primordiales para determinar la capacidad instalada dentro de la empresa se obtiene los siguientes datos: jornada laboral, capacidad, eficacia de las operaciones y el volumen que ofrece cada máquina; así se obtiene el tiempo empleado en cada proceso.

Formula:

$$\text{Capacidad instalada} = \text{Volumen} / \text{Tiempo (horas)}$$

Datos:

- Jornada laboral:
 - 8 horas diarias
 - 40 horas semanales
 - 160 horas mensuales
- Empleados en la planta de producción con una jornada de 8 horas
- 21 días laborables
- Maquinaria con su capacidad máxima de producción en perfecto estado.
(INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)

Tabla 10. Cálculo de la capacidad instalada

DESCRIPCIÓN	EQUIPO	CANTIDAD	TIEMPO	OBSERVACION
Sanitizar área de trabajo	Equipos de limpieza	1	6 minutos	A mano
Mise and place	Personal capacitado	2	20 minutos	A mano
Preparaciones	Batidoras	2	10 minutos	Máquina
Horneado	Hornos	2	60 minutos	Máquina
Armado de cajas	Personal capacitado	2	25 minutos	A Mano
Decoración	Personal capacitado	2	25 minutos	A Mano
Empaquetado	Personal capacitado	2	45 minutos	A Mano
Sellado	Maquina selladora	1	50 minutos	Máquina
Empaquetado	Personal capacitado	1	25 minutos	A mano
Limpieza	Personal capacitado	2	30 minutos	A mano
Colocación en el carro transportador	Personal capacitado	2	45 minutos	A mano
TOTAL:			341 minutos	6h8min

Indicadores de cuello de botella

Tomando en cuenta el proceso para la elaboración de una caja de galletas con 12 cajas de galletas con 10 unidades desde la recepción de materia prima hasta su empaque final, se nota que los cuellos de botella dentro de la elaboración son dos:

- Tiempo de horneado del producto:

Tomando en cuenta que el tiempo de horneado del producto es de más de 60 minutos se ha conformado un sistema inmediato en el uso de un horno que abarque mayor cantidad de latas. Siendo este responsable de acortar los tiempos para que el producto sea de calidad en menos de lo previsto. Abarcando mayor producción para la empresa.

- Tiempo de empaquetado:

El personal se encuentra capacitado para realizar un correcto empaquetado en un periodo de tiempo estimado, sin embargo el ser humano es propenso a bajar su ritmo porque no debe ser tratado como maquina empacadora. Tomando en cuenta que el proceso es sencillo se ha otorgado a los empleados lapsos de tiempo como descanso para realizar este trabajo. Sin embargo este indicador de cuello de botella se rige a las normativas guiadas dentro de la empresa, cumpliendo con la el Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores. (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2015)

- Tiempo de sellado

Durante este proceso se realizara al final de la jornada laboral, programando las máquinas de deshidratación, lo que agilizará el proceso de elaboración. Reduciendo el tiempo que tomaría el hacer de una persona operaria.

Para lograr calidad en la elaboración de todos los productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille. Han sido ajustados todos los indicadores de cuello de botella para que el proceso sea más ágil y efectivo. Se llega a la conclusión que en el ejemplo de las 12 cajas de galletas de 10 unidades cada una, el proceso de tiempo de elaboración desde la limpieza y sanitización del área de trabajo hasta la colocación en el carro transportador es de 6 horas y 8 minutos, al realizar el proceso adecuado y cumpliendo con las normas del establecimientos para que no haya un mal manejo de los cuellos de botellas, se podrá hacer la producción en la mañana.

Considerando el tiempo de abasto para ejecutar correctamente todas las actividades. El número de operarios en la planta de producción es de cuatro personas, trabajando ocho horas diarias, cinco días a la semana.

Cálculo de capacidad instalada teórica

Según Armendáriz, L. (2014) la capacidad instalada teórica se determinada por el mayor nivel de producción que la empresa puede generar, utilizando para ello, el total de activos productivos, ya sea para productos o entrega de servicios intangibles. Tomando en cuenta la definición de capacidad instalada se realiza el cálculo con los siguientes datos.

Datos para cálculo de capacidad instalada:

Número de operarios en la planta = 2

Porcentaje de trabajo de operarios = 80%

Número de horas trabajas al día = 8 horas

Número de días laborados a la semana = 5

Número de días laborados al mes = 20

Tiempo de proceso de elaboración (12 cajas /120 unidades) = 6h 8 min

Número de cajas de galletas elaboradas al día = 12 (c/u con 10 unidades)

Cálculo:**Tiempo de elaboración real por día:**

Tiempo de elaboración – Tiempo de cuello de botella

$$6\text{h } 8\text{min} - 2\text{ h } 58\text{min} = 3\text{h } 1\text{min}$$

(Reducción de tiempo, como se detalló en el cálculo de los indicadores del cuello de botella este proceso se llevara acabó en el día)

Cálculo de capacidad de elaboración diaria:

Horas trabajadas diarias: 8 horas

Horas de tiempo de cuello de botella: 110 minutos / 6600 segundos

$$\text{Capacidad instalada: } \frac{\text{horas trabajadas}}{\text{horas tiempo cuello de botella}}$$

$$\text{Capacidad instalada: } \frac{28.8000 \text{ segundos}}{6.600 \text{ segundos / galletas}}$$

Capacidad instalada (efectiva): 436,36 galletas

Capacidad real: 660 galletas

Producción mensual, durante los 21 días laborables.

Capacidad de trabajo de operarios

$$8\text{h} * 80 \% = 6,4$$

Factor de capacidad de trabajo de operarios al 80% tomando en cuenta tiempo de ocio del personal, obtenemos el factor real de capacidad de trabajo.

Del cálculo anterior se deduce que con dos operarios, trabajando diariamente al 80 % en la elaboración de cajas de galletas terminadas, decoradas en sistema braille se obtiene cuatrocientos treinta y seis galletas en la capacidad instalada efectiva y seiscientos sesenta la capacidad real durante 21 días laborales, lista para la venta.

3.1.1.2 Menú

En el menú se detalla la oferta disponible con 3 variedades, convirtiéndose en productos estrella terminados, decorados en sistema braille. Cada uno de ellos con su respectivo empaquetado y etiquetado para el fácil manejo para una persona con discapacidad visual.

Galletas: deliciosas galletas de diversos sabores con una fina textura y delicioso sabor.

- 5 galletas dentro de cada paquete
- Decorado braille en glas real color blanco
- Sabores de vainilla y chocolate.

Paletas de chocolate: frase personalizada e iniciales de nombres en alto relieve en alfabeto braille con significado especial para la fácil manipulación para persona con discapacidad visual.

- Chocolate tipo paleta
- Decoración personalizada
- Sabor a chocolate
- Frases con significado
- Variedad de figuras

Cup cake: personalizados para cualquier ocasión.

- Decorados sobre fondant de diversos colores
- Sabor a chocolate, vainilla, naranja
- Con relleno de manjar o jalea de mora
- Braille decorado en perlas comestibles.

3.1.1.4 Receta Estándar

Las recetas presentadas dentro de la tesina han sido modificadas con el formato de la Escuela de Gastronomía de la Universidad de las Américas, contiene datos como; el logo de la institución, nombre de la receta, genero, número de porciones, fecha de elaboración, tipos de ingredientes, unidad de medida, costo, observaciones, procedimientos, entre otros. Los datos facilitan el cumplimiento del control total de la receta, control de mermas y factores de desperdicio para llevar un procedimiento contable dentro del área de alimentos y bebidas. Figura 2.

El detalle de las recetas se encuentran en anexos 1 y 2.

		FACULTAD DE GASTRONOMÍA		
NOMBRE DE LA RECETA		GALLETAS DE CORTE DE CHOCOLATE Y VAINILLA		
GÉNERO		PATELERÍA		
PORCIONES / PESO *PORCIÓN		10 UNIDADES		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	
CHOCOLATE				
150	GR	AZÚCAR		
300	GR	MANTEQUILLA		
375	GR	HARINA		
75	GR	CHOCOLATE EN POLVO		
2	U	HUEVOS		
10	ML	VAINILLA		
150	GR	AZÚCAR		
300	GR	MANTEQUILLA SIN SAL		
450	GR	HARINA		
2	U	HUEVOS		
10	GR	RALLADURA DE LIMÓN		
10	ML	VAINILLA		
300	GR	HARINA	Para polvear	
150	GR	MANTECA VEGETAL	Para engrasar latas	
			VALOR TOTAL	
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO		
		<p style="text-align: center;">TÉCNICA DE SABLAGE:</p>		
		1. Cernir harina, azúcar, chocolate		
		2. Incorporar la mantequilla en cuadritos, amasar		
		3. Amasar hasta que quede una consistencia cremosa.		
		4. Añadir 1 huevo		
		5. Raspar 1 o 3 veces con el raspe. (T. Fresado)		
		6. Envolver en film y refrigerar 1 a 2 horas.		
		NOTAS: Estirar, laminar y dar formas de damero, espiral, ojo de buey.		
Enviado Por:				
Entregado Por:		Recibido Por:		
Autorizado Por:		Supervisado Por:		

Fig.3. Receta estándar galletas de corte de chocolate y vainilla con el formato de Escuela de gastronomía de la Universidad de las Américas. Adaptado de: (Universidad de las Americas, 2013)

3.1.1.5 Cuadro de insumos y materias primas

A continuación se detallan los insumos y materia prima necesarios para productos de pastelería. Como se muestran en la tabla doce la lista de insumos y materias primas.

Tabla 11. Lista de insumos

LISTA DE INSUMOS			
PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO POR KILO	PROVEEDOR
FRUTAS			
Babaco	gr	\$ 1,57	M. IÑAQUITO
Banana	gr	\$ 1,64	M. IÑAQUITO
Cerezas frescas	gr	\$ 10,00	M. IÑAQUITO
Coco (emp. al vacío)	gr	\$ 5,54	MEGAMAX I
Coco seco	gr	\$ 4,64	MEGAMAX I
Durazno	gr	\$ 8,00	M. IÑAQUITO
Frambuesa	gr	\$ 17,00	MEGAMAX I
Frutilla	gr	\$ 4,00	MEGAMAX I
Granadilla	gr	\$ 3,70	M. IÑAQUITO
Guanábana	gr	\$ 2,31	M. IÑAQUITO
Higos	gr	\$ 3,00	M. IÑAQUITO
Kiwi	gr	\$ 2,95	M.

			IÑAQUITO
Limón Meyer	gr	\$ 1,62	M. IÑAQUITO
Limón Sutil	gr	\$ 2,80	M. IÑAQUITO
Manzana Roja	gr	\$ 3,00	M. IÑAQUITO
Manzana Verde	gr	\$ 3,45	M. IÑAQUITO
Maqueño	gr	\$ 1,78	M. IÑAQUITO
Maracuyá	gr	\$ 2,21	M. IÑAQUITO
Melón	gr	\$ 1,22	M. IÑAQUITO
Mora	gr	\$ 6,00	M. IÑAQUITO
Mortiño	gr	\$ 7,78	M. IÑAQUITO
Naranja Americana	gr	\$ 5,85	MEGAMAX I
Naranja Nacional	gr	\$ 6,67	M. IÑAQUITO
Naranjailla	gr	\$ 2,23	M. IÑAQUITO
Oritos	gr	\$ 2,50	M. IÑAQUITO
Papaya	gr	\$ 1,62	M. IÑAQUITO
Papaya Hawaiana	gr	\$ 2,66	M. IÑAQUITO
Pera	gr	\$ 3,52	M. IÑAQUITO
Piña	gr	\$ 2,76	M.

			IÑAQUITO
Pitahaya	gr	\$ 4,31	M. IÑAQUITO
Sandía Ecuatoriana	gr	\$ 1,42	M. IÑAQUITO
Taxo	gr	\$ 1,41	M. IÑAQUITO
Tomate Árbol	gr	\$ 1,62	M. IÑAQUITO
Uva Roja importada	gr	\$ 3,50	MEGAMAX I
Uva Rosada	gr	\$ 4,13	M. IÑAQUITO
Uvilla	gr	\$ 4,00	M. IÑAQUITO
VERDURAS			
Jengibre	gr	\$ 2,40	MEGAMAX I
LACTEOS			
Chantipack	ml	\$ 6,00	MEGAMAX I
Crema Agria	gr	\$ 6,64	MEGAMAX I
Crema de Leche la lechera	gr	\$ 2,20	MEGAMAX I
Hojaldrina	gr	\$ 9,00	MEGAMAX I
Leche – Vita	gr	\$ 1,18	MEGAMAX I
Leche chocolatada	gr	\$ 1,40	MEGAMAX I
Leche Condensada Lata	gr	\$ 5,42	MEGAMAX I
Leche en Funda	gr	\$ 0,80	MEGAMAX

Leche en Polvo	gr	\$ 4,03	MEGAMAX
Leche Evaporada Lata	gr	\$ 3,83	MEGAMAX
Mantequilla con sal	gr	\$ 8,16	MEGAMAX
Mantequilla sin sal	gr	\$ 7,00	MEGAMAX
Margarina	gr	\$ 1,80	MEGAMAX
ABARROTES			
Almendras	gr	\$ 4,11	MEGAMAX
Azúcar	gr	\$ 0,91	MEGAMAX
Azúcar Impalpable	gr	\$ 2,88	MEGAMAX
Azúcar Morena	gr	\$ 1,00	MEGAMAX
Bicarbonato	gr	\$ 5,00	MEGAMAX
Coco Rallado	gr	\$ 11,60	MEGAMAX
Fructosa	gr	\$ 22,22	MEGAMAX
Fruta Confitada	gr	\$ 3,82	MEGAMAX
Huevos	gr	\$ 3,60	MEGAMAX
Manteca Vegetal	gr	\$ 2,21	MEGAMAX
Mermelada de Mango	gr	\$ 4,85	MEGAMAX

Mermelada Guayaba	gr	\$ 7,93	MEGAMAX I
Mermelada Mora	gr	\$ 8,44	MEGAMAX I
Mermelada Piña	gr	\$ 1,78	MEGAMAX I
Miel de Maíz	gr	\$ 5,00	MEGAMAX I
Nuez	gr	\$ 5,93	MEGAMAX I
Pasas	gr	\$ 12,72	MEGAMAX I
Pistacho	gr	\$ 39,87	MEGAMAX I
ENLATADOS Y CONSERVAS			
Cerezas rojas o verdes en Almíbar Lata	gr	\$ 11,80	M. IÑAQUITO
Duraznos en Lata	gr	\$ 2,41	M. IÑAQUITO
Gelatina sin sabor	gr	\$ 15,60	MEGAMAX I
Piña en Lata	gr	\$ 4,65	MEGAMAX I
Miel de abeja	gr	\$ 11,82	MEGAMAX I
CONDIMENTOS			
Canela Molida	gr	\$ 22,32	MEGAMAX I
Crémor Tártaro	gr	\$ 59,80	MEGAMAX I
OTROS			
Bizcotelas	gr	\$ 9,82	MEGAMAX I
Cacao amargo	gr	\$ 10,00	MEGAMAX

Café Gardella	gr	\$ 16,29	MEGAMAX
Café instantaneo-colcafe	gr	\$ 35,29	MEGAMAX
Café molido-sello rojo	gr	\$ 12,56	MEGAMAX
Café pasar	gr	\$ 20,00	MEGAMAX
Chispas de chocolate	gr	\$ 10,00	MEGAMAX
Chocolate 58%, 66%, 72%. 80%,100%	gr	\$ 25,00	MEGAMAX
Chocolate Ambato	gr	\$ 15,00	MEGAMAX
Chocolate Blanco	gr	\$ 12,00	MEGAMAX
Chocolate cobertura semiamargo	gr	\$ 9,00	MEGAMAX
Chocolate en Barra Nestlé	gr	\$ 9,00	MEGAMAX
Chocolate en Polvo	gr	\$ 5,00	MEGAMAX
Cocoa	gr	\$ 5,00	MEGAMAX
Cremor tartaro fasco	gr	\$ 66,80	MEGAMAX
Esencia Almendra	gr	\$ 9,00	MEGAMAX
Esencia de Coco	gr	\$ 10,00	MEGAMAX
Esencia de Vainilla	gr	\$ 13,00	MEGAMAX
Glucosa	gr	\$ 0,70	MEGAMAX

			I
Gotas de chocolate	gr	\$ 6,97	MEGAMAX I
Granola Schullo Abuela	gr	\$ 6,18	MEGAMAX I
Jarabe de maíz	gr	\$ 6,00	MEGAMAX I
Macadamia	gr	\$ 3,25	MEGAMAX I
Masa de Hojaldre	gr	\$ 8,39	MEGAMAX I
Masa Philo	gr	\$ 33,04	MEGAMAX I
Mini Croissant	gr	\$ 6,97	MEGAMAX I
Polvo de cacao	gr	\$ 5,00	MEGAMAX I
Vainilla Vaina	gr	\$ 372,81	MEGAMAX I

3.1.1.6 Cuadro de tecnología y equipamiento de cocina

Siguiendo la estructura del capítulo a continuación se detallan la tecnología y equipamiento necesarios para el funcionamiento de la planta de producción de productos de pastelería. Como se demuestra en la tabla doce y trece.

Tabla 12. Equipamiento de cocina

Equipo	Destinatario	Cantidad
Cocina	Trabajo en general	1
Horno	Trabajo en general	2
Microondas	Trabajo en general	1
Refrigerador	Trabajo en general	1
Congelador	Trabajo en general	1
Mesas de trabajo	Trabajo en general	5
Licuada industrial	Trabajo en general	1
Lavamanos	Trabajo en general	1
Lavaplatos	Trabajo en general	2

Tabla 13. Menaje de cocina

Equipo	Destinatario	Cantidad
Tablas	Trabajo en general	1
Líneas	Trabajo en general	1
Ollas	Trabajo en general	1
Espátulas	Trabajo en general	3
Cucharones	Trabajo en general	1
Recipientes	Trabajo en general	3
Colador	Trabajo en general	3
Batidor	Trabajo en general	3
Pinzas	Trabajo en general	5
Gavetas	Mise en place	10
Platos	Trabajo en general	15
Vasos	Trabajo en general	15
Cucharas	Trabajo en general	10

3.1.1.5 CUADRO DE EQUIPAMIENTO DE SERVICIO Y OFICINA

Tabla 14. Equipo de servicio

Equipo	Destinatario	Cantidad
Transporte de alimentos isotérmicos	Transporte de alimentos	5

Tabla 15. Equipamiento de oficina

Equipo	Destinatario	Cantidad
Escritorio	Administración	1
Computadora	Administración	1
Impresora	Administración y caja	1
Menaje de oficina	Administración e inventarios	1
Software contable	Administración	1

3.1.1.7 Infraestructura física

Dentro del análisis de la operación del proyecto, se realizó una investigación con dos factores fundamentales que son: la producción y el producto para la ejecución del plan de negocio. A continuación se detalla el tamaño de la planta, se nombra los instrumentos necesarios, áreas de trabajo para la producción. Esta empresa requiere satisfacer la demanda dentro del mercado con la calidad de sus productos y altos controles de sanidad y puntualidad de nuestro servicio. Se plantea alcanzar en volumen de venta y proveer con un mínimo de 400 productos diarios a diversos canales de distribución.

3.1.1.7.1 Tamaño de la construcción

- Área total del terreno: 119 m²
- Área de la construcción cubierta: 227.00 m²
- Área planta baja (planta de producción): 113.5 m²

3.1.1.7.2 Plano Arquitectónico

La elaboración del plano arquitectónico es propia de la construcción, con la ayuda de la Arquitecta de interiores Katherine Santiana, quien aportó valiosas acotaciones y plasmó grandes ideas de la edificación, la planta de producción cuenta con medidas de 6 metros de profundidad por 10 metros de ancho con las normas requeridas y usando el programa "AUTOCAD" a escala 1:100. .

La planta de producción de alimentos se encuentra distribuida de la siguiente manera.

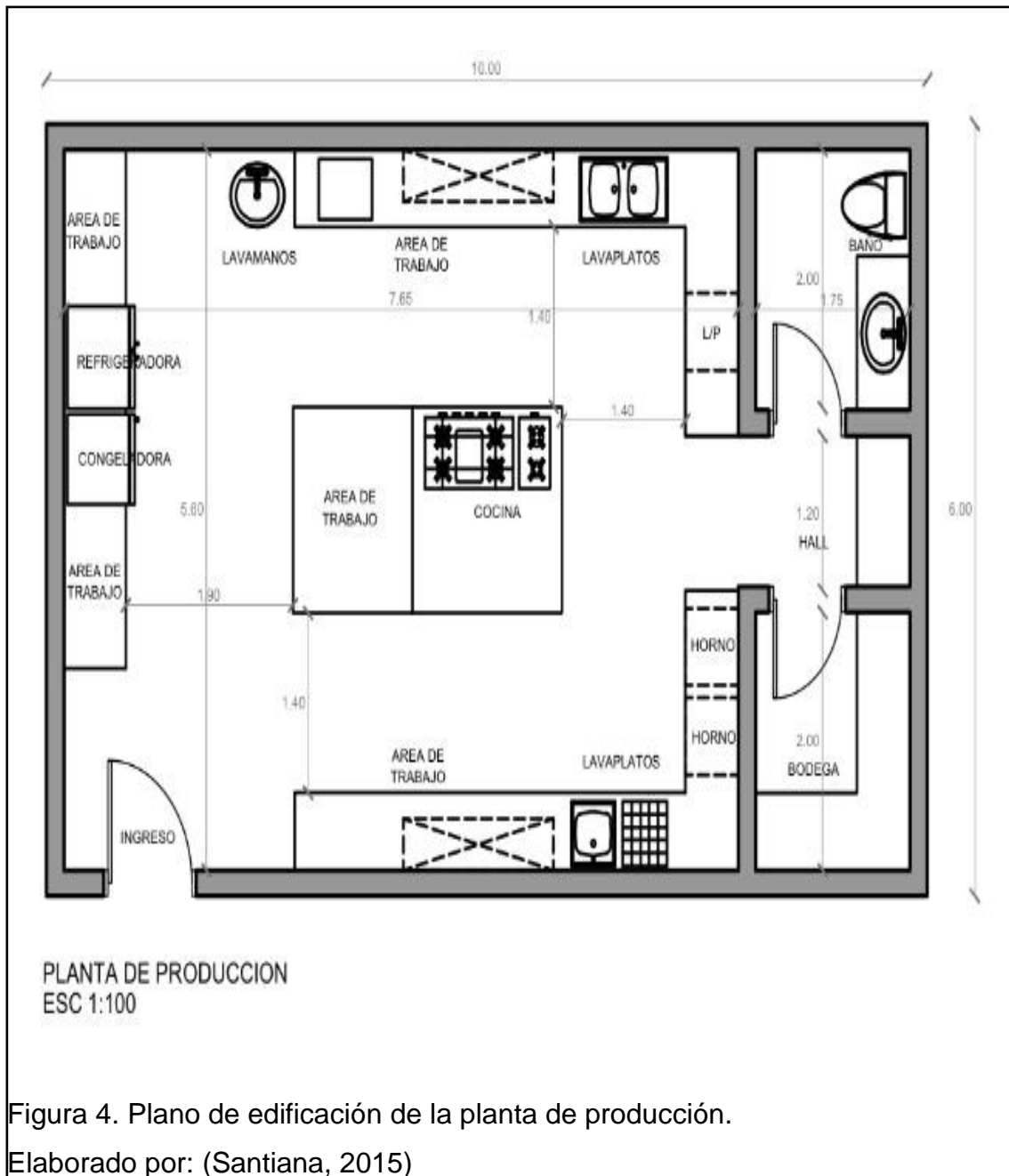


Figura 4. Plano de edificación de la planta de producción.

Elaborado por: (Santiana, 2015)

3.1.1.8 DIAGRAMA DEL MACRO-PROCESO ACTUAL

En el siguiente diagrama de macro-proceso se presentan todas las actividades que se ejecutarán dentro de un día laboral. Desde la compra de la materia prima hasta la venta y manejo de los canales de distribución. Como se muestra en la figura 5.

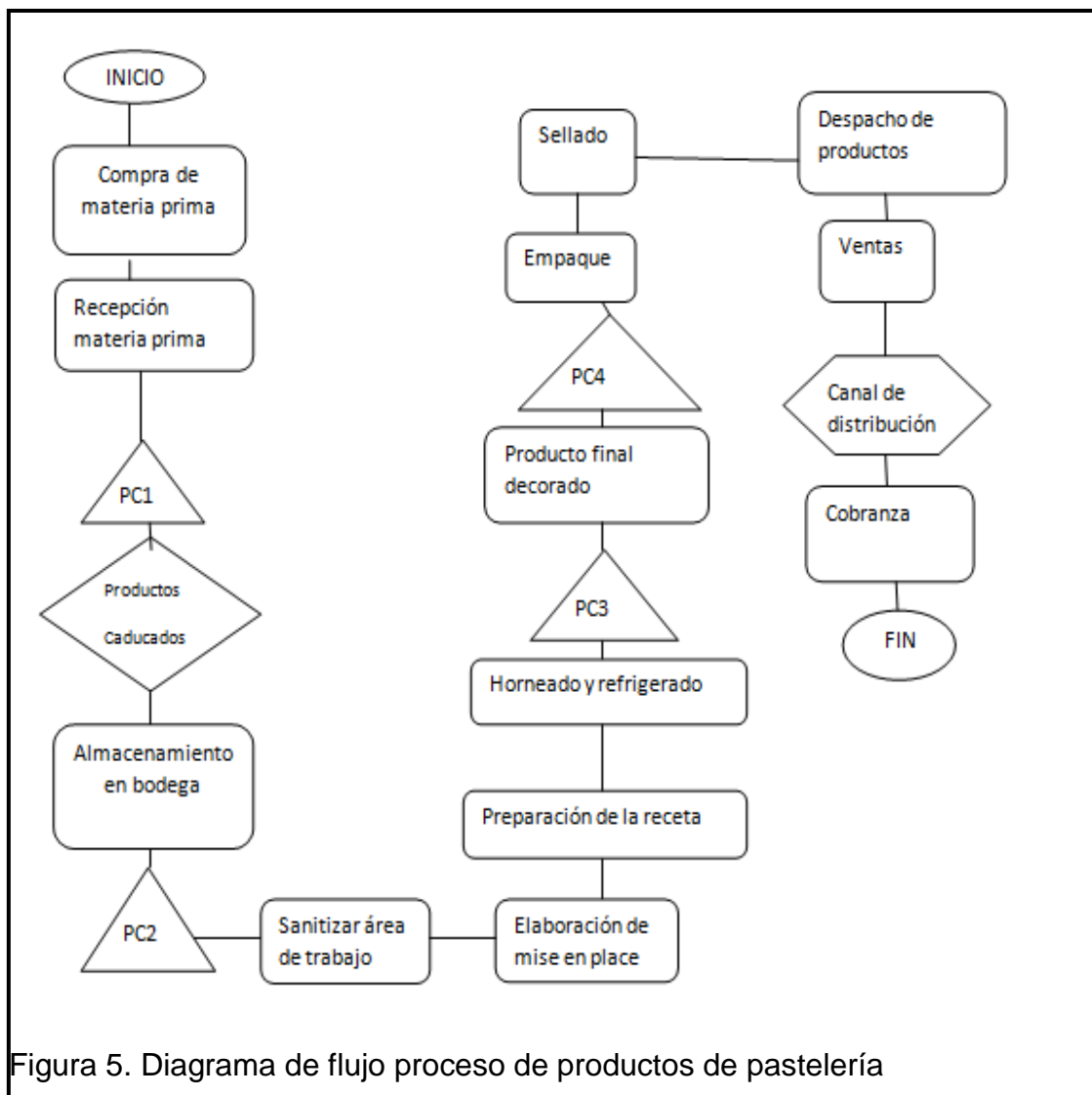


Figura 5. Diagrama de flujo proceso de productos de pastelería

Indicadores de puntos de control flujo de procesos

- **PC1 Recepción:** productos que se encuentran caducados deberán ser restringidos para su uso, devolución hacia el proveedor destinado a un cambio de reemplazado por un nuevo producto.
- **PC2 Control de desinfección:** El personal capacitado deberá tener un correcto manejo con la sanidad e higiene personal, tendrán una capacitación mensual para controlar como han llevado el registro y control sanitario. Todas las normativas infundidas están avaladas por el reglamento de registro y control sanitario de alimentos procesados. Dictado por el ministerio de salud pública del Ecuador. (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA, 2013)
- **PC3 Control del producto final:** Todo producto final pasará por un sistema de calidad, estos no deberán tener ninguna falla y serán evaluados cada cierto tiempo para nuevas modificaciones
- **PC4 Control de empaçado y sellado:** Al ser un producto alimenticio deberán tener las debidas precauciones al momento del empaquetado, cerciorarse que el producto vaya bien empaçado con las normas sanitarias correspondientes. Sin abolladuras en las cajas, nítidas.

CAPÍTULO IV

4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Plan de organización y recursos humanos

De acuerdo al concepto de Chiavenato, I. (2010, p.11), un plan organizacional se refiere al comportamiento global de una empresa, con la ejecución de una estrategia que forma parte de la solución de problemas y ejecución de toma de decisiones por medio de un análisis interno y un análisis externo.

Los recursos humanos cumplen una función primordial dentro de la empresa, prestan sus servicios en el terreno del reclutamiento, selección, formación y comunicación entre el personal.

Para alcanzar el éxito dentro de la empresa es importante destacar que la empresa debe crecer y lograr mantenerse, siendo uno de sus principales factores el manejo del personal, optimizando su rendimiento.

4.1.1 Departamentos funcionales:

Los departamentos por funciones tienen como objetivo realizar una actividad específica dentro de la empresa. La aplicación lógica y básica es el principio funcional que realiza específicamente cada departamento. En la siguiente figura se observa el orden de los departamentos funcionales de la empresa Braille & Sugar S.A.

Tabla 16. Cargos de los departamentos funcionales de la empresa

CARGO	CANTIDAD
Gerente General	1
Administrador	1
Secretaria Ejecutiva	1
Contador	1
Chef Pastelero o Repostero	1
Asistente de cocina	2
Steward	1
Chofer	1

4.1.2. Organigrama de la estructura organizacional

De acuerdo con el concepto de Koontz, H., Heinz W., & Mark C., (2008, p.204), la organización de una empresa basa su desarrollo de manera jerárquica. Según los autores hay dos tipos de organización: la formal e informal.

Como mencionan los autores el agrupamiento de personas por departamentos es de acuerdo a sus funciones para mayor productividad y eficiencia en el área que este designado a operar.

Como es demostrado en la figura 6 la empresa Braille & Sugar S.A. parte de la función primordial que es el Gerente general y se subdivide en las distintas áreas y sus subordinados.

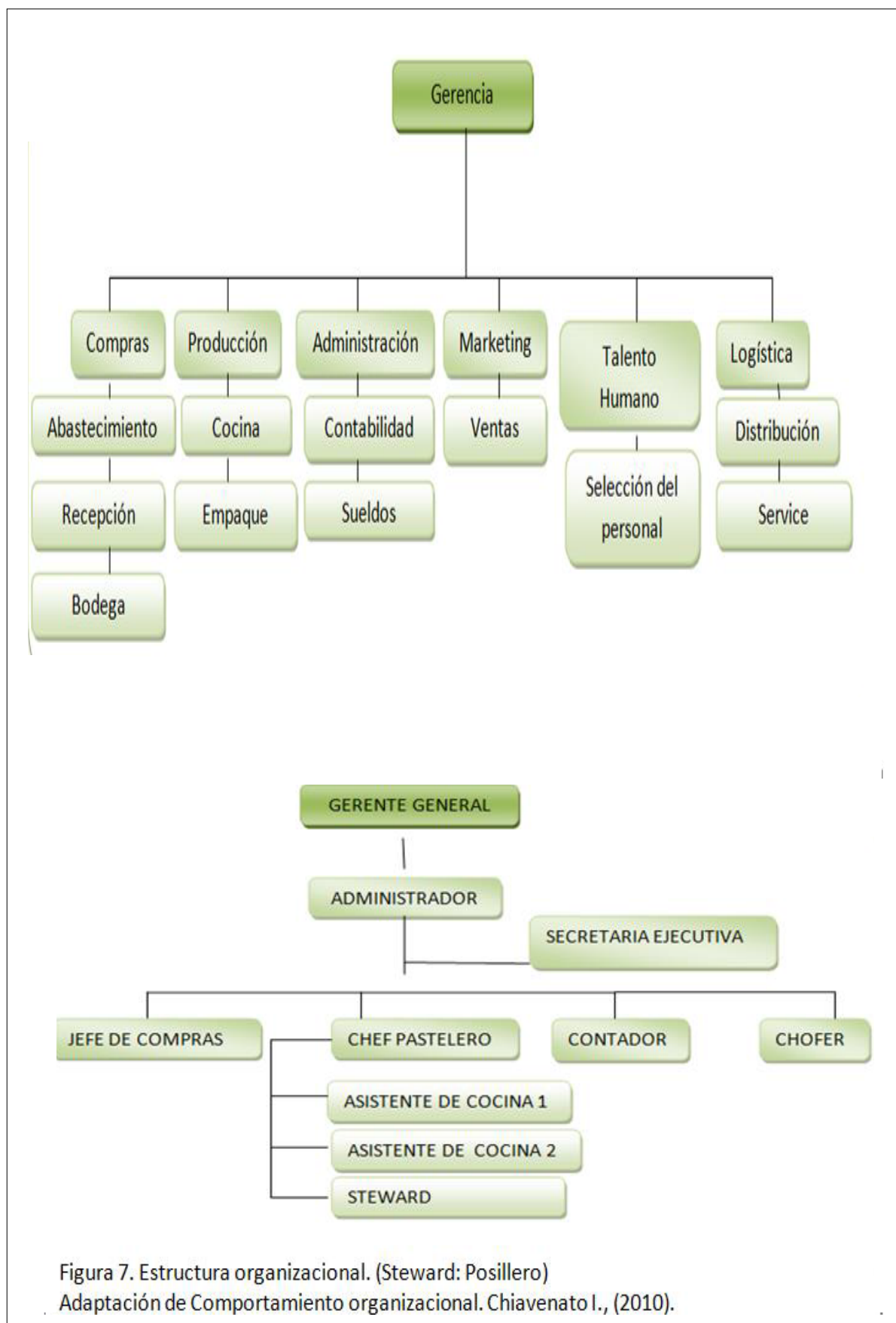


Figura 7. Estructura organizacional. (Steward: Posillero)
 Adaptación de Comportamiento organizacional. Chiavenato I., (2010).

4.1.3. Descripción del puesto

La descripción del cargo se refiere a las tareas y responsabilidades que se van a desarrollar dentro del cargo, cumpliendo con los requisitos que el ocupante necesita adquirir para el desempeño del mismo. Por lo tanto los cargos se proveen de acuerdo a las descripciones y sus respectivas especificaciones. (Chiavenato, 1999).

A continuación se detallan los perfiles de cada funcionario, su función básica, las características requeridas para el ocupante y son detalladas las responsabilidades a realizarse dentro de la empresa Braille & Sugar.

PERFILES

PUESTO: Gerente general

DEPENDEN DE: Ninguno.

SUBORDINADOS: Administrador, Secretaria.

FUNCIÓN BÁSICA: Tiene el labor de supervisar y dirigir todas las áreas de trabajo para conocer las necesidades de la empresa y contribuir con decisiones correctas para su eficaz desarrollo y desempeño dentro de la industria.

RESPONSABILIDADES:

1. Mantener buenas relaciones a nivel interno y externo para realizar un correcto uso de los recursos de la empresa Braille & Sugar con visión, misión, estrategias e innovaciones.
2. La toma de decisiones pronta e inteligentes basadas en el análisis para el apoyo en coordinación y ejecución de diferentes áreas.
3. Permanecer al día de noticias acerca de la competencia, tecnología, para la ejecución de nuevos planes y no retrasar la ejecución de las operaciones de la empresa.

4. Primordial mantener una comunicación directa con los colaboradores de la empresa para mantenerse informado de problemas dentro de la misma.

5. El rol del gerente consiste en utilizar eficientemente todos los recursos que tiene a su disposición con el fin de obtener el máximo beneficio. En otras palabras, maximiza la utilidad productiva de la empresa.

CARACTERÍSTICAS REQUERIDAS: La persona que ejecutará el cargo deberá regirse a los principios y ética de la empresa, tener conocimientos, buenas actitudes. Ser emprendedor y saber enfrentar sabias decisiones en momento de estrés.

PUESTO: Administrador

DEPENDE DE: Gerente general.

SUBORDINADOS: Secretaria ejecutiva, Jefe de compras, Chef Pastelero, Contador y Chofer.

FUNCIÓN BÁSICA: es la persona encargada de organizar las actividades específicas de la empresa, tomando decisiones acertadas, resolviendo problemas con el personal y clientes, asegurando llevar la empresa de manera eficiente y pulcra.

RESPONSABILIDADES:

1. Mantener una sana convivencia dentro de la empresa.
2. Evalúa el desempeño del personal.
3. Realizar las debidas contrataciones del personal de acuerdo al perfil que requiere el puesto.
4. Llevar el control de asistencia y puntualidad del personal.
5. Es el encargado de llevar un control sobre las prestaciones y las leyes que ejercen los trabajadores.
6. Pago de nómina.
7. Elaborar y dar a conocer los reglamentos de la empresa a sus subordinados.
8. Informar al personal de nueva toma de decisiones y logros obtenidos por la empresa.

CARACTERÍSTICAS REQUERIDAS: persona creativa, abierto y deberá contar con un título de licenciatura en administración de empresas o relaciones industriales.

PUESTO: Secretaria ejecutiva

DEPENDE DE: Gerente General, Administrador.

SUBORDINADOS: Ninguno.

FUNCIÓN BÁSICA: Realizar todo el trabajo designado por sus subordinantes, ser de gran apoyo en actividades administrativas.

RESPONSABILIDADES:

1. Apoyar al Gerente general y al administrador.
2. Llevar agenda de ambos.
3. Simplificar toda la información adquirida y archivarlo para cuando sea requerida.
4. Contestar el teléfono.
5. Atender pedidos.
6. Mantener al tanto al Gerente general y al administrador de cualquier anomalía observada.
7. Redactar cartas, memorandos, requisiciones cuando se lo requiera.
8. Ordenar la documentación necesaria.
9. Estar puntual al pago de los servicios básicos y pagos de nómina junto al administrador.

CARACTERÍSTICAS REQUERIDAS: Persona con buen carácter y con disposición a ejercer su trabajo. Mantener una buena relación con el gerente de la empresa y el resto del personal. Deberá llevar la información de la empresa con discreción.

PUESTO: Jefe de compras

DEPENDE DE: Gerente General, Administrador y Contador.

SUBORDINADOS: Secretaria ejecutiva, Asistente de cocina, Chofer.

FUNCIÓN BÁSICA: Encargado de realizar las compras y de llevar el inventario de los insumos, encargado de buscar alternativas en precios para el beneficio de la empresa.

RESPONSABILIDADES:

1. Gestionar el presupuesto de distintos proveedores, solicitando la suficiente información sobre las características del producto abarcando normas de higiene y sanidad.
2. Tiene que tomar en cuenta los servicios, políticas de compras con la ética y moral para ejecutar las compras, por medio de rasgos de seriedad y claridad para tomar control en el precio de proveedores para hacer el negocio.

CARACTERÍSTICAS REQUERIDAS: Persona capacitada para la negociación, carismática, analítica y prudente en el ámbito de negociación. Como negociación debe ser administrador de empresas o negocios.

PUESTO: Contador

DEPENDENCIA: Gerente General, Administrador y Jefe de compras.

SUBORDINADOS: Ninguno.

FUNCIÓN BÁSICA: Es la persona responsable de la planificación y organización en el área contable de la empresa. El objetivo es la obtención de los estados financieros de la empresa y cumplir con los principios de contabilidad, los cuales son generalmente aceptados bajo las políticas específicas de la empresa.

Adicionalmente elabora y controla la labor presupuestaria y de costos.

RESPONSABILIDADES:

1. Asegurarse de cumplir con los principios de contabilidad.
2. Cumplimiento de las políticas específicas de la empresa.
3. Firma de responsabilidad.
4. Manejo de dinero.
5. Manejo de herramientas y técnicas (Software-hardware).
6. Trato con el cliente externo.

CARACTERÍSTICAS REQUERIDAS: Los requisitos del puesto es tener la experiencia suficiente para labores de auditoría, saber ejecutar el análisis de un sistema bancario nacional e internacional y saber de la gestión contable administrativa general.

PUESTO: Chef pastelero o repostero.

DEPENDE DE: Gerente General, Administrador, Jefe de compras y Contador.

SUBORDINADOS: Asistente de cocina 1, Asistente de cocina 2, Steward y Chofer.

FUNCIÓN BÁSICA: Garantizar la producción oportuna y suficiente de pasteles de calidad y que cumplan los estándares de la compañía.

RESPONSABILIDADES:

1. Producir los pedidos de los centros de consumo en tiempo y de forma requerida.
2. Generar la producción realizada en base a los recetarios siguiendo los estándares de calidad de la empresa.
3. Aplicar las normas de higiene dentro de los estándares de calidad durante la preparación del producto.
4. Tener las instalaciones y equipo de trabajo limpios.
5. Mantener una excelente relación con sus subordinados.

CARACTERÍSTICAS REQUERIDAS: La persona que ocupara el puesto debe ser profesional de tercer nivel, tener los conocimientos en el área de pastelería, manejo de hornos industriales, manejo de utensilios y conocer las técnicas de pastelería y decoración.

PUESTO: Asistente de cocina

DEPENDE DE: Chef Pastelero.

SUBORDINADOS: Ninguno.

FUNCIÓN BÁSICA: Auxiliar de cocina debe saber de preparaciones básicas de los alimentos, así como mantener en orden y limpio todo el equipo de cocina.

RESPONSABILIDADES:

1. Cumplir con las normas de higiene y seguridad necesarias para la preparación de alimentos.
2. Mantener en perfecta limpieza y orden la cocina, equipo e instalaciones incluyendo equipos de cocina.
3. Tener un conocimiento general en el ámbito de pastelería.

CARACTERÍSTICAS REQUERIDAS: El asistente debe tener un conocimiento general en el área de cocina, de preferencia en el ámbito de pastelería. Se acepta como pasantía dentro de la empresa.

PUESTO: STEWARD

DEPENDEN DE: Chef Pastelero.

SUBORDINADOS: Ninguno.

FUNCIÓN BÁSICA: Es la persona auxiliar del chef y de los asistentes de cocina, encargado de mantener la limpieza general de la cocina.

RESPONSABILIDADES:

1. Responsable de la limpieza de loza y equipamiento de cocina como utensilios, menaje, etc.
2. Conocer las preparaciones de los productos con el fin de auxiliar al chef cuando sea necesario.
3. Cuando se requiera prestar ayuda en las actividades dentro la cocina y diversas áreas que pueda ser designado.

CARACTERÍSTICAS REQUERIDAS: El perfil del puesto no requiere de experiencia laboral, estudios mínimos de secundaria y la disponibilidad de horario.

PUESTO: CHOFER

DEPENDE DE: Administrador y Jefe de compras.

SUBORDINADOS: Ninguno.

FUNCIÓN BÁSICA: es la persona encargada del área logística de la empresa, apoyo del transporte, el cual es esencial para la compra de las materias primas y la distribución del producto final.

RESPONSABILIDADES:

1. Llevar el producto de manera eficaz.
2. Ser puntual.
3. Ser apoyo cuando sea requerido.

CARACTERÍSTICAS REQUERIDAS: El perfil del puesto requiere de experiencia laboral, obtener una licencia de conducir, horario completo.

CAPÍTULO V

5. PLAN DE MERCADO

5.1 Investigación de mercado

Según Kotler., (2013, p.174) investigación de mercado es el proceso de cinco pasos que describen las tareas a realizarse para llevar a cabo el estudio de mercado. Este conjunto de pasos incluye: objetivos, recopilación de datos, diseño del plan de investigación, análisis del mercado y la interpretación del informe de resultados.

Los datos recopilados serán el sondeo para seguir procesos determinados de marketing para cumplir con la propuesta que enfrentará el proyecto.

5.1.1 Objetivos

- Determinar con qué frecuencia una persona con discapacidad visual consume productos de pastelería.
- Conocer si la persona con discapacidad visual estaría dispuesto a pagar un valor agregado a un producto de pastelería que lleve decoración en sistema braille.
- Ofertar un producto accesible en el mercado con precios cómodos y de alta demanda.
- Analizar y determinar las necesidades de la persona con discapacidad visual en cuanto la empresa Braille & Sugar llegue a satisfacer la necesidades del cliente.
- Identificar el perfil del cliente y sus preferencias respecto al producto que ofrecerá Braille & Sugar.
- Realizar el estudio y el análisis de posible competencia existente dentro de la ciudad de Quito.

- Alcanzar una tendencia dentro del segmento del mercado destinado, con la creación de productos innovadores, de variedad y de alta calidad destinados para la persona con discapacidad visual dentro de la ciudad de Quito.
- Determinar los lugares destinados para la venta de productos de pastelería, alcanzando mayor ventaja competitiva con la competencia que tiene un producto similar al de la empresa Braille & Sugar.

5.1.2 Análisis del mercado

Según Malhotra N. (2004, pp. 21-22), el plan de investigación tiene como fin estructurar la planificación en general que se empleará para el desarrollo del proyecto. La información recopilada en el capítulo es una investigación de tipo descriptiva debido al proceso que es empleado durante el análisis de problemas como la investigación de mercado, plan financiero y plan de marketing. Otorgando la información necesaria para la identificación de la oferta y demanda que tendrá la empresa.

- Recopilación de información:

De acuerdo a KOTLER, P. BLOOM, P. Y HAYES, T. (2004, p. 98) la recopilación de la información se puede expresar de la siguiente manera:

Cualitativos: es un método al principio de la investigación cuando no ha sido posible la recolección de suficiente información y es escaso el conocimiento acerca de algún tema. Utilizado entrevistas que se enfocan a grupos pequeños basados en datos científicos de tipo descriptivos.

Cuantitativos: son de carácter numérico usados para medir información, como por ejemplo: datos estadísticos, cifras de poblaciones, entre otros.

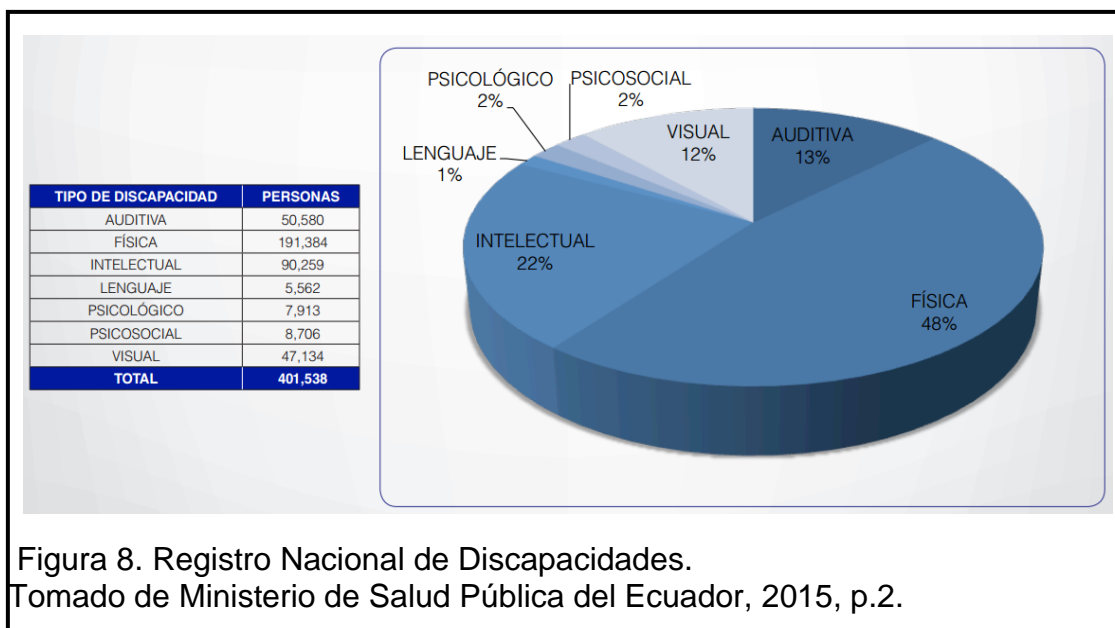
- Población:

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), indica que en el último censo realizado en el 2010 hay en un total de 16. 246.269 ecuatorianos vivos de los cuales en Quito se concentran 2.239.191 habitantes, y de ellos 1.150.380 mujeres y 1.088.811 hombres.

Dentro de la población Ecuatoriana, el Consejo Nacional De Igualdad de Discapacidades (CONADIS) indica que en el último registro nacional de discapacidades actualizado en abril del 2015 se encuentra un total de 48.695 personas con discapacidad visual en el país, de ellas 6.329 corresponden al catón Quito, provincia de Pichincha.

Distribución porcentual de personas con discapacidad visual en el Ecuador:

El Ministerio de Salud Pública Del Ecuador conjuntamente con el Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades en sus últimos registros realizados en Agosto 2015, señala que en el Ecuador existe un 12% de discapacidad visual del total de personas con discapacidades que tiene el país. En la información que provee el ministerio señala que en todo el país existen 47,134 personas con deficiencia visual. (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2015). Como se demuestra en la gráfica de la figura 7.



Distribución porcentual de personas con discapacidad visual en la ciudad de Quito: Como se demuestra en la siguiente tabla abstraída del registro oficial de discapacidades en abril del 2015 por el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) señala que el cantón Quito tiene un total de 53.880 personas con diversas discapacidades, entre ellas 6.329 personas poseen deficiencia visual. (Consejo Nacional de Discapacidades, 2015)

Tabla 17. Registro Nacional de Discapacidades. Provincia – cantón

PROVINCIA CANTÓN	TIPO DE DISCAPACIDAD							TOTAL
	AUDITIVA	FISICA	INTELLECTUAL	LENGUAJE	PSICOLOGICO	PSICOSOCIAL	VISUAL	
TENA	250	1083	472	51	23	29	263	2171
ORELLANA	552	2544	824	99	111	66	949	5145
AGUARICO	8	43	28	2	3	1	28	113
LA JOYA DE LOS SACHAS	144	731	272	28	51	18	425	1669
LORETO	61	327	117	24	9	7	110	655
ORELLANA	339	1443	407	45	48	40	386	2708
PASTAZA	433	1417	582	42	36	82	360	2952
ARAJUNO	10	75	42	4	1	3	20	155
MERA	58	197	84	3	2	19	33	396
PASTAZA	342	1072	425	29	33	58	288	2247
SANTA CLARA	23	73	31	6		2	19	154
PICHINCHA	9382	27699	13017	809	1706	1317	7048	60978
CAYAMBE	383	688	439	21	22	16	185	1754
MEJIA	204	627	462	18	34	24	136	1505
PEDRO MONCAYO	190	273	206	24	11	13	100	817
PEDRO VICENTE MALDONADO	35	229	127	13	5	15	43	467
PUERTO QUITO	40	225	149	11	2	12	42	481
QUITO	8245	24657	11175	699	1584	1191	6329	53880

Tomado de Consejo Nacional de Discapacidades del Ecuador, 2015, p.8.

- Análisis de la situación de las discapacidades en el Ecuador:

Langner, M. (Viernes, 27 de diciembre de 2002) en su artículo “poco apoyo para las personas ciegas en el Ecuador”. La Hora, pp.1. Señala que en el país existen 80 mil personas que padecen de algún tipo de deficiencia visual. Los cuales figuran más de 72 mil personas discapacitadas por diversos tipos de ceguera entre ellos se encuentran las siguientes: ceguera profunda, unilateral o un fuerte estrabismo.

- Análisis de la situación de las discapacidades en el cantón Quito:

El diario el Universo el 5 de mayo del 2013 publicó que los invidentes son uno de los grupos que menos empleos consiguen por motivo de su discapacidad. Sin embargo desde el año 2002 la Fundación de Desarrollo Social Integral (FUNDESI), con sede en Quito, ubicó a un 4.66% de personas con discapacidad visual en áreas de trabajo remuneradas. (El Universo, 2013)

En el último año el ministerio de Inclusión Económico y Social en el mes de julio del presente año 2015, firmó un acuerdo donde se impulsarán proyectos productivos para personas con discapacidad visual. Con la propuesta de la Federación Nacional de Ciegos del Ecuador (FENCE) entrego más de 30 propuestas de emprendimiento, los cuales ya han sido puestos en marcha y se estudian diversos proyectos de personas con discapacidad visual. El estado impulsa a los emprendimientos otorgando financiamiento desde 50 min hasta los 25 millones de dólares en todas las líneas de crédito, a un plazo de pago de 15 años.

Tabla 18. Porcentaje de discapacidad visual en Ecuador.

PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD VISUAL		
MUJERES	17,10%	
HOMBRES	19%	
SECTOR INDIGENA	16,70%	Casi uno de cinco muestra indicio de esta deficiencia comparado con los hogares donde no existen indígenas (11,9%)
DISCAPACIDAD VISUAL EN NIÑOS		
CLASE BAJA	14,20%	
CLASE MEDIA /ALTA	8,10%	

Tomado de: Repositorio San Francisco de Quito, 2014.

La revista Ekos del Ecuador con una gran trayectoria señala en su artículo que el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS), registra que 331.106 personas con mayoría de edad que tienen diversas discapacidades entre ellas discapacidad visual, auditiva, psicológica, entre otras.

El 60% de la población con discapacidades se encuentra apta para trabajar y generar ingresos, las estadísticas señalan que el 40% ejercen estudios secundarios, el 10% ejerce estudios universitarios y el 10% restante no tiene capacitación para ejercer servicio de Integración Laboral destinado para las personas con alguna discapacidad. Entre ellos el 36.1% pertenece al porcentaje total de personas con discapacidad visual en el país.

Código CIIU de la industria

Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU del modelo de negocio de la planta de producción de productos de pastelería emitida por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el código en el que se encuentra es el siguiente.

Tabla 19. Clasificación Ampliada de las Actividades Económicas CIIU REV. 4.0

Clasificación Ampliada de las Actividades Económicas CIIU REV. 4.0
C1071 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA.
C1071.0 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA.
C1071.01 Elaboración de pan y otros productos de panadería secos: pan de todo tipo, panecillos, bizcochos, tostadas, galletas, etcétera, incluso envasados.
C1071.02 Elaboración de pasteles y otros productos de pastelería: pasteles de frutas, tortas, pasteles, tartas, etcétera, churros, buñuelos, aperitivos (bocadillos), etcétera.
C1071.03 Servicios de apoyo a la elaboración de productos de panadería a cambio de una retribución o por contrato.
C1073.12 Elaboración de chocolate y productos de chocolate.

Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2015.

Con base en el código de la industria se realizará el estudio tomando en cuenta la información recolectada de la plataforma gubernamental Si Emprende, desarrollada para nuevos emprendimientos dentro del país. Como se muestra en la tabla número catorce es recopilada la información de competidores actuales y potenciales dentro de la industria.

Tabla 20. Competidores actuales

Competidores actuales	1603	Total del mercado	Promedio por negocio
Necesita invertir para su negocio (\$)		15.469.938,99	9.650,62
Total de ventas de los competidores (\$)		72.087.464,71	44.970,35
Total de gastos de los competidores (\$)		41.732.154,57	26.033,78
Número de personas que trabajan		3.831	2
Mujeres		1.823	1
Hombres		2.008	1

Tomado de: Si Emprende. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015.

Interpretando la tabla anterior podemos deducir que actualmente la industria de elaboración de productos de panadería y pastelería se encuentra monopolizada, tomando en cuenta que es grande el número de competidores actuales, la empresa busca ingresar al mercado con la innovación de productos ya existentes, tomando gran posicionamiento en el mercado destinado a un segmento de mercado específico.

5.2 Identificación y caracterización de la demanda

La identificación y caracterización de la demanda procede en tener la habilidad de complacer de manera más eficiente la demanda que el cliente interpreta como un valor agregado. Cumpliendo con sus necesidades y expectativas del cliente a través de un producto que la empresa está dispuesta a ejecutar durante el proyecto.

Según la página del INEC en su portal Sí Emprende el mercado potencial para la comercialización de productos de panadería y pastelería está creciendo dentro del mercado. Como se observa en la tabla número quince de potenciales clientes.

Tabla 21. Potenciales clientes

POTENCIALES CLIENTES		
Grupo Objetivo	33.559	
	Total	Porcentaje
Hombres	17.411	52
Mujeres	16.148	48

Tomado de Si Emprende. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015.

La identificación y caracterización de la demanda procede en tener la habilidad de complacer de manera más eficiente la demanda que el cliente interpreta como un valor agregado. Cumpliendo con sus necesidades y expectativas del cliente a través de un producto que la empresa está dispuesta a ejecutar durante el proyecto.

El análisis de mercado recopiló los siguientes datos, el universo total de la empresa tiene un número de 6.329 de personas con discapacidad visual que corresponden al cantón Quito de la provincia de Pichincha. Entre ellos el 22,3% de la población con discapacidad visual son niños y corresponden a una clase social baja y media/alta.

Como señalan las estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el país el 60% de la población con discapacidad generan ingresos, siendo el 18.2% un pequeño grupo de personas con discapacidad visual que ejercen un trabajo ya establecido, beneficiará a la empresa para la realización de su proyecto, así el producto tendrá un mercado destinado a obtener mayor demanda.

5.3 Identificación y caracterización de la oferta

Dentro de la clasificación nacional de actividades económicas (CIIU 4.0), la empresa está ubicada con el código C1071.01 que pertenece a la clasificación de “Elaboración de pan y otros productos de panadería secos: pan de todo tipo, panecillos, bizcochos, tostadas, galletas, etcétera, incluso envasados”. El CIIU se encuentra dentro del margen de clasificación que tiene como nombre general y código C1071, la elaboración de productos de panadería.

Ecuador en cifras, señala por medio de su sistema operativo que la oferta que se encuentra en el mercado pertenece al número total de personas que se dedican a la panadería y pastelería en Quito. Bajo las cifras señaladas en la tabla podemos observar los datos de personas pertenecientes a un rango de 19 a 49 años, con conocimientos generales en el área, que se encuentran dedicados a la panadería y pastelería dentro de la ciudad, la oferta en el mercado se refleja a los posibles competidores directos que la empresa combatiría al momento de ejecutar su proyecto.

Braille & Sugar S.A. es una empresa con productos nuevos en el mercado y en la industria de la panadería y pastelería, el cual no tiene competidores directos para ser analizado a fondo. Sin embargo, el estudio de empresas existentes favorece a la identificación de la oferta y posibles competencias futuras de la empresa. Se ha empleado un sistema de marketing llamado las 5P's donde se describen varios factores que emplean las empresas competidoras como estrategias de precio, plaza, producto y promoción. Para lograr ganar el mercado y fidelizarlos.

En el siguiente cuadro se exponen los posibles competidores de la empresa Braille & Sugar con factores de oferta dentro del mercado.

Tabla 22. Posibles competidores de la empresa Braille & Sugar

	CupcakeInc.Uio	Panadería y Pastelería la Unión	Santa Cruz Panadería y Pastelería
Promoción	S/p	S/p	S/p
Plaza	Directo al público	Directo al público	Directo al público
Precio	Variedad de precios	Variedad de precios	Variedad de precios
Producto	Cupcakes Pasteles Galletas Popcakes	Pan Galletas Pasteles Pastas	Pan Galletas Pasteles
Nota: En el siguiente cuadro podemos observar la competencia de empresas posibles productores de nuestro producto, mediante la plaza, producto, promoción y precio que nos ayudarán a la planificación de estrategias y toma de decisiones.			

5.4. Instrumentos de recolección de la información

Como menciona Sabino, C. (1992, pp.149, 150) en el proceso de la investigación; Un instrumento de recolección de datos es el principio de cualquier recurso que pueda valerse el investigador para extraer información. Siendo instrumentos amplios y variados que van desde una ficha hasta una sofisticada encuesta. También son soportes que justifican la información, dándole validez a la misma. De esta manera el instrumento sintetiza todos los datos generales de la investigación previa, ejecutando indicadores claves para el desarrollo de encuestas y entrevistas.

La empresa Braille & Sugar tiene como primer instrumento de recolección de información la entrevista, la cual se realizará a 10 personas de la Asociación de Ciegos de Pichincha (ASOCIP). Con el fin de ampliar el campo de información que será sintetizado para elaborar las preguntas que se desarrollaran dentro de la encuesta. Ambas herramientas serán realizadas de forma verbal a personas con discapacidad visual que habitan en la ciudad de Quito.

Población o universo

Para realizar la segmentación de mercado adecuada se toma como base la población urbana de la ciudad de Quito, según el último censo de población 2010, se muestra un universo de 6.359 personas con discapacidad visual pertenecientes al cantón Quito. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

Entrevista

Esta herramienta es una de las más comunes dentro de la investigación. Según Ruiz J., (2007) la entrevista a profundidad se la utiliza para interpretar la explicación a fondo de cada argumento expuesto por los entrevistados a fin de analizar las conductas y sucesos a manera de diálogo.

La siguiente entrevista se realizó a 10 personas, sus respuestas serán sintetizadas para plantear las preguntas precisas dentro de una encuesta, que será realizada posteriormente. Sus resultados se encuentran adjuntos en anexos.

Entrevista:

EDAD:

GENERO: FEMENINO __ MASCULINO__

1. Es usted consumidor de productos de pastelería como galletas, chocolate, cupcakes?

SI__ NO__

2. Con que frecuencia consume usted estos productos?
3. Que productos de pastelería preferiría usted encontrar decorados con sistema braille?
4. Conoce usted algún producto de pastelería que tenga sistema braille?
5. Que características le gustaría que tenga un producto de pastelería en sistema braille?
6. Cree usted que es importante encontrar productos de pastelería en braille como regalo para cualquier ocasión?
7. Que tipos de dedicatoria le gustaría encontrar en los productos de pastelería con sistema braille?
8. Usted estaría dispuesto a pagar un valor agregado por recibir un producto de pastelería con decoración braille?
9. Cree usted que es importante y necesario que la industria de la pastelería se enfoque en el diseño de productos con sistema braille? Porque?
10. Donde le gustaría encontrar este tipo de productos ?

Encuesta:

Según Arturo K., (2015) la encuesta es un técnica de recolección de datos donde una persona o un grupo de personas son interrogadas de manera verbal o escrita, con el fin de obtener determinada información útil y necesaria para seguir adelante con el proceso de investigación.

Al obtener el número exacto del universo al que la empresa Braille & Sugar está dispuesta a dirigirse, es aplicada la siguiente formula, la cual dará a conocer el número de personas con discapacidad visual que deberán ser encuestas para el desarrollo del proyecto. Dando paso al siguiente paso que es el análisis de resultados de cada pregunta dictada en la encuesta. La tabulación de cada preguntada se encuentra en anexos.

Muestra:

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

n= Número de muestra

N= Población de personas con discapacidad visual (6.329)

E= Margen de error (3-5%)

Desarrollo:

$$n = 6329 / (0.05)^2 (6329 - 1) + 1$$

$$n = 6329 / (0.0025) (6328) + 1$$

$$n = 6329 / 16.82$$

$$n = 376.27824.$$

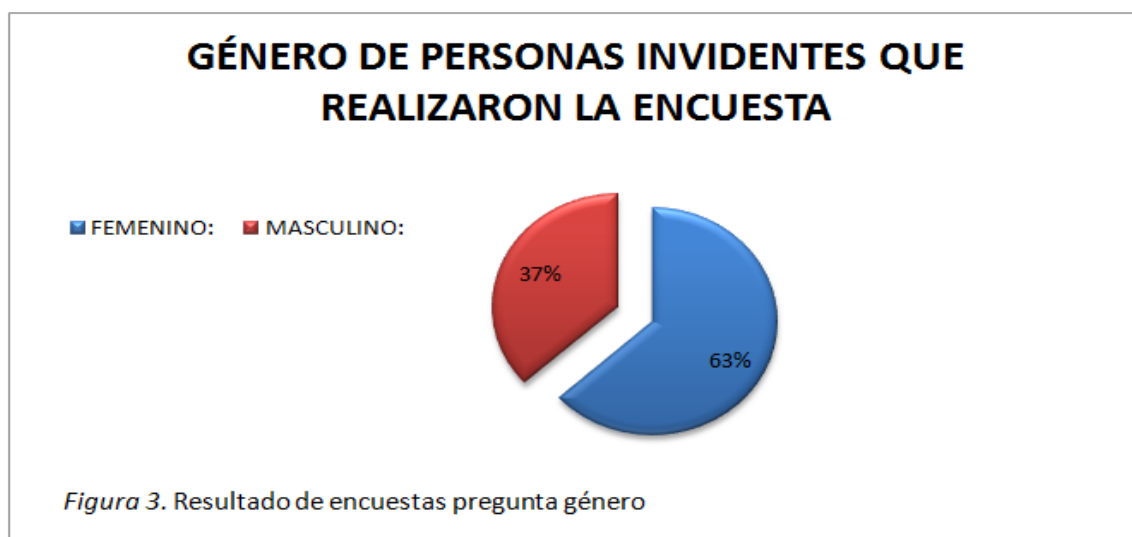
Revisar modelo de encuesta en el anexo 5

5.5 Encuestas y análisis de resultados

Análisis de resultados

Las encuestas fueron realizadas entre los días miércoles 20 de mayo y miércoles 3 de junio de 2015, en horarios de trabajo gracias a la colaboración y apertura de la trabajadora social de la asociación de ciegos de pichincha “ASOCIP”, ubicado en la calle Vintimilla E-609 y Juan León Mera. La muestra de las encuestas está basada en el número de 30 personas con discapacidad visual, sin poder contar con tres personas que no contaban con tiempo disponible para responder la encuesta. A continuación se expresa en gráficos los resultados obtenidos de cada pregunta de la encuesta:

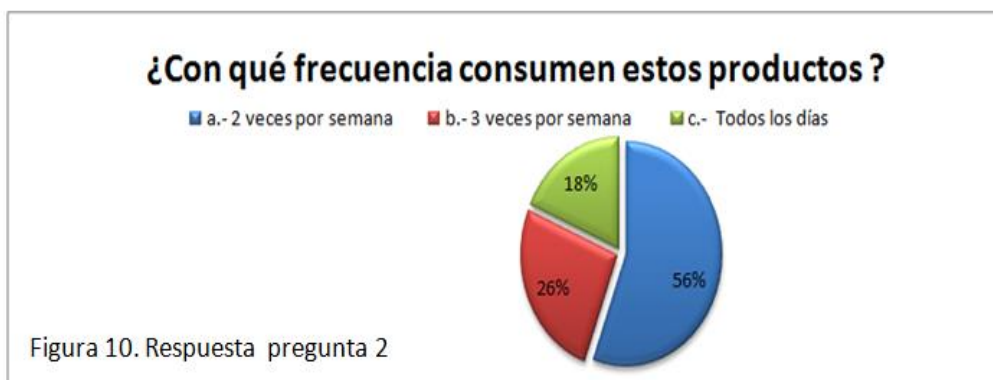
GÉNERO:



Según las encuestas realizadas hubo un total de 19 personas con discapacidad visual del sexo femenino que corresponden al 63% y 11 personas con la misma discapacidad visual de sexo masculino que corresponden al 37%.

PREGUNTA 1:

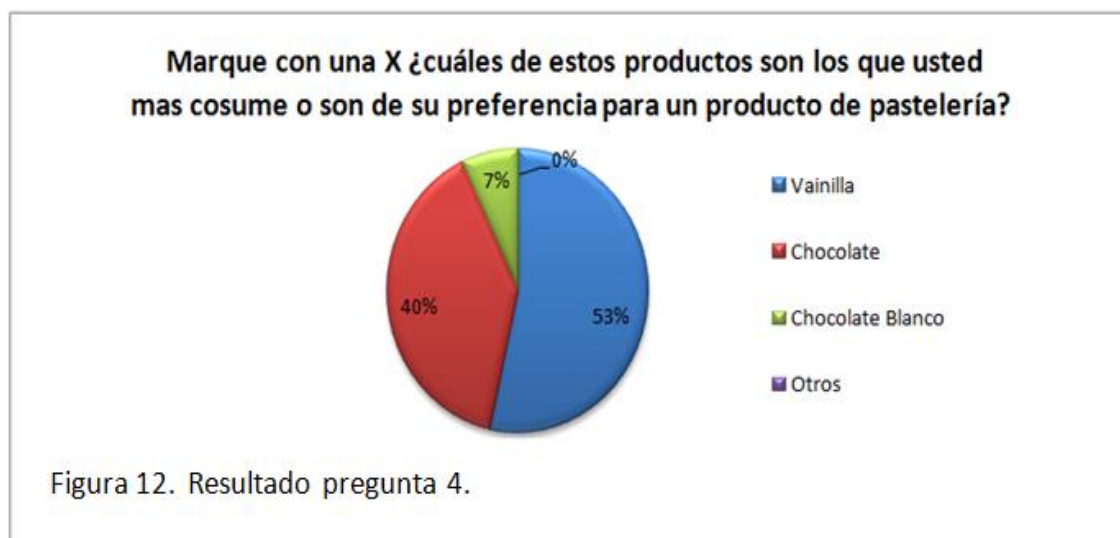
La mayoría de los encuestados: un total del 90% que corresponde a 27 personas discapacidad visual de ambos sexos consume productos de pastelería. A diferencia de 3 (10%) personas que no lo hacen, es por ello que se les agradeció por su colaboración y no concluir su encuesta.

PREGUNTA 2:

Se descartó que un 56% de las personas con discapacidad visual entrevistadas consumen 2 veces por semana productos de pastelería, con un total de 15 personas. Un 25% de personas consumen productos de pastelería 3 veces por semana en total de 7 personas. Y con un porcentaje de 18%, 5 personas con discapacidad visual consumen todos los días productos de pastelería.

PREGUNTA 3:

Ante la necesidad de conocer la preferencia del consumidor dentro de una línea de pastelería, se dieron a conocer los siguientes resultados: un total de 46% tiene como preferencia las galletas, un 26% los chocolates, 11% los cupcakes, 13% las tortas y un mínimo de 4% los popcakes. Por lo tanto se puede afirmar que las personas con discapacidad visual prefieren las galletas y chocolates en mayor porcentaje y no los popcakes por ser un producto nuevo dentro del mercado.

PREGUNTA 4:

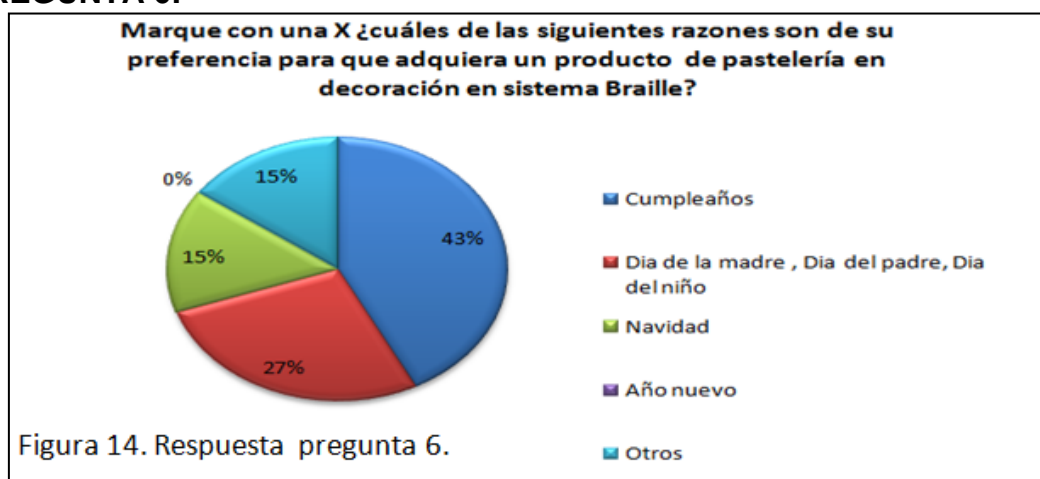
Los sabores predominantes según las estadísticas de las encuestas son el chocolate con más de un 53% de preferencia de personas con discapacidad visual, le sigue un 40% la vainilla ya sea en tortas o galletas. Y con un bajo porcentaje el chocolate blanco 7%. No hubo otro elemento de sabor que se describa dentro las encuestas realizadas.

PREGUNTA 5:



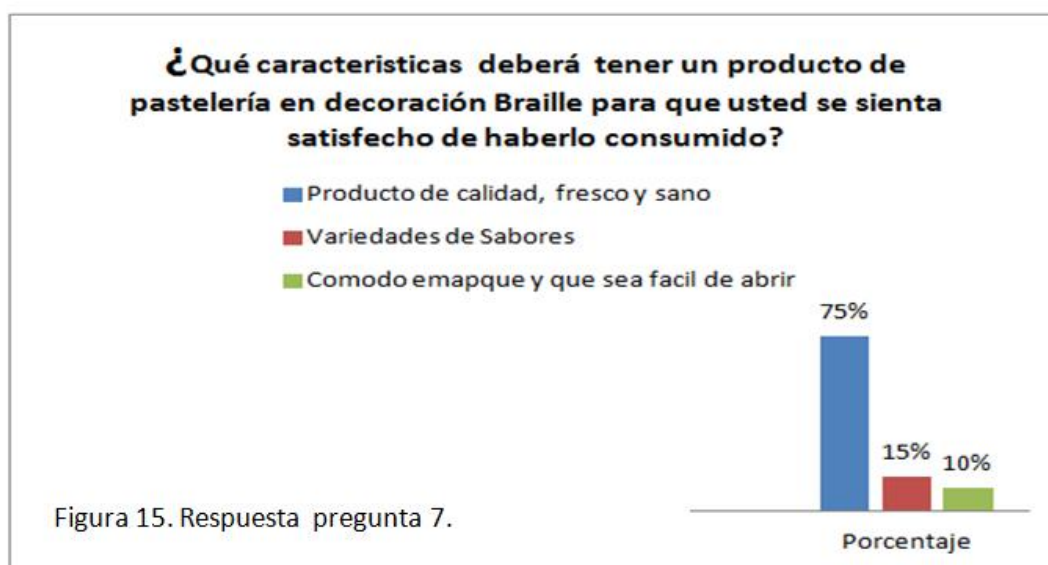
Los resultados ante la importancia de que al cliente con discapacidad visual le agrade tener una dedicatoria en sistema braille fue exitosa, la encuesta señala que un total de 24 personas con discapacidad visual (90%) afirmo su aceptación. De la misma manera 3 personas con discapacidad visual referentes a un 10% negaron su agrado por una dedicatoria en sistema braille.

PREGUNTA 6:

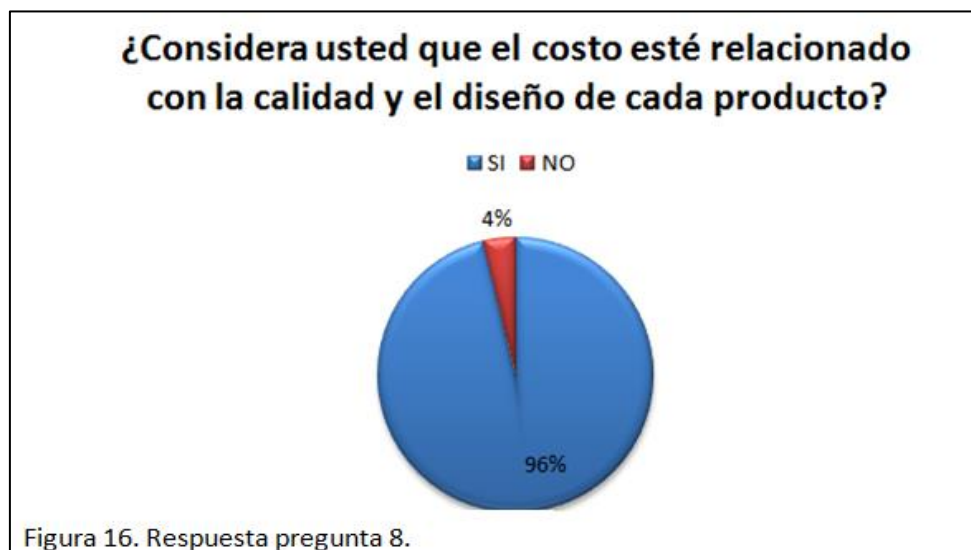


Las respuestas ante esta pregunta fueron de las personas que afirmaban su agrado en obtener una dedicatoria, frase o inicial en un producto con sistema braille. De un total de 27 personas con discapacidad visual se puede inferir que entre sus razones encabeza con un 43% adquirir un producto en cumpleaños, con 27% en días importantes del año como son el día de la madre, del padre y del niño. Con 15% en días festivos como navidad. 0% año nuevo y con un 15% otros los cuales según las encuestas afirman que una razón para adquirir el producto sea el día de san Valentín o del amor y de la amistad.

PREGUNTA 7:



Los resultados dictados por personas con discapacidad visual dentro de un rango de 1 a 3 dentro de la gráfica siendo 1 la más importante y 3 la menos importante, señala que las personas con discapacidad visual tienen como preferencia un producto se encuentre fresco, sano y de buena calidad. Como segunda razón se destaca la variedad de sabores que el producto ofrece y como tercera razón y no menos importante se encuentra el empaque, este debe ser cómodo y fácil de abrir.

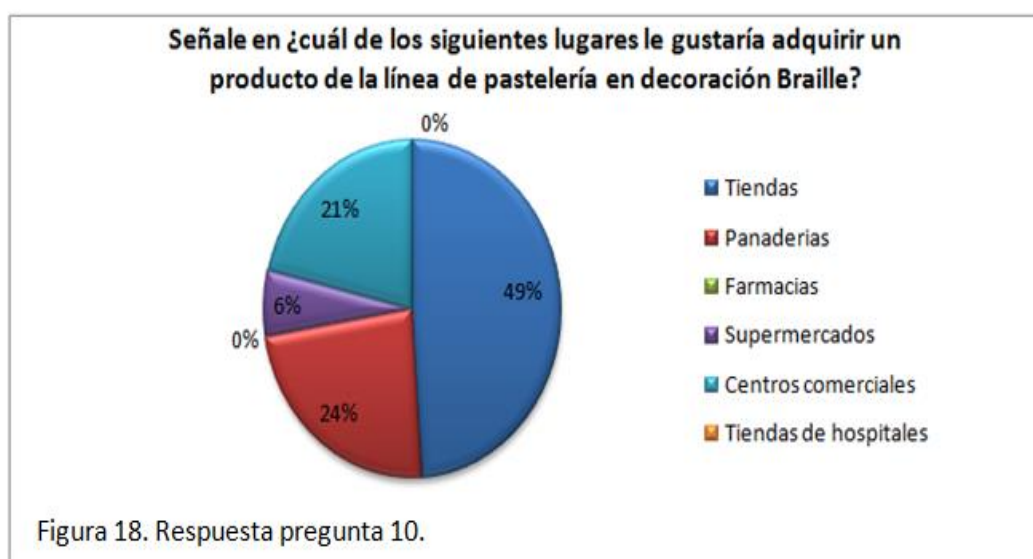
PREGUNTA 8:

Los resultados obtenidos ante la pregunta reflejan si el costo de un producto está relacionado con la calidad y diseño del mismo, son los siguientes: el 96% está de acuerdo que el producto tenga el costo ofertado por su calidad y diseño. Y apenas el 4% no está de acuerdo.

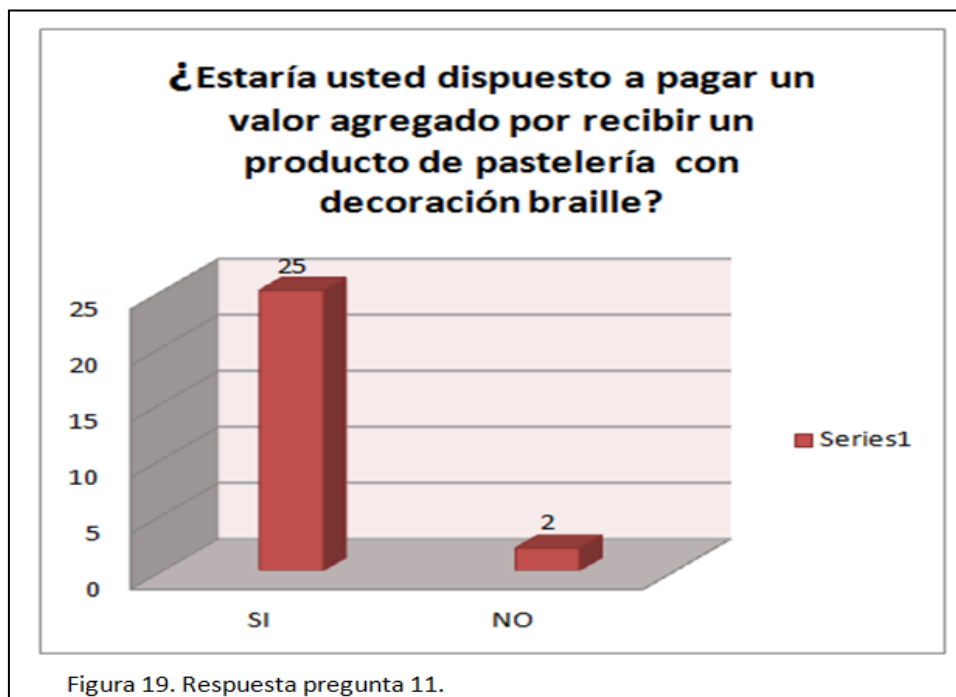
PREGUNTA 9:

El mayor porcentaje de las respuestas, abarcan que la decoración es muy importante sobre un producto de pastelería, animándolo a comprar y llamando su atención. El 6% de las personas encuestadas respondieron que es poco importante y no les llamaba la atención. Sin embargo el 12% respondieron que si tiene un poco de importancia el contar con decoración sobre un producto de pastelería que está dispuesto a consumirse.

PREGUNTA 10:



Es de suma importancia analizar los canales de distribución que la empresa manejará, las personas con discapacidad visual tienen como preferencia lugares como tiendas (49%), panaderías (24%), supermercados (6%) y centros comerciales (21%). De la misma manera no obtuvo ninguna aceptación, encontrar la línea de productos de pastelería dentro de tiendas de hospitales y farmacias ya que se obtuvo como resultado una aceptación del 0%.

PREGUNTA 11:

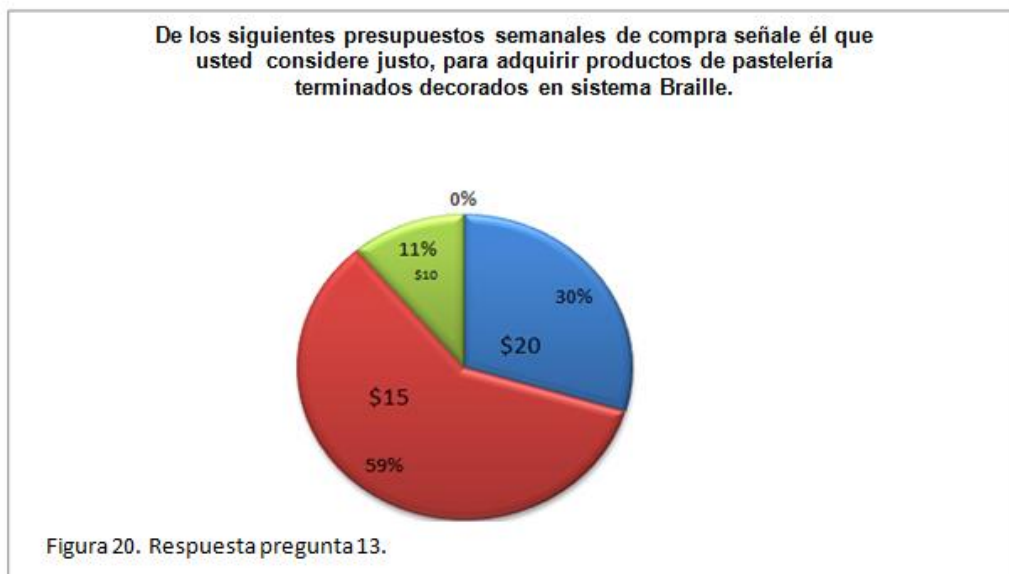
La mayoría de las respuestas afirman que las personas estarían dispuestas a pagar un valor agregado por recibir un producto de pastelería con decoración en braille. Un total de 25 personas afirmaron su respuesta con un sí, del mismo modo 2 personas negaron su aceptación otorgándole un mínimo porcentaje

PREGUNTA 12:

Pregunta 12																																RESPUESTAS VÁLIDAS	PRUEBA DE ERROR	VALIDACIÓN ERROR			
¿Escriba cuánto gasta semanalmente en productos de pastelería?																																					
Número Encuesta		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30						
10		1		1	1					1	1																							4	0	OK	
11																1							1				1							3	0	OK	
12				1																		1	1											7	0	OK	
15													1																					2	0	OK	
16																															1			1	0	OK	
20																							1											1	0	OK	
25				1				1	1					1	1		1									1					1			8	0	OK	
30						1						1																				1			3	0	OK
												1							1															2	0	OK	

Tabla 23. Resultado de la encuesta pregunta 12

Dentro del análisis del siguiente cuadro se puede observar los rubros que las personas con discapacidad visual gastan durante la semana siendo el valor menor 10 dólares y el mayor de 30 dólares, la mayoría de encuestados gastan un rango entre 12 y 25 dólares a la semana. Es por ello que pueden cubrir con los gastos en productos de pastelería previstos semanalmente.

PREGUNTA 13:

Siendo los ingresos mensuales una estadística importante dentro del análisis del mercado, las personas encuestadas dieron a conocer que los presupuestos semanales gastan el 59% \$15 dólares. El 11% de las personas encuestadas gastan \$10. Y el 30% tienen un gasto de \$20. La información recolectada de esta preguntada ayudara a saber cuál es la cantidad que el segmento de mercado al que está dirigido se aproxima a gastar por un producto de pastelería.

CAPÍTULO VI

6. Plan de marketing

Según Kotler, P. y Armstrong, G. (2013, p.G7). El marketing es el proceso mediante el cual las empresas crean un valor para los clientes, generando sólidas relaciones con los consumidores donde son cumplidos exitosamente los objetivos del cliente como de la empresa.

6.1 Segmentación:

Características: La principal razón de consumo de una línea de productos de pastelería en decoración Braille es el desarrollo de nuevos productos innovadores dentro de la industria de pastelería, que cumplen como objetivo satisfacer con fines frutivos o gratificantes, así creando un valor agregado fisiológicamente y emocionalmente para el consumidor final.

Siguiendo los conceptos antes mencionados se realizó la segmentación de mercado, la investigación se basó en personas que poseen discapacidad visual, conocedoras del sistema braille, con un ingreso mensual. Es por eso que los productos de Braille & Sugar S.A. buscan llegar a satisfacer las necesidades del consumidor no vidente con una variedad de sabores y excelente calidad en sus productos al momento de ser consumidos, llenando sus expectativas y creando un cliente fiel para la marca.

La empresa busca crear una experiencia única dentro de la persona al momento de que el producto sea consumido, generando emociones positivas dentro de la persona al saber con exactitud la frase que se encuentra determinada sobre el producto decorado por medio de letras del alfabeto en sistema braille como decoración en la parte superior del producto.

- 6.1.1 Geográfica:** La empresa Braille & Sugar S.A. tiene como objetivo principal comercializar sus productos dentro de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, en el sector Mariscal Sucre.
- 6.1.2 Demográfica:** El segmento de mercado se encuentra destinado al 28.26% de la población quiteña, los cuales representan a personas que poseen discapacidad visual de un total de 2.239.191 habitantes dentro de la ciudad de Quito.
- 6.1.3 Psicográfica:** se encuentra dirigido a las personas con discapacidad visual que consumen semanalmente productos de pastelerías. Con el beneficio de tener un nuevo artículo de pastelería dentro del mercado con decoración en sistema braille.
- 6.1.4 Conductual:** mediante las encuestas realizadas anteriormente, se determinó que un total del 90% de la población quiteña de personas con discapacidad visual consume productos de pastelería, se encontró que el 56% de la población consume dos veces por semana y el 26% tres veces por semana productos de pastelería.

A continuación se presenta la explicación de cada uno de los componentes de la empresa que se basa en el modelo de marketing mix. Según los siguientes autores Lovelock, C., Reynoso, J., y D' Andrea, G., (2011). Administración de Servicios, Estrategias para la creación de valor en el paradigma de los negocios.

6.2 Producto:

Los autores Lovelock, C., Reynoso, J. y D' Andrea, G., Huete L., Wirtz J., (2011, p. 64) definen que el producto debe ser destacado por sus características distintivas y el servicio siendo la fuente suplementaria, considerando satisfacer las necesidades del cliente frente a las posibles competencias que desarrolle la empresa.

De esta manera la propuesta de la empresa Braille & Sugar S. A. ofrece una línea de productos de pastelería en decoración braille, como se observa en la figura siguiente. Su comercialización se encuentra mediante varios canales de distribución que han sido manifestados por personas con discapacidad visual, demostrando que en la investigación de mercado surge un gran interés por obtener un producto destinado a un segmento de mercado específico dentro de la ciudad de Quito.



Figura 21. Fotografías de muestras de productos de pastelería terminados, decorados en sistema braille.

Tomado de: Littlewonderland., (2015)

Calidad única de la línea de productos de pastelería: La empresa Braille & Sugar pone a su alcance productos que se encuentran preparados diariamente utilizando procedimientos definidos y bajo estrictas normas de higiene y manipulación, aplicando 4 productos personalizados para cumplir con todas las expectativas del consumidor.

La empresa cuenta con proveedores calificados para suministrar la materia prima de alta calidad. Ofrece el transporte adecuado para el producto hacia los canales de distribución.

Empaque: El empaquetado será de fácil manipulación, en el caso de las galletas y chocolates tendrán un plástico transparente resistente para evitar contaminación al momento que la persona con discapacidad visual tenga contacto con el empaque. La manipulación el producto es por el tacto, la persona con discapacidad visual podrá leer su significado mediante el sistema braille. Para el resto de productos serán en cajas descartables para la entrega final del artículo.

Etiquetado del producto: Sirve para identificar el producto, diferenciarlo, dar un servicio al cliente y cumple con las normativas o regulaciones establecidas por el sector de alimentos y bebidas.

Tres factores importantes del etiquetado:

1.- Logo o marca de la empresa: se colocará el logotipo de la empresa sobre el empaque producto.

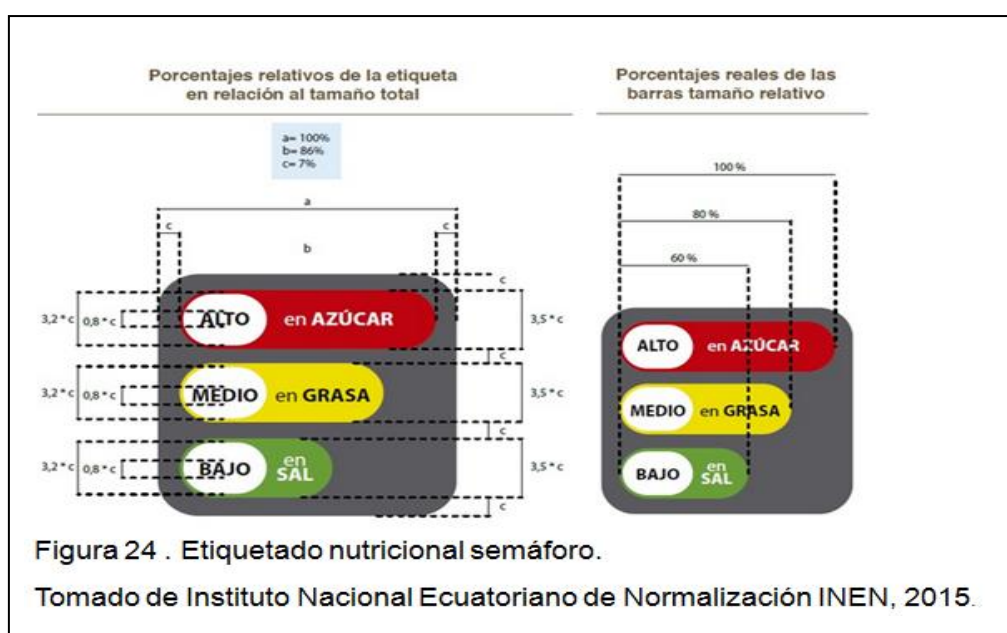


Figura 22. Logo de la empresa para etiquetado de productos



Figura 23. Logo de la empresa para etiquetado de productos en sistema braille.

2.- Etiquetado semáforo: se coloca en la parte posterior del producto, indica la cantidad de azúcar, grasa y sal dependiendo la composición de cada producto de la línea de pastelería en decoración braille. Avalado por el reglamento de etiquetado de alimentos que han sido procesados para el consumo humano, estableciendo el sistema de alertas de calorías utilizando los tres colores del semáforo. (Las nomenclaturas y conformación escrita de los empaques se realizarán en el sistema braille).



3.- Etiquetado nutricional: el etiquetado es importante para que el consumidor conozca datos importantes del producto, se ubica en la parte posterior del empaque o producto. El consumidor lee las etiquetas para conocer la fecha de elaboración y vencimiento del producto, identificar los ingredientes y aditivos que contiene y las características nutricionales del producto. (Las nomenclaturas y conformación escrita de los empaques se realizarán en el sistema braille).

INFORMACION NUTRICIONAL		
Porción: <1 (200 ml)>		
Porciones por envase: <5>		
<100ml> <1 porción>		
Energía (kcal)	36	72
Proteínas (g)	3,5	7,0
Grasa total (g)	0,1	0,2
H. de C. disp. (g)	5,2	10,4
Lactosa (g)	5,2	10,4
Sodio(mg)	48	96
Potasio(mg)	165	330
Vitamina B2 (mg)	0,2	24 %
Vitamina B12(µg)	0,3	50 %
Calcio (mg)	128	32 %
Fósforo (mg)	103	26 %
Magnesio (mg)	12	8 %
Iodo (µg)	9	13 %
Zinc (mg)	0,4	5 %

(*) % en relación a la Dosis Diaria Recomendada

Figura 25. Etiquetado nutricional.

Tomado de Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización INEN, 2015.

6.3 Marca:

Como lo señala Vicente, M. (2009, p.35). La marca es un nombre, término, signo o diseño que pretende identificar un producto y diferenciarlo de la competencia. Brinda al consumidor: ventajas, beneficios, soluciones y satisfacciones.

Ante la pérdida de diferencia de productos se buscan significados para que el consumidor pueda mantenerlos en su mente a través de la marca, es por ello que la empresa Braille & Sugar S.A. ha designado como colores estratégicos: el color rosado, café y azul aguamarina dentro de sus logotipos.



Figura 25. Logo de la empresa

6.4 Servicio:

Según Kotler, P. y Armstrong, G. (2013, p.G11). Señala al servicio como una actividad intangible, llegando a satisfacer al cliente. Siendo la base de las operaciones de la empresa como es el servicio ofertado al cliente por varios factores como son el punto de distribución y la atención al cliente.

La empresa Braille & Sugar S.A. ofrece un servicio complementario de atención al cliente y el asesoramiento para pedidos en grandes pequeñas cantidades de productos personalizados en el caso que el cliente lo requiera.

Además la empresa cuenta con un servicio excepcional de transporte donde el producto será transportado de manera fiable hasta llegar al lugar de destino. La empresa cuenta con servicio de entrega, el cual es encargado de distribuir en varios puntos de venta de la ciudad de Quito y acudirá a los lugares donde el pedido será entregado con puntualidad.

6.5 Estrategias de marketing

Como menciona Kotler, P. y Armstrong, G. (2013, p.G4) las estrategias del marketing abarcan dos aspectos fundamentales con el fin de lograr sus objetivos, los cuales determinan factores relevantes para lograr llegar al cliente y satisfacer sus necesidades favoreciendo a la empresa y son los siguientes:

1. La lógica que tiene el marketing en el cual las empresas aspiran crear un valor significativo para el cliente y lograr obtener una relación bajo estándares de rentabilidad con sus clientes.
2. Lograr que la empresa se enfoque en realizar objetivos publicitarios, bajo la creación de nuevos mensajes de publicidad que ayudarán a la mejor elección de publicidad dentro del medio.

6.5.1 Estrategia de precio:

La fijación de precio que se utilizará para la comercialización de los productos de pastelería terminados, decorados en sistema Braille se realizará mediante tres estrategias básicas para la determinación de precio.

1. **Fijación de precios por segmento:** Mediante esta estrategia los precios de venta del producto no se basan en los costos es decir, la venta de productos se fija en dos rangos de consumo diario en una presentación simple, pero atractiva y venta de productos como un acabado llamativo dentro de un empaque elaborado y con detalle en la presentación final.
2. **Fijación de precios por valor agregado:** Se eligió esta estrategia pues mediante esta táctica se pretende comercializar los productos de pastelería decorados en sistema braille con un alto valor agregado tanto en presentación final y elaboración, utilizando materia prima de calidad, por lo que el precio se eleva un poco, agregándose un valor por sus acabados.
3. **Fijación psicológica de precios:** Se recurrió a esta estrategia ya que además de los factores económicos se pretende comercializar una experiencia única en el cliente, es por ello que el cliente adquiere una experiencia y un producto de pastelería.

Tomando como referencia las encuestas realizadas en el capítulo 4 de investigación de mercados, los precios sugeridos están dentro de un rango de 10.00 USD a 15.00 USD que representan el gasto semanal de cada persona con discapacidad visual.

Los productos de pastelería en decoración braille varían de acuerdo al producto requerido por el cliente, sin embargo según la investigación se obtiene que la persona con discapacidad visual consume productos de pastelería semanalmente y sus ingresos se encuentran ubicados en una posición media y baja. El posicionamiento que tome el producto dentro del mercado es crucial para la fijación de su precio, así en gran producción se puede escatimar que el producto abarcará el mercado en general en primera estancia si se llegara a obtener competidores directos.

6.5.2 Estrategia de Distribución

Según Lovelock C., Reynoso J., D' Andrea G., Huete L., Wirtz J., (2011, p. 64) la estrategia de distribución utilizada para comercializar el producto y/o servicio, será entrega directa o también se trabajará en conjunto con empresas terciarias para realizar el trabajo. Es por ello primordial que se incorpore los medios adecuados para la debida asignación de entrega.

La distribución que ofrece la empresa Braille & Sugar S.A. es a través de canales de distribución con mayor acogida por parte de las personas con discapacidad visual encuestadas. Por tal motivo se otorgó un punto de venta para el público que se encuentra en un lugar específico en la planta de producción ubicada en la ciudad de Quito. Y sus canales de distribución varían, puede ser tiendas, panaderías y centros comerciales.

6.5.3 Estrategia de Producto:

Línea de producto: los productos que ofrece la empresa Braille & Sugar S.A. se encuentran en estándares de precios que varían entre ellos. Para comenzar los sabores disponibles serán chocolate y vainilla evaluados en las encuestas realizadas anteriormente.

- Deliciosas galletas con sabor a chocolate y vainilla, decoradas con glasé blanco y en la parte superior frases o iniciales en decoración Braille. Sellados al vacío con empaque plástico al contorno de todo el producto, para que la persona con discapacidad visual pueda realizar la lectura por medio del sentido del tacto sin que el alimento sea manipulado y no exista ningún tipo de contaminación.
- Chocolates: se encuentran de diversas figuras ya sea corazón, rectangulares, tipo paleta, etc. Los chocolates llevarán una pequeña frase o inicial en la parte frontal del producto. De la misma manera su empaque será sellado al vacío para que este pueda manipularse con facilidad al momento de la lectura. Al tener contacto con el calor de las yemas de los dedos, es recomendable que la persona con discapacidad visual no manipule en exceso el chocolate, puesto que se perdería. De la misma manera el producto tiene una simbología pequeña como es la inicial de un nombre.
- Cupcakes: elaborados con masa de diversos sabores, su cobertura será de fondant señalizada en sistema braille con pequeñas grageas que determinarán la frase o inicial. Los cupcakes vendrán en presentación de 1 a 6 unidades dentro de cajas desechables. El etiquetado es importante, llevará el logo de la empresa impreso en sistema Braille, etiqueta nutricional y etiqueta tipo semáforo.

6.5.3 Estrategias de Comunicación:

Las estrategias de comunicación son un factor esencial en el proceso del marketing, uno de los factores más relevantes es atraer a los clientes con la propuesta de la empresa. Una manera de comunicación es establecer una relación con medios de comunicación. Esto ayudará a que los consumidores directos e indirectos como los familiares de personas con discapacidad visual

conozcan el producto que se ofertará dentro del mercado y donde pueden localizarlo. Los medios comunes como televisión, radio, redes sociales, prensa escrita y medios impresos crean una comunicación de tipo externa que la compañía requiere para alcanzar el mensaje y el posicionamiento del producto en la mente de posibles consumidores frecuentes.

Por otro lado como estrategia no menos importante es generar la confianza por parte del cliente y obtener buenas referencias del mismo. Esto quiere decir que los productos que se desarrollan dentro de la empresa Braille & Sugar S.A. recibirán observaciones, comentarios, sugerencias para crear una retroalimentación y que el cliente pueda sentirse escuchado. Si bien es cierto es difícil complacer a todas las personas pero es una forma de lograr una excepcional relación de comunicación con el cliente y esforzarse porque el ejecutivo esté satisfecho con el producto y servicio que ofrece la empresa debido a que ello también provoca la promoción boca a boca.

6.6 PLAN LEGAL

6.6.1 FIGURA JURÍDICA

La figura jurídica de la empresa Braille & Sugar S. A. se representa como sociedad anónima, en las leyes del Estado ecuatoriano.

La sociedad anónima es la aportación de varios accionistas que responden únicamente hasta el monto de sus acciones, de acuerdo a las normas jurídicas la denominación: Braille & Sugar deberá tener las abreviaciones "S.A."

Para efectos fiscales y tributarios la empresa es una sociedad capital por naturaleza, la intervención de la formación de una sociedad anónima requiere al menos dos o más accionistas al momento de constituir la.

La responsabilidad de los accionistas responde únicamente por el monto de sus acciones. Dentro de la constitución de la empresa existe un respaldo jurídico mediante escritura pública, con previa resolución aprobada por la "Superintendencia de Compañías". En el momento que se realiza la validación

y notarización de la misma, se pondrá en marcha rigiéndose en las leyes estatales.

Capital dentro de la sociedad anónima:

El capital está constituido por las aportaciones de cada uno de los accionistas. El capital mínimo como ley en el Ecuador es de \$ 800.00 dólares en el periodo actual. Las aportaciones de los accionistas son divididos en los activos y patrimonio de la empresa.

Aspectos importantes para la empresa:

- *Número de socios:* el número de socios o accionistas deberá ser con un mínimo de dos accionistas, se puede construir un tipo de sociedad dependiendo de las aspiraciones de la empresa.
- *Actividad de la empresa:* Braille & Sugar se basa en la fabricación de productos de pastelería en decoración braille, lícitos brindando servicio y venta para los consumidores y proveedores, basándose en las normas establecidas en la constitución de la empresa y las reglamentaciones del municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- *Demandas económicas del proyecto:* el capital de la empresa se encuentra conformado por las acciones de los socios que constituyen la sociedad.
- *Responsabilidad de los socios:* la empresa deberá enfrentarse a las normativas legales que rige la constitución. Es por ello que la responsabilidad puede llegar a ser ilimitada y únicamente responder al capital aportado de cada socio.

Modos de tributación de cada personalidad Jurídica.

Impuesto de Sociedades:

- ✓ Sociedades ilimitadas
- ✓ Sociedades anónimas
- ✓ Sociedades laborales
- ✓ Sociedades cooperativas

6.2.2 Permisos de Funcionamiento:

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).
- Ministerio de Salud.
- Servicio de rentas internas (SRI).
- Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito.
- Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE).
- Cuerpo de Bomberos.

CAPÍTULO VII

7. PLAN FINANCIERO

En este capítulo se realizará considerando los resultados que se obtuvieron en los planes de marketing en donde se detallaron datos como inversión inicial para la empresa, activos, pasivos y la forma de financiamiento. Desarrollados en un libro de Excel con datos reales de inversión y supuestos en nóminas y flujos de caja proyectados.

Según el cálculo financiero estos son los valores de iniciación, además reflejan los valores a solicitar al banco, para iniciar el negocio, Braille & Sugar se financiará con un préstamo comercial solicitado a la Corporación Financiera Nacional (CFN), y gracias al simulador de crédito que ahora está accesible vía online se calculó el valor estimado con una tasa de interés del 10.50%, con un plazo de 60 meses o 5 años.

Tabla 24. Supuestos (análisis de sensibilidad)

PROYECTO " BRILLE & SUGAR "			REGRESAR AL MENU PRINCIPAL							
ANALISIS DE SENSIBILIDAD										
SUPUESTOS PARA EL ANALISIS										
PRECIO COMPRA UNIDAD	0,83									
PRECIO DE VENTA POR UNIDAD	1,65									
Incremento			INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA							
Año	Ventas	Gastos	PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES	\$ 12.741						
2	10,00%	5,00%	PERIODO DE RECUPERACION EN MESES	12						
3	10,00%	8,00%	COSTO - BENEFICIO	1,91						
4	10,00%	10,00%	TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA	24,65%						
5	10,00%	10,00%	VALOR ACTUAL NETO	\$ 14.088						
			RESULTADOS PROYECTADOS ANUALES			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TASA DE DESCUENTO			12,00%	VENTAS DEL AÑO	178.200	196.020	215.622	237.184	260.903	
TOTAL INVERSION			\$ 33.300	UTILIDAD ANUAL	6.104	8.926	11.520	13.859	16.096	
EN ACTIVOS FIJOS			\$ 35.607	UTILIDAD ANUAL ACUMULADA	6.104	15.030	26.550	40.409	56.505	
EN CAPITAL DE TRABAJO			-\$ 2.307	FLUJO DE CAJA ANUAL	11.160	11.043	12.704	13.687	15.071	
INVERSION PROPIA APROXIM			30,00%	FLUJO DE CAJA ACUMULADO	11.160	22.203	34.907	48.595	63.666	
INVERSION PROPIA			\$ 10.690							
DEUDA BANCARIA			\$ 22.610							

Tabla 25. Resumen de costos

RESUMEN COSTOS EMPRESA BRAILLE & SUGAR				PRODUCTO	TOTAL
				1	
Venta				14.850,00	14.850,00
COSTO DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA					
Materia Prima 1		VARIABLE		7.545,45	7.545,45
		VARIABLE		-	-
		VARIABLE		-	-
		VARIABLE		-	-
SUMA de MATERIA PRIMA				7.545,45	7.545,45
Indice de Materia Prima				50,81%	50,81%
MANO DE OBRA DIRECTA					
Nómina de Obreros		VARIABLE		1.062,00	1.062,00
Beneficios Sociales		VARIABLE		265,50	265,50
Aporte Patronal 12.15% Producción		VARIABLE		129,03	129,03
Uniformes				-	-
Otros				-	-
Suman Mano de Obra Directa				1.456,53	1.456,53
GASTO INDIRECTO DE FABRICACION					
Nómina Gastos Indirectos		FIJO		-	-
Benef. Soc. MOI		FIJO		-	-
Aporte Patronal 12.15% MOI		FIJO		-	-
Mantenimiento		FIJO		120,00	120,00
Servicios Basicos:					-
Energía Electrica		FIJO		80,00	80,00
Agua		FIJO		50,00	50,00
Telefono		FIJO		80,00	80,00
Gastos Movilización		FIJO		160,00	160,00
Gastos mantenimiento		FIJO		100,00	100,00
Gastos Varios		FIJO		100,00	100,00
Suman Indirectos				690,00	690,00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION				9.691,99	
TOTAL FIJOS				690,00	690,00
TOTAL VARIABLES				9.001,99	9.001,99
PORCENTAJE VARIABLE				60,62%	60,62%

7.1 Cálculo del punto de equilibrio en valores monetarios

La fórmula que se encuentra a continuación es método más utilizado y se aplica

a empresas o negocios que producen varios productos y/o servicios. Braille & Sugar es la empresa implemento este método para observar la factibilidad del negocio en cuanto a valores calculados en el desarrollo del plan financiero.

FÓRMULA:

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTO VARIABLE}{VENTAS}}$$

La empresa "Braille & Sugar" tiene los siguientes datos:

Ventas: \$ 14.850,00

Costos fijos: \$ 9.691,99

Costos variables: \$ 9.001,99

El punto de equilibrio anual

$$PE = \frac{9.691,99}{1 - \frac{9.001,99}{14.850,00}}$$

PE = S/. 24.611,11 Ventas de equilibrio anuales

Tabla 26. Punto de equilibrio mensual

ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO				TOTAL
ANEXO DE COSTOS FIJOS				
COSTOS Y GASTOS FIJOS				5.891
RELACION COSTOS Y GASTOS VARIABLES SOBRE VENTAS				53,81%
CÁLCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO				
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES	=	COSTOS FIJOS		5.891
		1	(CV / PRECIO)	46,19%
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES				12.753
PUNTO DE EQUILIBRIO EN KILOS VENDIDOS				
PUNTO DE EQUILIBRIO EN KILOS				7.729

Tabla 27. VAN Y TIR

CÁLCULO DE VAN Y TIR								
TASA DE DESCUENTO								
ANUAL	12,00%							
VAN	TIR FINANCIERA	INVERSION INICIAL	FLUJOS ANUALES					VALOR DE
	ANUAL		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	RESCATE
12.372	23,22%	-34.200	11.322	10.902	12.556	13.533	14.910	3.126
12.372	-34.200	46.572	10.109	8.691	8.937	8.601	8.460	1.774
PRINCIPALES INDICADORES								
VALOR ACTUAL NETO	12,372			AÑO 5				
		Cuentas por cobrar		1.087				
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA	23,22%	Activos fijos		11.462				
COSTO - BENEFICIO	1,85	Cuentas por pagar		-9.423				
		Valor Neto		3.126				

- PG Projectado revisar anexo 38.

7.2 Resultados de estado de pérdidas y ganancias

- Los resultados obtenidos han sido presentados en formato facilitado por la Escuela de Gastronomía de la Universidad de las Américas (2014).
- En los resultados se puede apreciar los valores de facturación anual, costos de materia prima anual, la utilidad generada durante cada año, la mano de obra, y los gastos fijos para el desarrollo de la empresa.
- Algunos valores se encuentran representados dentro del análisis de sensibilidad, lo cuales reflejan el flujo en efectivo que se obtendrá en 5 años que corresponde:

Tabla 29. Indicadores de evaluación financiera.

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	\$ 12.753
PERÍODO DE RECUPERACIÓN EN MESES	12
COSTO - BENEFICIO	1,85
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA	23,22%
VALOR ACTUAL NETO	\$ 12.372

RESULTADOS PROYECTADOS ANUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS DEL AÑO	178.200	196.020	215.622	237.184	260.903
UTILIDAD ANUAL	6.027	8.840	11.444	13.795	16.045
UTILIDAD ANUAL ACUMULADA	6.027	14.868	26.312	40.107	56.152
FLUJO DE CAJA ANUAL	11.322	10.902	12.556	13.533	14.910
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	11.322	22.224	34.780	48.313	63.223

Los resultados son bastante favorables para una empresa que recién entra en el mercado con una nueva propuesta y que además por ser nueva cuenta con un capital limitado y financiado, durante el primer año se calcula generar ventas altas y lograr alcanzar el punto de equilibrio, en el segundo año las ventas aumentan pero la utilidad decrece, logrando recuperar la inversión en el tercer año, durante el cuarto y quinto año el negocio empieza a dar verdaderamente frutos, por lo que es un negocio a largo plazo y se requiere paciencia y perseverancia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La contextualización y síntesis en la investigación del marco teórico como primer capítulo, enriqueció los conocimientos del autor del proyecto y permitió analizar puntos clave del desarrollo del proyecto. Aunque existen fuentes de información académicas limitadas en el área de estudio, el aporte de las encuestas y los análisis de resultados que fueron proporcionados con la ayuda de personas con discapacidad visual encuestadas. De tal manera el proyecto se logró plasmar de manera completa.

El objetivo general se cumplió con éxito el diseño y creación del plan de negocio para la empresa Braille & Sugar se concretó con la creación de productos en sistema braille para personas con discapacidad visual que tendrá un gran éxito dentro del mercado. Su análisis financiero fue factible para la implementación de nuevos productos adquiridos a un segmento de mercado limitado con precios accesibles, con ideas innovadoras para el consumo diario.

Dentro de los objetivos específicos se cumplen los esquemas señalados como es la elaboración de un análisis del entorno, concretando la matriz FODA, generar proyecciones a corto y largo plazo con la ayuda de entrevistas que sirvieron como técnicas de observación y también aportaron en la definición de procesos.

La ejecución del plan financiero fue esencial para saber que los ingresos de la empresa serán recuperados a partir de los 12 meses, posteriormente serán saldados los préstamos que fueron de suma importancia para la ejecución del proyecto.

Los análisis de resultados generaron un alto porcentaje de participación en el mercado, el cual alcanzan una ventaja competitiva frente a los competidores. Las estrategias de marketing propuestas dentro del proyecto son las más viables para la participación de la empresa dentro de un segmento limitado.

En el diseño de producto, en el caso de Braille & Sugar se recurrió a buscar expertos en el área de alimentos y bebidas para crear en base a sus aportes y consejos los menús a ofertar, otra fuente útil fue la aplicación de encuestas como herramienta de investigación para conocer y definir un perfil del posible cliente. Se estableció márgenes de producción para el desenvolvimiento de la empresa. Con el uso y desarrollo de las herramientas para la investigación de mercados obtener datos fidedignos para aprender acerca de las preferencias y requerimientos de los ejecutivos además, fue muy útil para definir las preferencias del cliente en cuanto a estilo, sabor y calidad de los productos previstos dentro del perfil investigado.

Finalmente se recomienda que el presente proyecto sea leído desde el capítulo principal para entender las especificaciones y diferenciación en cuanto al mercado meta y el producto que ofrece Braille & Sugar.

Se concluye el plan de negocios, habiendo ampliado conocimientos a pesar a la premura del tiempo, fue interesante trabajar bajo presión y poder cumplir con los estatutos exigidos.

Se recomienda para futuras investigaciones crear nuevas propuestas, y productos innovadores como el del proyecto Braille & Sugar con un aporte personal, sirviendo como fuente de investigación para futuras generaciones.

REFERENCIAS

- AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA ARCSA. (2013). *Reglamento de registro y control sanitario de alimentos procesados*. Recuperado el 26 de septiembre de 2015 desde <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/REGLAMENTO-DE-REGISTRO-Y-CONTROL-SANITARIO-DE-ALIMENTOS-PROCESADOS-Acuerdo-No.-00004871.pdf>
- ARMOSTRONG, G. y KOTLER, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. (11.ed). Estado de México, México. Editorial: Pearson.
- ARCSA. (2015). *Permiso de funcionamiento ARCSA*. Recuperado el 13 de junio del 2015 de <http://www.controlsanitario.gob.ec/normativa-vigente/>
- AYALA. (2015). Gerencia de Mercadeos. Recuperado el 27 de septiembre de 2015 desde <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc098.htm>
- BILHEUX, R. y ESCOFFIER, A.(1993). *Traité de pâtisserie artisanale*. Tratado de pastelería artesana. España, Editorial: St- Honoré.
- BILHEUX, R. y ESCOFFIER, A. (1993). *Tratado de pastelería artesanal*. Barcelona, España: Editorial: Otero/Garriga.
- CAZAR, R. (2001). Breve análisis de la situación de las discapacidades en el Ecuador. Recuperado el 16 de mayo del 2015 de http://icevi.org/latin_america/publications/quito_conference/analisis_de_la_situacion_de_las_.htm
- CHIAVENATO I., (2010) Comportamiento organizacional. Segunda edición. México: McGraw-Hill.
- CUERPO DE BOMBEROS. (2014). *Permiso de funcionamiento*. Recuperado el 15 de junio del 2015 de http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6
- DISTRITO METROPOLITANO QUITO. (2014). *Requisitos y permisos de funcionamiento*. Recuperado el 15 de junio del 2015 de <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/>

- DISTRITO METROPOLITANO QUITO. (2014). *Requisitos para trámites*. Recuperado el 15 de junio del 2015 de <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/>
- DUCHENE, I. y JONES, B. (2008). *Le Cordon Bleu Dessert Techniques*. Barcelona, España: Editorial: Bruma.
- ECO-FINANZAS. (s.f.). Capacidad instalada: Diccionario. Recuperado el 03 de mayo del 2015 de http://www.ecofinanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm
- EKOSNEGOCIOS, (2015). *Negocios especiales*. Recuperado el 15 de mayo del 2015 de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/especiales/documentos/testimonios.pdf>
- GUIA OSC, (2013). *Planeación Estratégica y Desarrollo Institucional Ecuador (PEYDI)*. Recuperado el 2 de abril del 2014 de <http://guiaosc.org/que-es-plan-estrategico-como-se-define/>
- GARCÍA, A. (2013). *Consumo con etiquetado Braille*. Recuperado el 13 de marzo del 2015 de http://www.consumer.es/web/es/solidaridad/proyectos_y_campanas/2013/03/05/216067.php
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. (2013). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Recuperado el 1 de Abril de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec//actividades-y-recursos-de-salud/>
- INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL. (2015). *Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo*. Obtenido de <http://www.utm.edu.ec/unidadriesgos/documentos/decreto2393.pdf>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. (2013). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Recuperado el 26 de septiembre de 2015, de http://www.academia.edu/4969230/CAPACIDAD_INSTALADA
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 13 de mayo de 2015 de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/si-emprende/>

- KOONTZ H., HEINZ W., & MARK C., (2008) *Administration*. Decimotercera edición. México: McGraw-Hill.
- KOTLER, P. y ARMSTRONG, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. (11ª ed.). México D.F., México, Pearson Education, Inc.
- KOTLER, P, BLOOM, P. Y HAYES, T. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*, Primera Edición, Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- LANGNER, M. (Viernes, 27 de diciembre de 2002) *Poco apoyo para las personas ciegas en el Ecuador*. La Hora. Recuperado el 14 de mayo del 2015 de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1000130505/-1/Poco_apoyo_para_las_personas_ciegas_en_el_Ecuador.html#.VVfZxIJ3Tc
- LOCHET, E. (2004). *El pequeño Larousse de la Cocina*. México, D.F: Editorial: Larousse, S.A.
- MALHOTRA, K. (2008). *Investigación de Mercados* Quinta Edición. México. Pearson Educación
- MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA. (2014). *Permiso de funcionamiento*. Recuperado el 13 de junio del 2015 de <http://www.salud.gob.ec/tag/permisos-de-funcionamiento/>
- MINISTERIO DE CULTURA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.(Junio de 2011). *Políticas para una Revolución Cultural*. Obtenido de Políticas para una Revolución Cultural: <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/Revolucion-Cultural-2011-Folleto.pdf>
- REPOSITORIO UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO. Recuperado el 14 de mayo del 2015 de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/389/1/90861.pdf>
- RODRIGUEZ, A. (2011). *RRHH. Descripción de puestos*. Recuperado el 7 de mayo del 2015 de <http://rodriguez-peralta.blogspot.com/2011/03/i.html>


- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI). (2015). *Requisitos para trámites*. Recuperado el 15 de junio del 2015 de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-para-tramites>
- SABINO, C. (1992). *El proceso de investigación*. Ed. Panapo, Caracas. Recuperado el 14 de mayo del 2015 de <http://portal.eco.unc.edu.ar/files/Biblioteca/Gu%C3%ADa/ProcesoInvestigacion.pdf>
- TAPIA, I. (2013). *Guía para interactuar con personas ciegas*. Corporación Resplandor. Recuperado el 19 de marzo del 2015 de http://www.integrando.org.ar/datosdeinteres/it_guia_acompaniante.htm
- TORRAS, M. (2014). *Estrategias didactas para la enseñanza del sistema Braille*. Innovación en la enseñanza. Universidad Internacional de Valencia. Edición 1°. Valencia – España. Recuperado el 17 de marzo del 2015 de <http://www.viu.es/blog/estrategias-y-didactica-para-la-ensenanza-del-sistema-braille/>
- UDO (2010). *Espacio informativo propuesto por el Rol de Medios*. Recuperado el 14 de mayo del 2015 de <https://bloquemetodologicodelainvestigacionudo2010.wordpress.com/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>
- UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS. (2013). *Manual de Gastronomía UDLA*. Quito, Pichincha : UDLA . Recuperado el 2015 de Mayo de 30
- VALENZUELA, I. (2013) *Etiquetado Braille*. Recuperado el 13 de marzo del 2015 de <http://curiosidades.batanga.com/4659/como-funciona-el-sistema-braille>
- VILLAR-GÓMEZ, F. (2002). *Entre dos mundos. Revista de traducción sobre discapacidad visual*. Centro Bibliográfico y Cultural. Edición 19°. Madrid – España.
- WIKIPEDIA, (s.f.). *Delivery*. Recuperado el 26 de marzo del 2015 de <http://es.wikipedia.org/wiki/Delivery>.
- WOLTER, A. (1989). *Repostería*. Colombia: Círculo de lectores S.A.

ANEXOS

ANEXO 1. Receta estándar para elaboración de cupcakes

		FACULTAD DE GASTRONOMÍA	
NOMBRE DE LA RECETA		CUP CAKES CON FONDANT	
GÉNERO		PASTELERÍA	
PORCIONES / PESO *PORCIÓN		4 PORCIONES	
CANTIDAD			
	UNIDAD	INGREDIENTES	OBSERVACIONES
2	U	HUEVOS	
125	GR	MANTEQUILLA	
225	GR	AZUCAR	
125	ML	LECHE	
270	GR	HARINA	
10	GR	LEVADURA EN POLVO	
5	GR	VAINILLA	
C/N	C/N	PASTA FONDANT	
C/N	C/N	AZUCAR GLAS	
		COLORANTE DE FONDANT	
		GRAGEAS PLATIADAS	
FOTOGRAFÍA			VALOR TOTAL
PROCEDIMIENTO			
1.- Batir los dos huevos con el azúcar y la mantequilla.			
2.- Añadir a la mezcla anterior la leche, el extracto de vainilla, la harina tamizada y la levadura.			
3.- Hornear durante 18-20 minutos a 160°C, hasta que hayan subido y estén firmes al tacto.			
4.- Recortar la pasta de fondant en discos de las dimensiones de los cupcakes y colocar las grageas.			
Receta estándar con el formato de Escuela de gastronomía de la Universidad de las Américas (Universidad de las Américas, 2013)			

ANEXO 2. Receta estándar para elaboración de paletas de chocolate.

		FACULTAD DE GASTRONOMÍA	
NOMBRE DE LA RECETA		PALETAS DE CHOCOLATE	
GÉNERO		CHOCOLATERÍA	
PORCIONES / PESO *PORCIÓN		24 UNIDADES	
CANTIDAD			
	UNIDAD	INGREDIENTES	OBSERVACIONES
300	GR	AZUCAR	
60	GR	GLUCOSA	
100	ML	AGUA	
80	ML	LICOR DE CEREZA	
50	GR	CEREZAS EN ALMIBAR	
CUBIERTA			
500	GR	CHOCOLATE SEMIAMARGO	
FOTOGRAFÍA			VALOR TOTAL
PROCEDIMIENTO			
1.- Realizar un almibar y bartirlo para el fondant.			
2.- Añadir a la mezcla el licor de cerezas.			
3.- Cortar en pequeños trozos las cerezas.			
4.- Templar el chocolate y colocar en el molde, posteriormente aplicar el relleno.			
<small>Receta estándar con el formato de Escuela de gastronomía de la Universidad de las Américas (Universidad de las Américas, 2013)</small>			

ANEXO 3. Presentación.

Presentación de datos										
IDEA DE NEGOCIO:										
Planta de producción de línea de productos de pastelería en decoración con sistema braille para personas invidentes.										
Se busca utilizar un producto de calidad, posicionarse en el mercado técnicas de pastelería										
MERCADO:										
Personas de 25 a 64 años de la ciudad de norte de la ciudad de Quito, con estudios superiores, de clase media alta.										
OBJETIVOS										
• Determinar con qué frecuencia una persona invidente consume productos de pastelería.										
• Conocer si la persona invidente estaría dispuesto a pagar un valor agregado a un producto de pastelería que lleve decoración en sistema braille.										
• Ofertar un producto accesible en el mercado con precios cómodos y de alta demanda.										
• Analizar y determinar las necesidades de la persona invidente en cuanto la empresa Braille & Sugar llegue a satisfacer la necesidades del cliente.										
• Identificar el perfil del cliente y sus preferencias respecto al producto que ofrecerá Braille & Sugar.										
• Realizar el estudio y el análisis de posible competencia existente dentro de la ciudad de Quito.										
• Alcanzar una tendencia dentro del segmento del mercado destinado, con la creación de productos innovadores, de variedad y de alta calidad destinados para la persona invidente dentro de la ciudad de Quito.										
• Determinar los lugares destinados para la venta de productos de pastelería, alcanzando mayor ventaja competitiva con la competencia que tiene un producto similar al de la empresa Braille & Sugar.										

ANEXO 4. Entrevista guía.

#	Pregunta	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Pregunta 9	Pregunta 10	ANÁLISIS
Edad	Años	58	27	47	37	29	60	57	40	38	49	Promedio entre 27 a 60 años
Sexo	Masculino femenino	F	M	M	M	F	F	M	F	F	M	Femenino (5) Masculino (5)
1	Es usted consumidor de productos de pastelería como galletas, chocolate, cupcakes, tortas?	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	No	SI	La mayoría de las personas invidentes consumen los productos de pastelería como galletas, chocolates, cupcakes y tortas.
2	Con que frecuencia consume usted estos productos?	3 veces por semana	2 veces por semana	1 vez por semana	3 veces por semana	Rara vez	3 veces por semana	1 vez por semana	3 veces a la semana	2 veces por semana	3 veces por semana	La mayoría de las personas invidentes consumen estos productos 3 veces por semana.
3	Que productos de pastelería preferiría usted encontrarlos decorados con sistema braille?	Galletas	Galletas	Galletas	Galletas y Chocolates	Chocolates	Tortas y chocolates	Galletas	Tortas y chocolates	Galletas	Tortas y galletas	Como producto de mayor aceptación fueron las galletas.
4	Conoce usted algún producto de pastelería que tenga sistema braille?	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Ninguna persona invidente conoce de un producto de pastelería con sistema braille.
5	Que características le gustaría que tenga un producto de pastelería en sistema braille?	Sabor Fácil de Abrir	Calidad y comodo empaque	Calidad	Practico y sano	buen sabor y calidad	Fresco y con buen sabor	De calidad	Manlega sabor	Rico y sano	Fácil de abrir y buen empaque, de sabor y sano	Características que gustan del producto Buen sabor Buena presentación Fácil de preparar

6	Cree usted que es importante encontrar productos de pastelería en braille como regalo para cualquier ocasión?	A veces	Si	Si	No, de consumo diario	Si	Si	Si	Si	Si	Si	La mayoría de las personas invidentes se encontraron facilitadas con la idea de recibir como regalo un producto en braille
7	Que tipos de dedicatoria le gustaría encontrar en los productos de pastelería con sistema braille?	Frase de cariño	Cumpleaños,	Abreviaturas	Nombres	Das Importan-	Cumpleaños	Frases	frases de amor	Iniciales	Feliz día	Cumpleaños, Día de la madre, frases como te quiero, te amo.
8	Usted estaría dispuesto a pagar un valor agregado por recibir un producto de pastelería con decoración braille?	Pagaría	Si	Cero	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Todas las personas invidentes entrevistadas favorecieron a pagar un valor agregado para el producto.
9	Cree usted que es importante y necesario que la industria de la pastelería se enfoque en el diseño de productos con sistema braille? Porque?	Si, mis colegas necesitan consumir un producto así	Si, nos prestarían más atención a las personas con esta discapacidad	Si	Si	Si	Si fomentar cosas nuevas	Si es importante	Si porque no hay	Si	Si porque es un producto innovador	Las personas invidentes favorecieron el surgimiento de la idea del proyecto ya que no se lo encuentra en el mercado y es innovador para muchos.
10	Donde le gustaría encontrar este tipo de productos?	Centro comercial	Panaderías	Centros comerciales Tiendas y panaderías	Centros comerciales y tiendas	Supermercado	Tiendas y panaderías	Supermercado y centros comerciales	Tiendas cercanas	Supermercado	Hospitales y tiendas	Las personas invidentes prefieren adquirir sus productos en tiendas cercanas, y centros comerciales.

ANEXO 6.

CUESTIONARIO

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer los gustos y preferencias del consumidor (persona con discapacidad visual) relacionado con el consumo de productos de pastelería decorados en sistema braille listos para consumirse.

Se garantiza la No difusión al público de la información proporcionada por el encuestado.

El tiempo total para la elaboración de la siguiente encuesta es de 7 minutos.

Código de encuesta ()

Mujer () Hombre()

1. ¿Consume usted productos de pastelería?

Si () En caso de responder si pase a la pregunta 2

No () Si su respuesta es no agradecemos su colaboración

2. ¿Con qué frecuencia consumen estos productos?

2 veces por semana () 3 veces por semana () Todos los días ()

3. Marque con una X ¿cuáles de estos productos son los que usted mas consume o son de su preferencia?

Galletas ()

Chocolates ()

Cupcakes ()

Popcakes ()

Tortas ()

4.- Señale ¿cuál de los siguientes sabores es de su preferencia para un producto de pastelería?

Vainilla ()

Chocolate ()

Chocolate blanco ()

Otros _____

5.- ¿Le agradaría encontrar una dedicatoria, pequeñas frases de amor, iniciales, un nombre como decoración en braille sobre un producto de pastelería?

Si () En caso de responder si pase a la pregunta 5

No () En caso de responder no pase a la pregunta 7

6.- Marque con una X ¿cuáles de las siguientes razones son de su preferencia para que adquiera un producto de pastelería en decoración en sistema Braille?

Cumpleaños ()

Día de la madre , Día del padre, Día del niño()

Navidad ()

Año nuevo ()

Otros () Señale cual? _____

7. ¿Qué características deberá tener un producto de pastelería en decoración Braille para que usted se sienta satisfecho de haberlo consumido?

De 1 a 3 siendo 1 la razón de consumo que sea más importante y 3 la razón de consumo que sea la menos importante.

Producto de calidad , fresco y sano ()

Cómodo Empaque y que sea fácil de abrir ()

Variedad de sabores ()

8.- ¿Considera usted que el costo esté relacionado con la calidad y el diseño de cada producto?

Si ()

No ()

9. ¿Cree usted, que la decoración sobre un producto de pastelería es importante para llamar su atención como consumidor?

Muy importante ()

Poco importante ()

Nada importante ()

10. Señale en ¿cuál de los siguientes lugares le gustaría adquirir un producto de la línea de pastelería en decoración Braille?

Tiendas ____

Panaderías ____

Farmacias ____

Supermercados ____

Centros comerciales ____

Tiendas de hospitales ____

11.- ¿Estaría usted dispuesto a pagar un valor agregado por recibir un producto de

pastelería con decoración braille?

Si ()

No ()

12.- ¿Cuánto gasta semanalmente en productos de pastelería?

13.- De los siguientes presupuestos semanales de compra señale él que usted considere justo, para adquirir productos de pastelería terminados decorados en sistema Braille.

Escriba X en un solo casillero

| 5

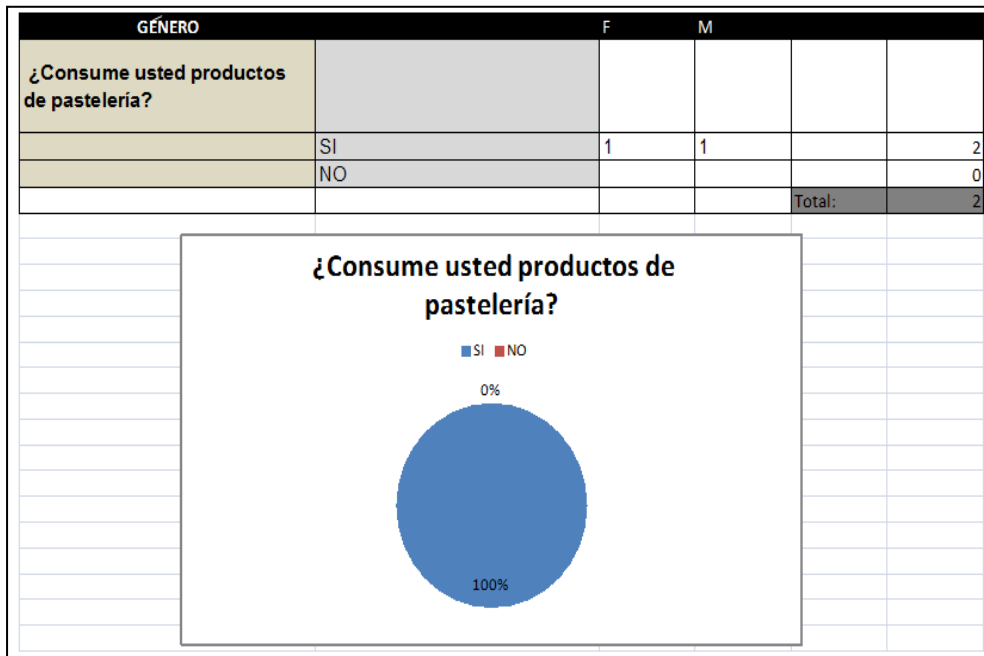
10

15

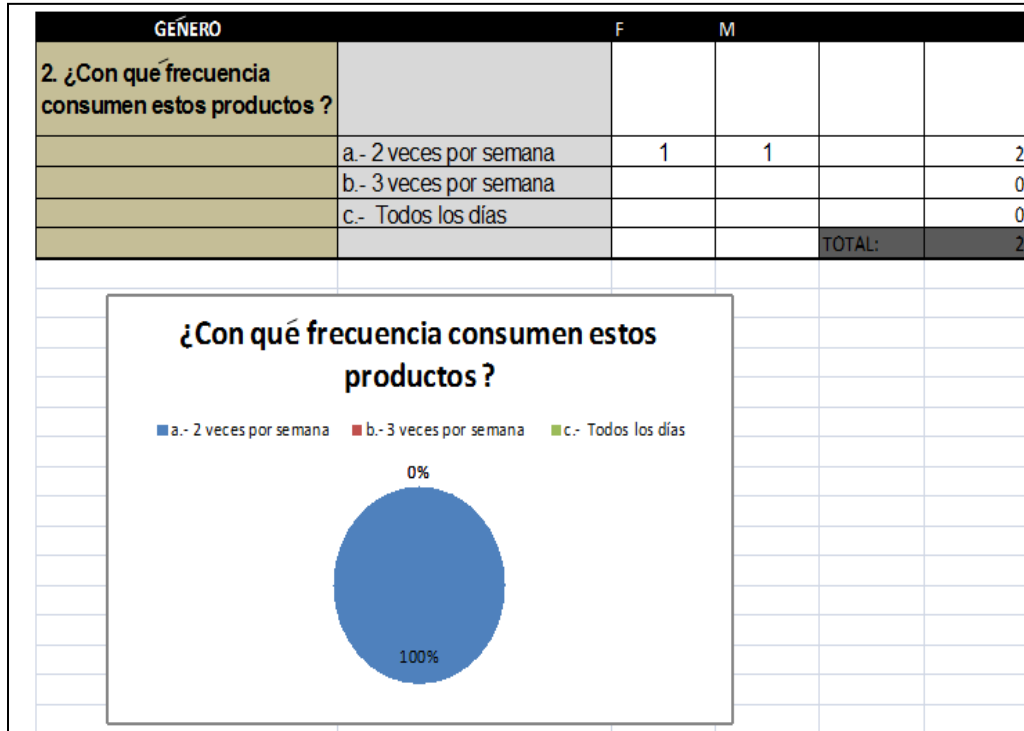
20 |

GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN.

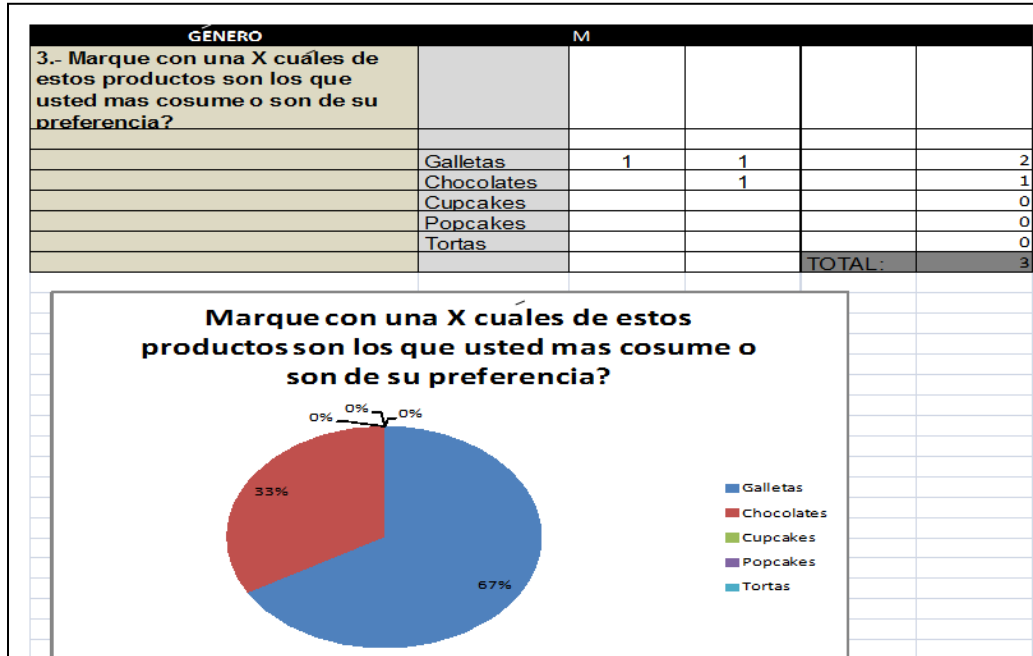
ANEXO 8. P. Recordación 1.



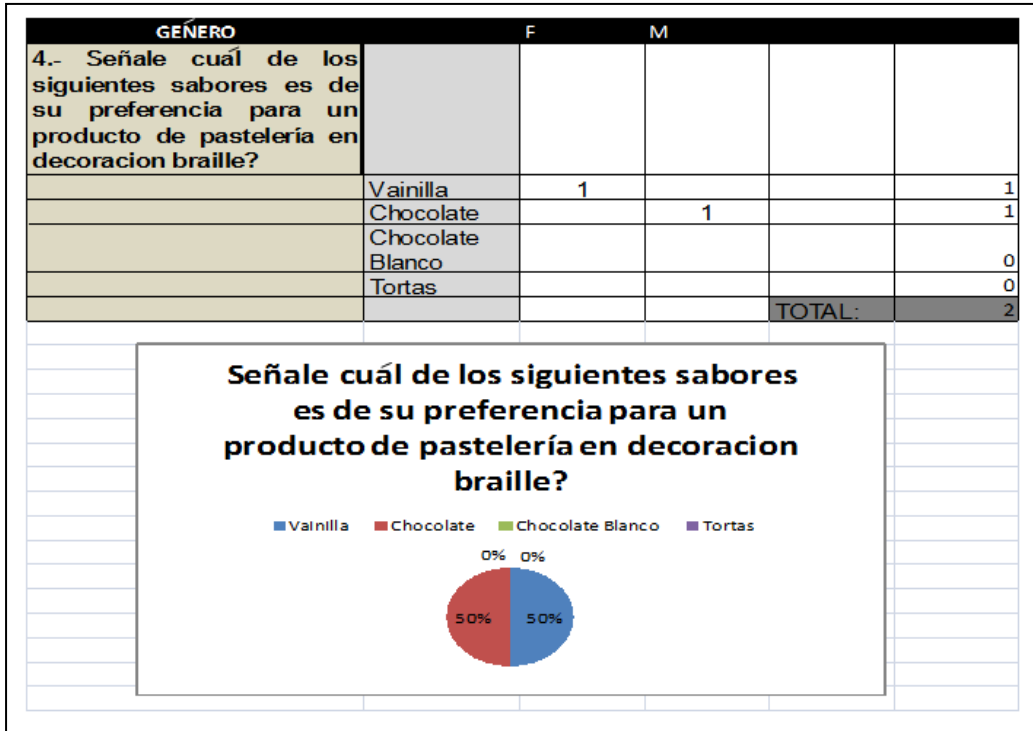
ANEXO 9. P. Recordación 2.



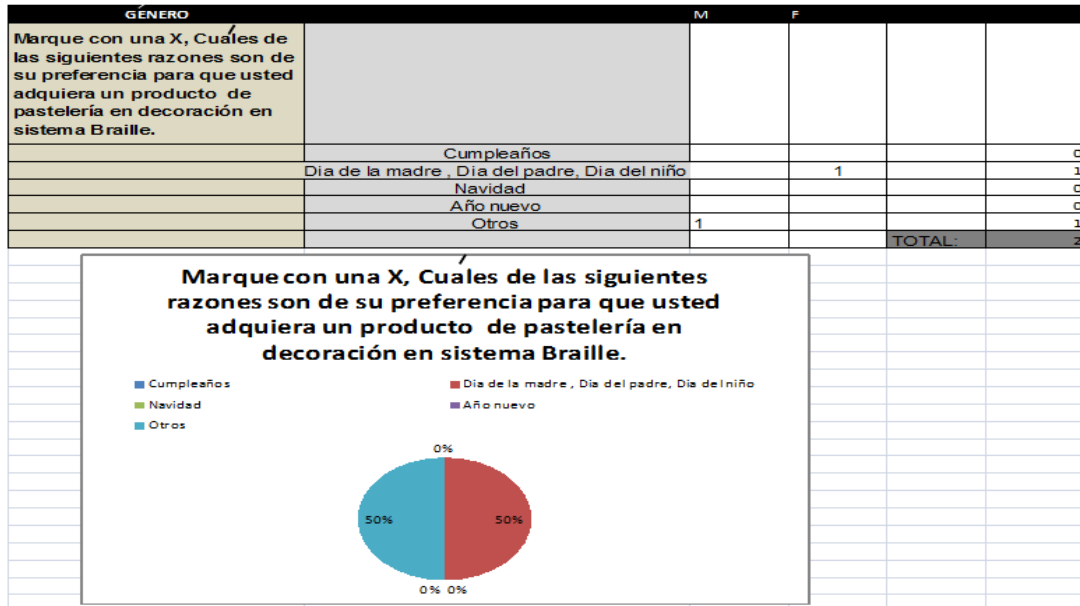
ANEXO 10. P. Recordación 3.



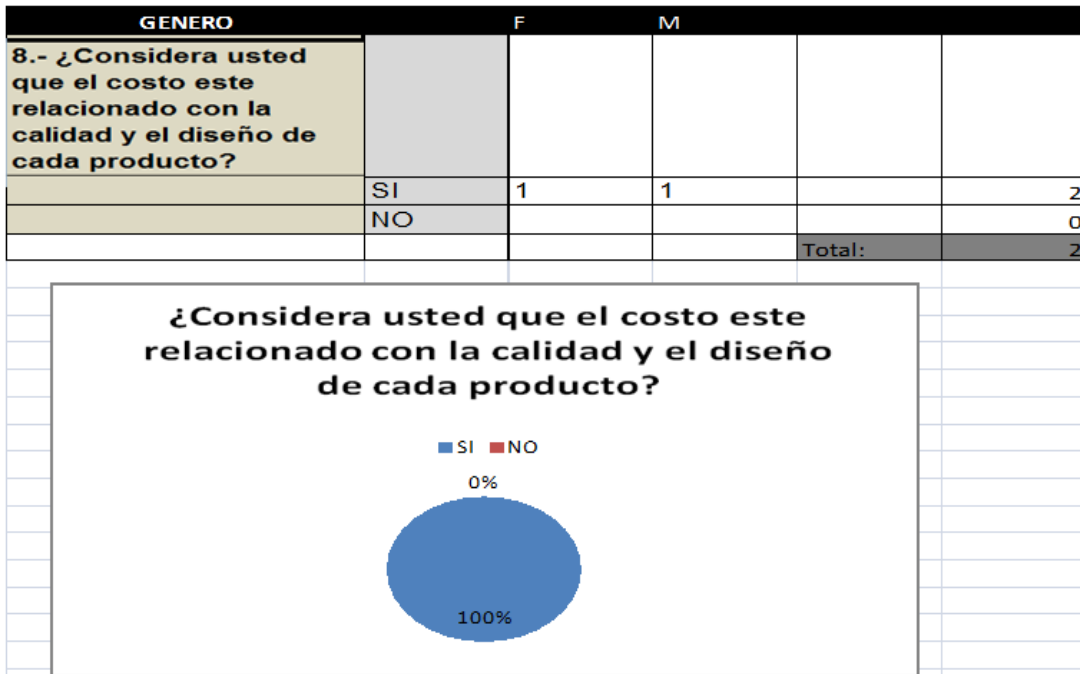
ANEXO 11. P. Recordación 4.



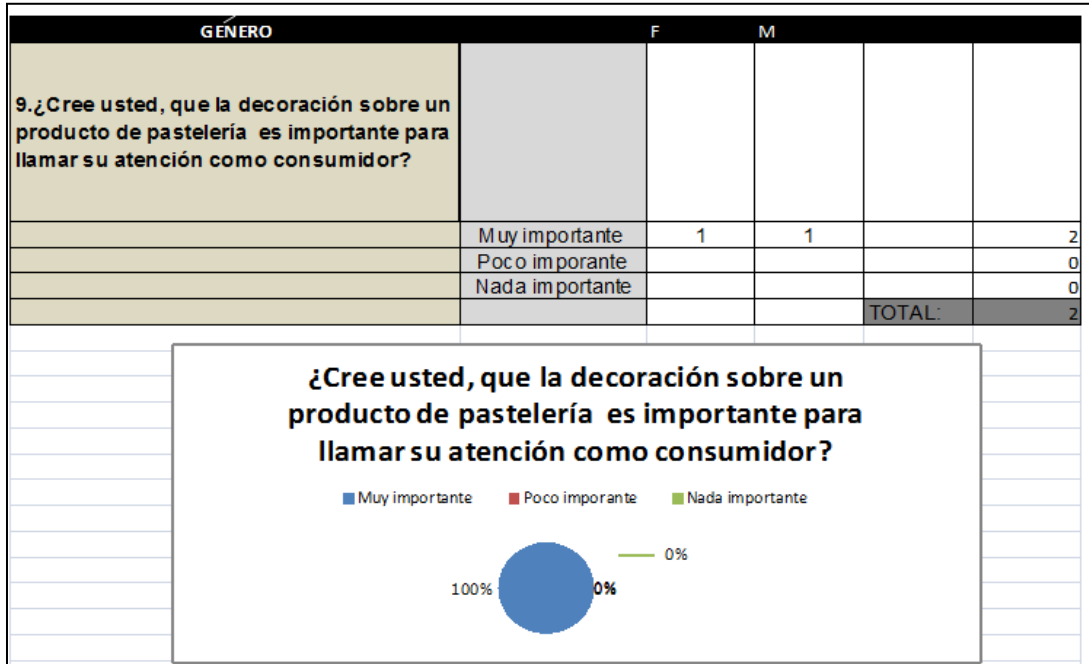
ANEXO 14. P. Recordación 7.



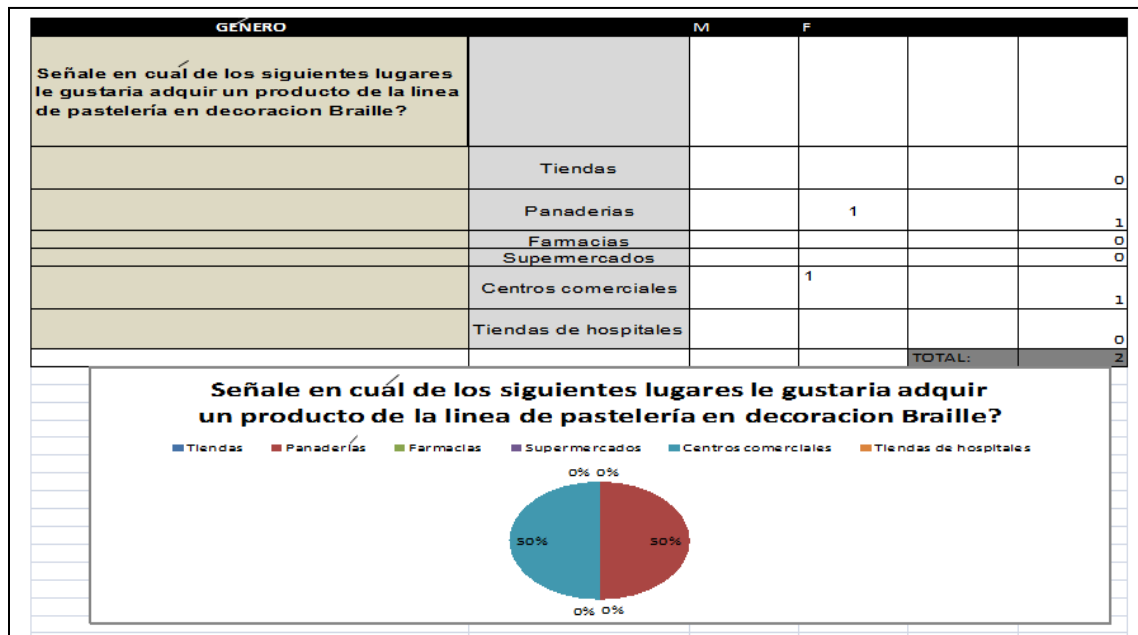
ANEXO 15. P. Recordación 8.



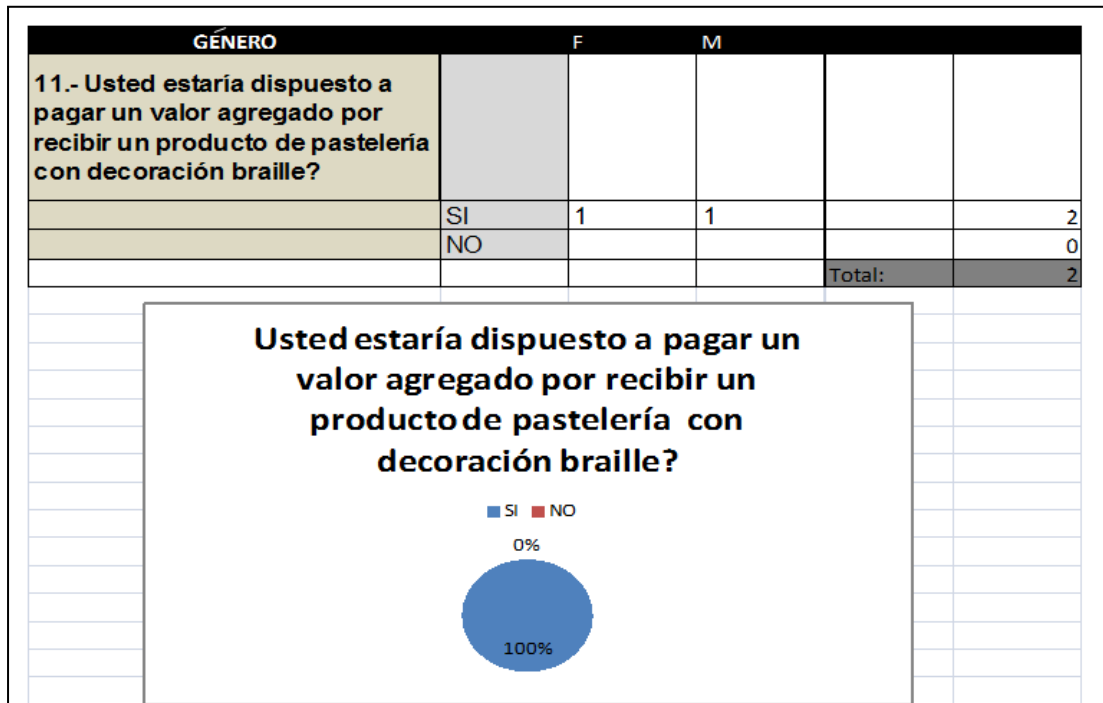
ANEXO 16. P. Recordación 9.



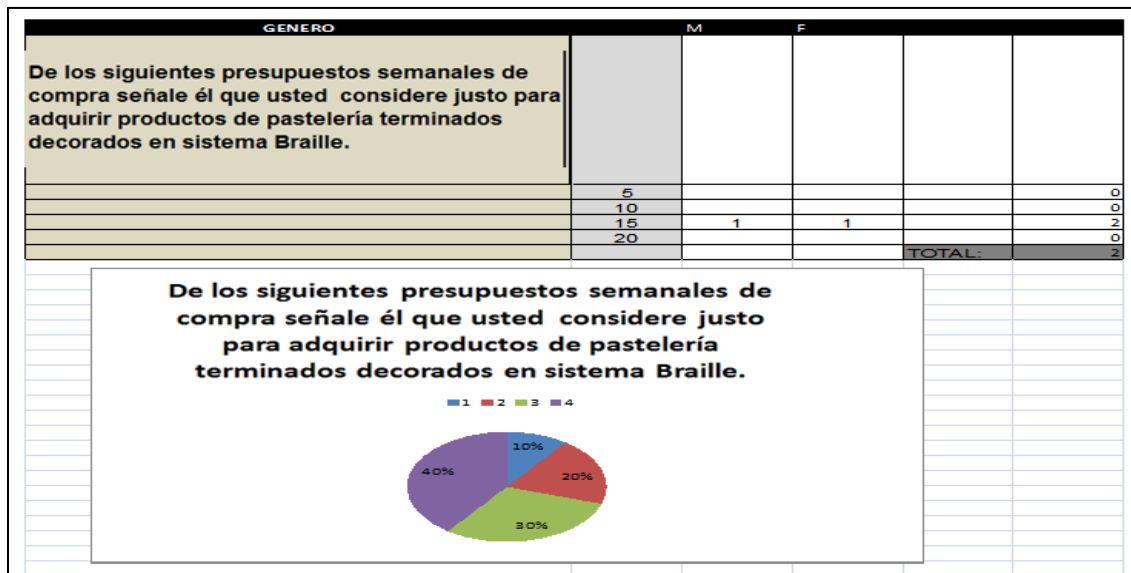
ANEXO 17. P. Recordación 10.



ANEXO 18. P. Recordación 11.



ANEXO 19. P. Recordación 12.



ANEXO 20. Frecuencia.

CÁLCULO DE LA FRECUENCIA DE CONSUMO					
PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIAS MENSUALES	RESPUESTAS	PONDERACIÓN OPCIONES/RESP	CALCULO
			VALIDAS		
2. ¿Con qué frecuencia consume n estos productos ?	1 vez a la semana	4 veces al mes	0	4	0
	2 veces a la semana	8 vez al mes	2	8	16
	3 veces a la semana	12 al mes	0	12	0
			total compras al mes		16

ANEXO 21. Razonables.

CÁLCULO DEL PRECIO PROMEDIO DE CONSUMO					
SECTOR: MUJERES			SECTOR: HOMBRES		
13.- De los siguientes presupuestos semanales de compra que encuentra a continuación señale aquel donde considere que el gasto semanal en productos de pastelería decorados en decoración Braille. Escriba X en un solo casillero			13.- De los siguientes presupuestos semanales de compra que encuentra a continuación señale aquel donde considere que el gasto semanal en productos de pastelería de corados en decoración Braille. Escriba X en un solo casillero		
OPCIONES RESPUESTA	RESPUESTAS VALIDAS	PONDERACIONES	OPCIONES RESPUESTA	RESPUESTAS VALIDAS	PONDERACIONES
5,00	0	-	5,00	0	-
10,00	0	-	10,00	0	-
15,00	1	15,00	15,00	1	15,00
20,00	0	-	20,00	0	-
TOTAL	1	15,00	TOTAL	1	15,00
frecuencia promedio ponderada		15,00	frecuencia promedio ponderada		15,00
		Presupuest o promedio de consumo			Presupuest o promedio de consumo
		3,875968992			4,885993485
precio producto individual		0,678803676	precio producto individual		0,559678521

ANEXO 22.

CONTRATO DE LA COMPAÑÍA BRAILLE & SUGAR

CONTRATO DE LA COMPAÑÍA BRAILLE & SUGAR S.A.

CONSTITUCION DE COMPAÑÍA

Braille & Sugar S.A.

OTORGADA POR:

Natasha Castillo

Magaly Valle

Carlos Segovia

CUANTIA: U.S.D. 30.000

En la Ciudad de Quito, República del Ecuador, hoy día 15 de junio del 2015; ante mí, doctor Jaime Villacreses, Notario de éste Cantón, comparecen por sus propios y personales derechos los accionistas Magaly Valle, Natasha Castillo y Carlos Segovia quienes me exhiben sus cédula de ciudadanía, que en copias fotostáticas debidamente certificadas por mí, agrego a ésta escritura como documentos habilitantes para su protocolización.- Los comparecientes son ecuatorianos, solteros y casados , mayores de edad, domiciliados en Quito, capaces para contratar y poder obligarse, a quienes de conocerlos doy fe; bien instruidos por mí el Notario en el objeto y resultados de esta escritura, a la que proceden libre y voluntariamente de conformidad con la minuta que me presentan, cuyo tenor es el siguiente: **SEÑOR NOTARIO:** En el registro de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una que contenga los estatutos de una Compañía ANONIMA, contenida al tenor de las siguientes cláusulas: PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Comparecen a la celebración de la presente escritura, por sus propios y personales derechos, DE NACIONALIDAD ECUATORIANA, DE ESTADO CIVIL SOLTEROS Y CASADOS, legalmente capaces para contratar y ejercer el comercio; quienes manifiestan su deseo de constituir, como en efecto constituyen, una compañía limitada, con sujeción a la ley de compañías y a los presentes estatutos.- **CLAUSULA SEGUNDA: CONSTITUCION.-** Los comparecientes convienen en celebrar, como en efecto celebran, el presente contrato de compañía por el cual constituyen una sociedad anónima que se denominará BRAILLE & SUGAR (SOCIEDAD ANONIMA)..- **CLAUSULA TERCERA: ESTATUTOS.-** La compañía BRAILLE & SUGAR S.A. se organiza de conformidad con las leyes vigentes en la República

del Ecuador y con las estipulaciones contenidas en los siguientes estatutos.-

CAPÍTULO PRIMERO.- De la Denominación, duración, domicilio y objeto social:

Artículo Uno.- Denominación.- La compañía se denominará compañía BRAILLE & SUGAR S.A. . y por lo tanto en todas las operaciones se regirá por esta razón social, de conformidad a las disposiciones mercantiles respectivas, Ley de Compañías, Código Civil y demás normas pertinentes relacionadas con las actividades que realizare la Compañía.- **Artículo Dos.- Duración.-** La duración de la compañía será de cincuenta años, a partir de su fecha de inscripción en el Registro Mercantil del Cantón Quito, pudiendo prorrogarse o disolverse antes del plazo por causas legales, o por así resolverlo la Junta General de Socios en la forma prevista en las leyes correspondientes, y en los presentes estatutos.-

Artículo Tres.- Domicilio.- La compañía es de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal es el Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha.- Queda establecida la facultad para que por resolución de la Junta General de Socios se pueda establecer oficinas, sucursales y/o agencias en uno o más lugares, dentro y fuera del país.- **Artículo Cuatro.- Objeto Social.- Cuatro punto**

Uno.- El objeto social de la compañía será la Venta de una línea de productos de pastelería en decoración en sistema braille. - Para la realización de su objeto social único, la compañía podrá ejecutar y celebrar todos los actos y contratos que razonablemente le fueren necesarios o apropiados en relación con su objeto social, así como todos los que tengan como finalidad ejercer los derechos o cumplir con las obligaciones derivadas de su existencia y de su actividad, pudiendo ejercer su actividad mercantil, como mandataria, mandante, agente y/o representante de personas naturales o jurídicas e incluso marcas comerciales.- **CAPÍTULO**

SEGUNDO.- Capital Social, Participaciones, Cesión de las Participaciones, Derecho de Preferencia y su Renuncia.- Artículo Cinco.- Capital Social.- El capital social de la compañía es de treinta mil dólares de los Estados Unidos de América 00/100 (USD 30,000), dividido para tres participaciones iguales, acumulativas e indivisibles, de un valor de un dólar cada una.- La aportación de los socios en la integración de este capital social se efectuará en su totalidad en numerario es decir por la suma de cuatrocientos dólares y para el efecto los socios fundadores declararán bajo juramento que depositarán el capital pagado de la compañía en una institución bancaria, una vez que la compañía tenga personalidad jurídica, sometiéndose a la verificación de la Superintendencia de Compañías y Valores.- La compañía entregará a cada uno de los socios el certificado de aportación en el que constará el carácter de no negociable y el número de participaciones que le corresponde por su aportación.- **Artículo Seis.- Participaciones.-** Todas las participaciones gozarán de iguales derechos. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto. Los beneficios de la compañía se repartirán a prorrata de la participación social pagada por cada socio, hechas que fueren las deducciones para el fondo de reserva legal y las otras previstas por leyes especiales.- **Artículo Siete.- Cesión de Participaciones.-** Para que los socios cedan sus participaciones, así como para la admisión de nuevos socios, será necesario el consentimiento unánime del capital social y el cumplimiento de los requisitos puntualizados en la Ley de Compañías para la cesión.- **Artículo Ocho.- Derecho de Preferencia.-** Los socios de la compañía tienen el derecho a ser preferidos en la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios en el caso de que éstas sean puestas en venta. Si

la Junta General resuelve aumentar el capital social de la compañía, los socios de la misma tendrán derecho de preferencia en proporción a sus participaciones sociales.- **Artículo Nueve.- Renuncia al Derecho de Preferencia.-** El socio podrá renunciar a su derecho de preferencia manifestándolo expresamente. Esta renuncia la podrá hacer el socio en cualquier momento.- **CAPÍTULO TERCERO.- De la Junta General.- Artículo Diez.- Gobierno y Administración.-** La compañía estará gobernada por la Junta General de Socios y administrada por el Presidente y el Gerente General, quienes tendrán las facultades, derechos y obligaciones fijadas por la Ley y los estatutos.- **Artículo Once.- Órgano Supremo.-** La Junta General legalmente convocada y reunida es el órgano supremo de la compañía, con amplios poderes para resolver todos los puntos relacionados con los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue conveniente en defensa de la misma.- **Artículo Doce.- Clases de Juntas.-** Las Juntas Generales serán ordinarias y extraordinarias. Las Juntas Generales Ordinarias se reunirán una vez al año dentro de los tres primeros meses posteriores a la finalización del ejercicio económico para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria y particularmente aquellos puntualizados en la Ley de Compañías.- **Artículo Trece.- Juntas Extraordinarias.-** Las Juntas Extraordinarias se reunirán en cualquier época en que fueren convocadas y para tratar únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria.- **Artículo Catorce.- Lugar de reunión.-** Tanto las Juntas Ordinarias como las Extraordinarias se reunirán en el domicilio principal de la compañía, salvo lo dispuesto en el artículo doscientos treinta y ocho de la Ley de Compañías vigente, respecto de las Juntas Universales.- **Artículo Quince.- Convocatorias.-** Las Juntas Generales serán convocadas con ocho días de

anticipación, por lo menos, al día fijado para la reunión por medio de una comunicación firmada por el Presidente y/o el Gerente General o por quienes hagan sus veces, la que deberá indicar la fecha, el día, hora, sitio y objeto de la reunión.- **Artículo Dieciséis.- Derecho de Petición.-** Se convocará a reunión de Junta General por petición del o de los socios que completen por lo menos el diez por ciento del capital social para tratar los asuntos que indiquen en su petición.- **Artículo Diecisiete.- Juntas Universales.-** No obstante lo dispuesto anteriormente, la Junta General quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el Acta bajo sanción de nulidad y acepten por unanimidad las resoluciones adoptadas.- **Artículo Dieciocho.- Quórum.-** Para que la Junta General pueda instalarse a deliberar y considerarse válidamente constituida en primera convocatoria, será necesario que los concurrentes representen más de la mitad del capital social. La Junta General se reunirá en segunda convocatoria con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.- **Artículo Diecinueve.- Representación.-** Los socios podrán concurrir a las reuniones de la Junta General personalmente o por medio de sus representantes. La representación convencional se conferirá con carácter especial para cada Junta mediante carta poder dirigida al Gerente General de la compañía o mediante Poder Notarial.- No podrán ser representantes convencionales los administradores de la compañía.- **Artículo Veinte.- Mayoría.-** De acuerdo con la Ley y con el reglamento de Juntas Generales de Socios y Accionistas de la Superintendencia de Compañías, las resoluciones se tomarán por mayoría de votos de los socios

presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. En todo caso los socios estarán a lo dispuesto en la Ley y particularmente en el Reglamento de Juntas Generales expedidos por la Superintendencia de Compañías.- **Artículo Veintiuno.- Dirección y Actas.-** Las Juntas Generales serán dirigidas por el Presidente o por quien los estuviere reemplazando o si así se acordare en ese momento, por un tercero elegido para el efecto por la misma Junta.- El acta de deliberaciones y acuerdos de las Juntas Generales, llevará las firmas del Presidente y del Secretario de las Juntas, función esta que será desempeñada por el Gerente General o por quien lo estuviere reemplazando, o por un Secretario Ad-Hoc que nombre la Junta en ese momento.- Si la Junta fuere universal, el acta deberá ser suscrita por todos los asistentes.- **Artículo Veintidós.- Atribuciones de la Junta.-** Corresponde a la Junta General de ACCIONISTAS las siguientes atribuciones.- a) Designar Presidente, y Gerente General por el período de cinco años (5 años), pudiendo ser reelegidos indefinidamente, y removerlos por mayoría de votos del capital concurrente y por causas legales.- b) Aprobar las cuentas y balances que presente la Gerencia General.- c) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades líquidas realizadas y capitalización de reservas.- d) Acordar aumentos de capital social.- e) Resolver acerca de la fusión, escisión, transformación y disolución de la compañía.- f) Autorizar, por unanimidad, la cesión de participaciones de la compañía y la incorporación de nuevos socios.- g) En general las demás atribuciones que le confiere la Ley vigente.- **CAPÍTULO CUARTO.- Administración y Representación.- Artículo Veintitrés.-** La compañía será gobernada por la Junta General de Socios y administrada por el Presidente y el

Gerente General, conforme lo establecido en el artículo décimo de estos estatutos sociales.- **Artículo Veinticuatro.- Del Presidente.-** El Presidente durará (5) cinco años en su cargo, y podrá ser reelegido indefinidamente. Sus funciones se prorrogarán hasta ser legalmente reemplazado.- Para dar cumplimiento a lo establecido en el artículo ciento treinta y nueve de la Ley de Compañías, los socios designan como PRESIDENTE de la compañía a Natasha Magaly Castillo Valle.-

Artículo Veinticinco.- Deberes y Atribuciones del Presidente.- Son atribuciones del Presidente: a) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones y acuerdos de la Junta General.- b) Convocar a Juntas Generales de Socios.- c) Presidir las sesiones de la Junta General.- d) Suscribir conjuntamente con el Gerente General los certificados de aportación y las actas de la Junta General.- e) Subrogar al Gerente General en caso de ausencia, falta o impedimento temporal de éste.- f) Supervigilar las operaciones de la marcha económica de la compañía.- g) En general las demás atribuciones que le confiere la Ley, estos estatutos y la Junta General.- **Artículo**

Veintiséis.- Del Gerente General.- El Gerente General es el responsable administrativo de la compañía. Durará (5) cinco años en su cargo, pero podrá ser indefinidamente reelegido. Sus funciones se prorrogarán hasta ser legalmente reemplazado.- Para dar cumplimiento a lo establecido en el artículo ciento treinta y nueve de la Ley de Compañías, los socios designan como GERENTE GENERAL de la compañía a MINDALAE S.A).-

Artículo Veintisiete.- Deberes y Atribuciones del Gerente General.- Son atribuciones y deberes del Gerente General.- a) Representar a la compañía legal, judicial y extrajudicialmente.- b) Actuar como Secretario de las Juntas Generales.- c) Convocar a Juntas Generales en caso de no hacerlo el Presidente.- d) Organizar y dirigir las dependencias y

oficinas de la compañía.- e) Suscribir conjuntamente con el Presidente los certificados de aportación y las Actas de la Junta General.- f) Cuidar y hacer que se lleven los libros de contabilidad y los libros sociales.- g) Presentar cada año a la Junta General una memoria razonada acerca de la situación de la Compañía, acompañada del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias.- h) Informar a la Junta General cuando se lo solicite o lo considere necesario o conveniente, acerca de la situación administrativa y financiera de la Compañía.- i) Ejercer todas las funciones que le señalare la Junta General y además todas aquellas que sean necesarias y convenientes para el funcionamiento de la Compañía.- **Artículo Veintiocho.- Subrogación.-** En caso de ausencia, falta o impedimento temporal o definitivo del Gerente General, le subrogará el Presidente hasta que la Junta General decida sobre el particular.- **Artículo Veintinueve.- Representación Legal.-** La Representación legal de la Compañía tanto judicial como extrajudicial, la tendrá el Gerente General, y se extenderá a todos los asuntos relacionados con el giro de la Compañía, en operaciones comerciales o civiles, con las limitaciones establecidas en la Ley y por estos estatutos.- **CAPÍTULO QUINTO.- Del ejercicio económico, distribución de utilidades y liquidación de la Compañía.- Artículo Treinta.- Fondo de Reserva.-** De las utilidades netas obtenidas por la compañía se asignará anualmente el cinco por ciento para constituir el fondo de reserva, hasta que éste alcance por lo menos el veinte del capital social.- **Artículo Treinta y uno.- Distribución de Utilidades.-** Las utilidades obtenidas en cada ejercicio se distribuirán de acuerdo con la Ley, una vez realizadas las deducciones previstas en leyes especiales y las necesarias para constituir el fondo de reserva legal. El ejercicio anual de la compañía se contará del primero de enero al treinta y uno de

diciembre de cada año.- **Artículo Treinta y dos.- Disolución Anticipada.-** Son causas de disolución anticipada de la compañía, todas las que se hallan establecidas en la Ley y la resolución de la Junta General, de Accionistas sea debidamente tomada y aprobada con sujeción a los preceptos legales.- **Artículo Treinta y tres.- De los Liquidadores.-** En caso de disolución y liquidación de la Compañía, no habiendo oposición entre los accionistas, asumirá las funciones de liquidador el Gerente General de la Compañía.- De haber oposición a ello, la Junta General nombrará a uno o más liquidadores y señalará sus atribuciones y deberes.- **Artículo Treinta y Cuatro.- Distribución del Capital.-** El capital de la compañía es de treinta mil dólares de los Estados Unidos de América 00/100 (USD 30,000) y está distribuido entre los socios de acuerdo al siguiente cuadro:

ACCIONISTAS	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO	ACCIONES
Natasha Castillo	US\$. 10,000	US\$. 10,000	10,000
Magaly Valle	US\$. 10,000	US\$. 10,000	10,000
Carlos Segovia	US\$. 10,000	US\$. 10,000	10,000
TOTAL	US\$. 30,000	US\$. 30,000	30,000

Este capital será depositado en una institución bancaria, inmediatamente después de constituida la compañía, respecto de lo cual los socios ya presentaron su declaración juramentada en el artículo cinco de estos estatutos.- **Artículo Treinta y Cinco.- Disposición Especial.-** Los accionistas reconocen las obligaciones contempladas en el artículo ciento quince de la Ley de Compañías.- Los socios declaramos bajo juramento la veracidad de el nombre, nacionalidad y domicilio de las personas que constituimos la compañía y nuestra voluntad de fundarla. Sobre la denominación de la compañía; el objeto social, debidamente concretado; la duración de la compañía; el domicilio de la compañía; el importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que está dividido y el valor nominal de estas; la indicación de las participaciones que cada socio suscribe pagaderas en numerario y el valor atribuido a éstas; declaración juramentada sobre la correcta integración del capital social, conforme lo establecido en el art. 103 de la Ley de Compañías; sobre la forma en que se organizará la administración de la compañía, sobre la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal, así como la designación de los primeros administradores, con capacidad de representación legal; la forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la; y, sobre los demás pactos lícitos constantes en este estatuto.- Los socios y/o administradores designados, cualquiera de ellos quedan facultados por si o por interpuesta persona para inscribir esta escritura en el Registro Mercantil de Quito.- En todo lo no previsto en estos estatutos, la Compañía y los socios se sujetarán a la Ley de Compañías y demás disposiciones vigentes.- Usted, señor Notario, se servirá agregar las demás formalidades de estilo para la perfecta validez y pleno efecto de la presente escritura. Hasta aquí

la minuta que los comparecientes se ratifican en todo su contenido.- Los comparecientes me presentan sus respectivos documentos de identidad, cuyos números se encuentran vigentes anotados al final del presente instrumento público.- Para la celebración de esta escritura pública, se observaron todos los preceptos legales del caso, y leída que les fue a los comparecientes por mí el Notario en todo su contenido, se ratifican y para constancia la firman conmigo en unidad de acto de todo cuanto yo, el Notario Público de la Ciudad de Quito, también doy fe.-

Natasha Castillo

C.I.:

Magaly Valle

C.I.:

Carlos Segovia

C.I.:

ANEXO 23. Permisos de funcionamiento.

ARCOSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria) presenta el nuevo sistema automatizado para la obtención de permisos de funcionamiento. Este sistema permite que los representantes de 28 diferentes tipos de establecimientos se encuentren sujetos a control y vigilancia sanitaria. El permiso de funcionamiento tiene como prioridad de establecer sus políticas para que la obtención del permiso sea de manera ágil, transparente y oportuna. Llenando los formularios correspondientes.

- Este permiso tiene de vigencia 1 año.

Link: <http://www.arcsa.gob.ec/>

ANEXO 24.

Ministerio de Salud Pública:

Llenar el formulario de solicitud llenado y suscrito por el propietario. No tiene ningún costo el formulario.

Requisitos:

- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Link: <http://www.salud.gob.ec/tag/permisos-de-funcionamiento/>

ANEXO 25.

Servicio de rentas internas (SRI):

Requisitos:

- Cédula de Identidad
- Papeleta de votación vigente
- Factura de servicios básicos

Pasos a seguir:

1. Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI.
2. Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito.
3. Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
4. Obtener la Calificación Artesanal Autónoma (para los que quieran inscribirse como artesanos).
5. Obtener el Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario).

Link: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-para-tramites>

ANEXO 26.

Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito.

Patente municipal:

Para personas naturales NO obligadas a llevar contabilidad.

Requisitos:

- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno.
- Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No es necesario el RUC actualizado.

ANEXO 27.

LUAE - Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas

Documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.

Permisos para obtener la licencia:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las actividades turísticas.
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía.

Link: <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/>

ANEXO 28.

Requisitos para obtener la licencia:

Formulario único de solicitud, completo y registrado por el titular del RUC o representante legal.

- Copia del RUC actualizado
- Copia de cédula de identidad o pasaporte y papeleta de votación.
- Contrato y autorización del propietario en caso de local arrendado.
- Para empresas recién consolidadas el plano y dimensiones determinadas de publicidad.

Link: <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/>

ANEXO 29.

Cuerpo de Bomberos:

Requisitos:

- Solicitar inspección del local.
- Informe de la inspección
- Copia del RUC

Link: http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6

ANEXO 30. Proforma TERMALIMEX CIA LTDA.

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA: 0035636

Cliente : NATASHA CASTILLO

Quito, 02 de Julio del 2015

Contacto :

Dirección :

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 9999999999

TELEFONO : 0995027781

Cod. Vendedor : LM

Pag. 1 de 2

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
1	1	Horno industrial de convección IMPERIAL ICVGP de fabricación americana, un compartimento con capacidad para albergar entre 5 y 12 latas, unidad provista de cinco repisas. Operación a gas con capacidad de calentamiento de 70.000 BTU. Puerta frontal con una hoja de vidrio. Control de temperatura de 150 a 500°F. Motor de ventilación de 1/2 HP de dos velocidades. Dimensiones 96.5 x 102.2 x 152.4 cms. Espec. eléctrica 120/60/1	6,860.70	0.00	6,860.70
2	1	Bandeja para hornear ADVANCE 18-BA-26 fabricada de aluminio, calibre 18 de 45.7 x 66.0 cms.	18.46	0.00	18.46
3	1	Batidora amasadora industrial THUNDERBIRD ARM-30 de fabricación Taiwanese, 30 cuartos de galón de capacidad, de tres velocidades, equipada con motor de 1 HP, tazón de acero inoxidable, un batidor globo de alambre, un batidor plano, y un batidor de gancho. Espec. eléctrica 115/60/1	3,429.22	0.00	3,429.22
4	1	Licuada WARING Mod. MX1100XT, capacidad 64 onz., timer electrónico 30 segundos, contenedor de policarbonato, espec. elec. 115/60/1.	615.08	0.00	615.08
5	1	Cocina industrial tipo counter ANVIL HPA1004, operación a gas con cuatro hornillas abiertas de 26.000 BTU cada una, parrillas de 30x30 cms. unidad fabricada de acero inoxidable . Dimensiones 60 x69.2x36.4 cms. de alto.	663.39	0.00	663.39
6	1	Mesa base de fabricación nacional, dimensiones: 62x65x60cm	279.23	0.00	279.23
7	1	Batidora semi-industrial de fabricación americana, KITCHEN AID KP26, de 6 cuartos de galón de capacidad, tazón de acero inoxidable con protector para evitar derrames, un batidor globo de alambre tipo D, un batidor plano tipo B, y un batidor de gancho tipo ED, control de 10 velocidades; motor de 575 watts, espec elec 120/60/1	503.50	0.00	503.50
8	1	Balanza digital YAMATO PPC-300-10, capacidad 0 a 10 lbs. x 0.005 lb., plataforma de acero inoxidable de 23 x 19.4 cms. Incluye adaptador.	467.83	0.00	467.83
9	1	Refrigerador industrial TERMAL CWR700, 665 litros de capacidad, compuesto de un cuerpo puerta solida, sistema de refrigeracion ventilada que garantiza la distribucion del aire frio en el espacio interno y sistema de evaporacion que elimina la condensacion, 3 parrillas, compresor LG de 1/4 HP, refrigerante R134a, 2.3 amperios, 338 watts. Medidas 73x78x198 cms. Especificacion electrica 115/60/1.	2,386.26	0.00	2,386.26
10	1	Máquina empacadora al vacío VAC MASTER VP215C dimension interna de la cámara de vacío de 28 x 39 x 12 cm de altura, ciclo de vacío de 20-35 segundos, especificación eléctrica 120/60/1.	1,366.79	0.00	1,366.79
11	1	Cuchillo cocinero TRAMONTINA 24609/080 10" (25.4 cms.), mango plástico.	12.51	0.00	12.51
12	1	Puntilla curva VICTORINOX 5.3103 de fabricación suiza, hoja de 6 cms.	5.08	0.00	5.08
13	1	Tabla de picar UPDATE U-CBYE-1218 fabricada en polietileno de 30.5 x 45.7 x 1.3 cm., color amarillo.	15.25	0.00	15.25
14	1	Tabla de picar UP DATE U-CBGR-1218 fabricada en polipropileno de 30.58 x 45.72 x 1.3 cm color verde.	15.25	0.00	15.25
15	1	Tabla de picar UPDATE U-CBRE-1218 fabricada en polipropileno de 30.48 x 45.72 x 1.3 cm color rojo.	15.25	0.00	15.25
16	1	Colador chino extra fino UPDATE U-CCB-08R fabricado de acero inoxidable de 20.32	43.38	0.00	43.38

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA: 0035636

Cliente : NATASHA CASTILLO

Quito, 02 de Julio del 2015

Contacto :

Dirección :

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 9999999999

TELEFONO : 0995027781

Cod. Vendedor : LM

Pag. 2 de 2

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
17	4	Poste PERFECT P-JWEP71, fabricado de acero con recubrimiento epoxilico, de 70.5"/180 cms de largo	23.59	0.00	94.36
18	4	Parrilla PERFECT P-JWEN6021, fabricada de acero con recubrimiento epoxico, medidas 60" x 21" / 152.5 cms x 53 cms	90.39	0.00	361.56
19	1	Espátula para pastelería ATECO 1309, hoja de 9 3/4" x 1 1/2", mango plástico.	12.92	0.00	12.92
20	1	Pinza aislada de utilidad general HALCO 5512RD fabricada de acero inoxidable con mango aislado rojo de 30.48 cms. de longitud.	4.55	0.00	4.55
21	1	Guante de silicona SILIKOMART ACC082/CN color negro, resistente a temperaturas de hasta 230°C. Unidad de 38.5 x 16.8 cms	29.62	0.00	29.62
22	3	Bandeja antideslizante rectangular PERFECT P-JWR1520CT-N, fabricada de fibra de vidrio. Medidas de 15 x 20" / 38x51cms, color negro.	18.53	0.00	55.59
23	1	Grifo flexible de mesa ducha FISHER 2310-1WB provisto de mezcladora. Salida tipo ducha.	458.06	0.00	458.06
24	1	Coche trapeador CARLISLE 36904-04 fabricado de polietileno montado sobre ruedas.	111.35	0.00	111.35
			SUBTOTAL:		17,825.19
			DSCTO. :		0.00
			SUBTOTAL :		17,825.19
			TRANSPORTE:		0.00
			I.V.A. 12 %:		2,139.02
			TOTAL :		19,964.21

GARANTIA: Un (1) año contra defectos de fabricación. Se excluye de esta Garantía daños por fluctuaciones de voltaje, falta de limpieza y mantenimiento preventivo de los equipos de acuerdo a las recomendaciones del fabricante, negligencia y mal manejo de los mismos y repuestos de desgaste normal.
LUGAR DE ENTREGA: Bodegas de Termalimex en la ciudad de Quito.

Atentamente,
Liliana Mina A.
DPTO. COMERCIAL
TERMALIMEX CIA. LTDA.

TERMINOS DE COMPRA VENTA

FORMA DE PAGO: A convenir.

PLAZO DE ENTREGA: Inmediato salvo previa venta.

VALIDEZ DE LA OFERTA: 5 días a partir de la presente

NOTA: Los precios no incluyen materiales ni mano de obra de instalación

NOTA.

*Los precios están sujetos a variación debido a las políticas arancelarias adoptadas por el Gobierno. En el caso de incremento de aranceles, salvaguarda, etc. que afecte a las partidas arancelarias dentro de las cuales se importa estos artículos, los precios serán modificados.

*Los precios ofertados se congelarán previa recepción de la Orden de Compra y/o pago del Anticipo correspondiente en caso de haberlo.

PLAN FINANCIERO

ANEXO 31. Menú.

PROYECTO "BRAILLE & SUGAR"		
SISTEMA DE EVALUACION FINANCIERA DE PROYECTOS (SEFIPRO)		
CATALOGO GENERAL		
EVALUACION FINANCIERA	CEDULAS DE PRESUPUESTOS	ESTADOS FINANCIEROS
SUPUESTOS UTILIZADOS	INVERSION TOTAL REQUERIDA	BALANCE GENERAL PROYECTADO
ANALISIS DE RESULTADOS	INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	ESTADO DE RESULTADOS MENSUALES
TIR - VAN	PRESUPUESTO DE VENTAS	ESTADO DE RESULTADOS ANUALES
PUNTO DE EQUILIBRIO	COSTO DE PRODUCCION	FLUJO DE FONDOS MENSUALES
INDICADORES FINANCIEROS	GASTOS OPERACIONALES	FLUJO DE FONDOS ANUALES

ANEXO 33. Aportes.

PROYECTO " BRAILLE & SUGAR "				
PORCENTAJE DE APORTE				
INVERSION	TOTAL	APORTE SOCIOS	APORTE A FINANCIAR	
Terrenos	-		-	
Edificios / Adecuaciones	5.000,00		5.000,00	
Maquinaria y Muebles	16.292,74		16.292,74	
Vehículos	12.500,00		12.500,00	
Equipos de computo	1.799,00		1.799,00	
Capital de trabajo	-2.306,99	10.690,00	(12.996,99)	
TOTAL INVERSION	33.284,75	10.690,00	22.594,75	
PARTICIPACION	100,00%	32,12%	67,88%	

ANEXO 35. Proyecto.

PRODUCCION				
PRODUCTOS	NIDADES VENDIDA	%	USD \$	
	9.000,00	100,00%	9.691,99	
SUMAN	9.000,00	100,00%	9.691,99	
DESPERDICIOS	1%	90,91	11,11%	
TOTAL	9.090,91	111,11%	9.691,99	
COSTO DE PRODUCCION				
PRODUCTOS	MP	MOD	CIF	USD \$
	7.545,45	1.456,53	690,00	9.691,99
TOTAL	7.545,45	1.456,53	690,00	9.691,99
COSTOS VARIABLES				
	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO \$	USD \$
Materia Prima 1	KILOS	9.090,91	0,83	7.545,45
				-
				-
SUMAN				7.545,45
COSTOS FIJOS				
MANO DE OBRA DIRECTA				
	# TRABAJ.	VALOR UN.	USD \$	
Nómina de Obreros	3	354,00	1.062,00	
Beneficios Sociales	3	88,50	265,50	
Aporte Patronal 12.15% Producción	3	43,01	129,03	
Uniformes	-	-	-	
Otros	-	-	-	
SUMAN	3		\$ 1.456,53	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION				
	USD \$			
Nómina Gastos Indirectos	-			
Benef. Sociales Nómina Indirecta	-			
Aporte Patronal 12.15% Administración	-			
Mantenimiento	120,00			
Servicios Basicos:				
Energía Electrica	80,00			
Agua	50,00			
Telefono	80,00			
Gastos Movilización	160,00			
Gastos mantenimiento	100,00			
Gastos de papeleria impresa, suministros de computación, suministros de limpieza, correspondencia, gastos de transporte, mantenimiento de instalaciones, maquinarias y equipos y equipos de computación, y gastos varios	100,00			
SUMAN			\$ 690,00	
COSTO DE PRODUCCION			\$ 9.691,99	

ANEXO 36. PG Anual.

PROYECTO " BRAILLE & SUGAR "						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					REGRESAR	AL MENU
AÑOS 1 AL 5					IR A	PRINCIPAL
	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO		
	1	2	3	4		5
INGRESOS POR VENTAS	178.200	196.020	215.622	237.184		260.903
TOTAL DE INGRESOS	178.200	196.020	215.622	237.184		260.903
COSTOS DE VENTAS	116.304	126.646	138.770	152.647		167.912
TOTAL DE COSTOS	116.304	126.646	138.770	152.647		167.912
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	61.896	69.374	76.852	84.537		92.991
GASTOS	49.598	52.738	56.677	61.303		66.940
TOTAL DE GASTOS	49.598	52.738	56.677	61.303		66.940
UTILIDAD OPERACIONAL	12.298	16.636	20.175	23.235		26.051
GASTOS FINANCIEROS	-2.452	-2.468	-1.890	-1.237		-501
UTILIDAD ANTES DE PART. E IMP.	9.846	14.168	18.285	21.998		25.549
PARTICIPACION TRABAJADORES	1.477	2.125	2.743	3.300		3.832
UTILIDA NETA ANTES DE IMPUESTOS	8.369	12.043	15.542	18.698		21.717
IMPUESTOS	2.265	3.117	4.023	4.840		5.621
UTILIDAD NETA	6.104	8.926	11.520	13.859		16.096

ANEXO 39. Financiamiento.

PRESUPUESTO DE GASTOS														
GASTOS GENERALES	COSTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
	MES EMPRESA													
SUELDOS														
NOMINA ADMINISTR Y VENTAS	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	24.108
TOTAL DE SUELDOS	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	2.009	24.108
GASTOS	MENSUAL													
Arriendos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios Básicos	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	2.520
Comisiones	3%	446	446	446	446	446	446	446	446	446	446	446	446	5.346
Publicidad	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9.600
Seguros	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440
Mantenimiento de equipos y mobiliario	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	1.020
Alicuota mantenimiento áreas comunales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Depreciación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	281	353	415	415	415	415	415	415	415	415	415	4.364
TOTA	1.315	1.761	2.041	2.113	2.175	2.175	2.175	2.175	2.175	2.175	2.175	2.175	2.175	25.490
GASTOS TOTALES	3.324	3.770	4.050	4.122	4.184	4.184	4.184	4.184	4.184	4.184	4.184	4.184	4.184	49.598
		REGRESAR	AL MENU	PRINCIPAL										
TOTAL FIJOS			3.019	3.300	3.372	3.434	3.434	3.434	3.434	3.434	3.434	3.434	3.434	3.434
TOTAL VARIABLES			446	446	446	446	446	446	446	446	446	446	446	446
PORCENTAJE VARIABLES			3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
OJO: SI AUMENTA FILAS DE GASTOS, TAMBIEN DEBE AUMENTAR ESTAS FILAS EN "PG PROYECTADO"														

Anexo 40. Flujo año 1.

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	ACUMULADO 1er AÑO
FLUJO DE OPERACIÓN													
UTILIDAD OPERACIONAL DEL MES	1.388	1.108	1.036	974	974	974	974	974	974	974	974	974	12.298
MAS TRANSACCIONES QUE NO SON EFECTIVO													
+ DEPRECIACION	0	281	353	415	415	415	415	415	415	415	415	415	4.364
- PAGO PARTICIPACION LABORAL													0
- PAGO IMPUESTO A LA RENTA													0
- VENTAS	-14.850	-14.850	-14.850	-14.850	-14.850	-14.850	-14.850	-14.850	-14.850	-14.850	-14.850	-14.850	-178.200
+ COBRO DE CUENTAS POR COBRAR	14.108	14.850	14.850	14.850	14.850	14.850	14.850	14.850	14.850	14.850	14.850	14.850	177.458
TOTAL DE FLUJO DE OPERACIÓN	646	1.388	1.388	1.388	1.388	1.388	1.388	1.388	1.388	1.388	1.388	1.388	15.919
FLUJO DE INVERSION													
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	21.036	4.268	7.286	3.018	0	0	0	0	0	0	0	0	35.607
TOTAL DE FLUJO DE INVERSION	21.036	4.268	7.286	3.018	0	0	0	0	0	0	0	0	35.607
TOTAL DE FLUJO OPERATIVO E INVERSION	-20.390	-2.879	-5.897	-1.629	1.388	1.388	1.388	1.388	1.388	1.388	1.388	1.388	-19.688
FLUJO DE FINANCIAMIENTO													
APORTE PROPIO	10.690	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10.690
FINANCIAMIENTO DE TERCEROS	22.610	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22.610
PAGO DE CUOTA DE CREDITO	0	-223	-223	-223	-223	-223	-223	-223	-223	-223	-223	-223	-2.452
PAGO DE CREDITOS ANTERIORES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL DE FLUJO DE FINANCIAMIENTO	33.300	-223	-223	-223	-223	-223	-223	-223	-223	-223	-223	-223	30.848
TOTAL DE FLUJO DE FONDOS DEL PERIODO	12.910	-3.102	-6.120	-1.852	1.166	1.166	1.166	1.166	1.166	1.166	1.166	1.166	11.160
SALDO INICIAL	0	12.910	9.808	3.688	1.836	3.001	4.167	5.333	6.498	7.664	8.829	9.995	0
SALDO FINAL DE FONDOS	12.910	9.808	3.688	1.836	3.001	4.167	5.333	6.498	7.664	8.829	9.995	11.160	11.160

ANEXO 41. Flujos anuales.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS DEL PERIODO	178.200	196.020	215.622	237.184	260.903
COSTO DE VENTAS	-116.304	-126.646	-138.770	-152.647	-167.912
GASTOS OPERACIONALES	-49.598	-52.738	-56.677	-61.303	-66.940
UTILIDAD OPERACIONAL DEL MES	12.298	16.636	20.175	23.235	26.051
MAS TRANSACCIONES QUE NO SON EFECTIVO:					
+ DEPRECIACION	4.364	4.974	4.974	4.430	4.381
- VENTAS	-178.200	-196.020	-215.622	-237.184	-260.903
+ COBRO DE CUENTAS POR COBRAR	177.458	195.946	215.540	237.094	260.804
- COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	-35.607	-	-	-	-
- PAGO DE PARTICIPACION LABORAL	-	-1.477	-2.125	-2.743	-3.300
- PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA	-	-2.265	-3.117	-4.023	-4.840
FLUJO OPERACIONAL	-19.688	17.795	19.826	20.810	22.193
+ APORTE DE SOCIOS	10.690				
- PRESTAMOS RECIBIDOS	22.610				
- PAGO DE CUOTAS DE PRESTAMOS	-2.452	-6.752	-7.122	-7.122	-7.122
- PAGO DE CREDITOS ANTERIORES	-	-	-	-	-
FLUJO DE FONDOS DE FINANCIAMIENTO	30.848	-6.752	-7.122	-7.122	-7.122
FLUJO DE FONDOS ANUAL	11.160	11.043	12.704	13.687	15.071
FLUJO DE FONDOS INICIAL		11.160	22.203	34.907	48.595
FLUJO DE FONDOS ACUMULADO	11.160	22.203	34.907	48.595	63.666

ANEXO 42. Sueldos.

NOMINA ADMINISTRATIVA Y VENTAS							
CONCEPTO		SUELDO ADMINISTR	SUELDO JEFE OP	SUELDO ASISTENTE	SUELDO CHOFER	SUELDO 5	TOTAL ADMIN Y VTA
CARGO							
SUELDO TRABAJADOR	354,00	400,00	360,00	354,00	354,00		1.468,00
+ IESS PATRONAL	12,15%	48,60	43,74	43,01	43,01	-	178,36
13er. SUELDO	8,33%	33,33	30,00	29,50	29,50	-	122,33
14to. SUELDO	29,50	29,50	29,50	29,50	29,50	-	118,00
FONDOS DE RESERVA		33,33	30,00	29,50	29,50	-	122,33
COSTO PARA EMPRESA		544,77	493,24	485,51	485,51	-	2.009,03
NOMINA FABRICACION INDIRECTA							
CONCEPTO		SUELDO 1	SUELDO 2	SUELDO 3	SUELDO 4	SUELDO 5	TOTAL SUPERVISION
CARGO							
SUELDO TRABAJADOR							-
+ IESS PATRONAL	12,15%	-	-	-	-	-	-
13er. SUELDO	8,33%	-	-	-	-	-	-
14to. SUELDO	29,50	-	-	-	-	-	-
FONDOS DE RESERVA		-	-	-	-	-	-
COSTO PARA EMPRESA		-	-	-	-	-	-
NOMINA OBREROS							
CONCEPTO		SUELDO 1	SUELDO 2	SUELDO 3	SUELDO 4	SUELDO 5	TOTAL SUPERVISION
CARGO							
SUELDO TRABAJADOR		354,00	-				354,00
+ IESS PATRONAL	12,15%	43,01	-	-	-	-	43,01
13er. SUELDO	8,33%	29,50	-	-	-	-	29,50
14to. SUELDO	29,50	29,50	-	-	-	-	29,50
FONDOS DE RESERVA		29,50	-	-	-	-	29,50
COSTO PARA EMPRESA		485,51	-	-	-	-	485,51

ANEXO 43. Balance.

PROYECTO " BRAILLE & SUGAR "							
BALANCE GENERAL INICIAL Y PROYECTADOS					IR A	ANALISIS	RESULTADOS
					REGRESAR A	AL MENU	PRINCIPAL
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
ACTIVOS							
ACTIVO CORRIENTE							
CAJA - BANCOS	12.264	11.160	22.203	34.907	48.595	63.666	
CUENTAS POR COBRAR		743	817	898	988	1.087	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	12.264	11.903	23.020	35.806	49.583	64.753	
ACTIVO FIJO							
COSTO NETO	21.036	31.228	26.253	21.279	16.848	12.468	
ACTIVO FIJO NETO	21.036	31.228	26.253	21.279	16.848	12.468	
TOTAL DE ACTIVOS	33.300	43.131	49.273	57.084	66.431	77.220	
PASIVO							
PASIVO CORRIENTE							
OBLLIGACIONES LABORALES	-	1.477	2.125	2.743	3.300	3.832	
IMPUESTOS POR PAGAR	-	2.265	3.117	4.023	4.840	5.621	
PRESTAMO BANCARIO CORTO PLAZO	-	4.697	5.232	5.886	7.214	588	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-	8.438	10.474	12.651	15.354	10.041	
PRESTAMO A LARGO PLAZO	22.610	17.913	13.094	7.209	-6	-	
TOTAL PASIVO	22.610	26.351	23.568	19.860	15.348	10.041	
PATRIMONIO							
CAPITAL	10.690	10.690	10.690	10.690	10.690	10.690	
UTILIDADES RETENIDAS	-	-	6.104	15.030	26.550	40.409	
UTILIDADES DEL EJERCICIO	-	6.104	8.926	11.520	13.859	16.096	
TOTAL PATRIMONIO	10.690	16.794	25.720	37.240	51.099	67.195	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	33.300	43.146	49.289	57.100	66.446	77.236	
DIFERENCIA	-	-15	-15	-15	-15	-15	

ANEXO 44. Indicadores.

PROYECTO " BRAILLE & SUGAR "				IR A ANALISIS RESULTADOS		
INDICADORES FINANCIEROS				REGRESAR AL MENU PRINCIPAL		
INDICE FINANCIERO	RELACION UTILIZADA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ	Activo Cte./Pasivo Cte.	1,41	2,20	2,83	3,23	6,45
DEUDA	Pasivo/Activos	61,10%	47,83%	34,79%	23,10%	13,00%
MARGEN DE CONTRIBUCION	Margen de Contrib/Ingresos	34,73%	35,39%	35,64%	35,64%	35,64%
UTILIDAD OPERACIONAL	Utilidad Operación/Ingresos	6,90%	8,49%	9,36%	9,80%	9,98%
UTILIDAD NETA	Utilidad Neta/Ingresos	3,43%	4,55%	5,34%	5,84%	6,17%
RENDIMIENTO DE ACTIVOS	Utilidad Neta/Activos	18,33%	18,12%	20,18%	20,86%	20,84%
RENDIMIENTO SOBRE INVERSION	Utilidad Neta/Capital	57,10%	83,50%	107,76%	129,64%	150,57%