



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de Economía y Empresa
Administración de Empresas

TEMA:

**Estudio de factibilidad para la creación de un Bakery Café dirigido
a las personas con diabetes en el cantón Salitre.**

AUTOR:

Terán Quinto, Fabian Elias

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Licenciado en Administración de Empresas**

TUTOR:

Barberán Arboleda, Rubén Patricio

Guayaquil, Ecuador

5 de septiembre del 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Empresas

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Terán Quinto, Fabián Elías**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas**.

TUTOR

f.  _____

Barberán Arboleda, Rubén Patricio

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Ec. Pico Versoza Lucía, Mgs.

Guayaquil, a los 5 del mes de septiembre del año 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Empresas

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Terán Quinto, Fabian Elias**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la creación de un Bakery Café dirigido a las personas con diabetes en el cantón Salitre**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 5 del mes de septiembre del año 2023

EL AUTOR

f. 

Terán Quinto, Fabian Elias



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa

Administración de Empresas

AUTORIZACIÓN

Yo, **Terán Quinto, Fabian Elias**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la creación de un Bakery Café dirigido a las personas con diabetes en el cantón Salitre**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 5 del mes de septiembre del año 2023

EL AUTOR:

f. Fabian Terán Q

Terán Quinto, Fabian Elias



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Empresas

REPORTE COMPILATIO



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister.

Elias.Teran

3%
Similitudes



2% Texto entre comillas
< 1% similitudes entre comillas
< 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Elias.Teran.docx
ID del documento: 561345ffa9ea34e95de046c995a5587799ba7866
Tamaño del documento original: 1,13 MB

Depositante: Ruben Patricio Barberan Arboleda
Fecha de depósito: 22/8/2023
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 22/8/2023

Número de palabras: 40.540
Número de caracteres: 266.033

TUTOR

f. _____

Barberán Arboleda, Rubén Patricio



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa

Administración de Empresas

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ec. Pico Versoza Lucía, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ec. Coello Cazar David, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Traverso Holguín Paola A, Mgs.

OPONENTE

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	2
Planteamiento del Problema	4
Pregunta de Investigación	5
Justificación de la Investigación	5
Objetivos	5
<i>Objetivo general</i>	5
<i>Objetivos específicos</i>	6
Capítulo I: Marco de Desarrollo	7
Marco Conceptual.....	7
<i>Enfoque administrativo</i>	7
<i>Enfoque investigativo</i>	15
<i>Enfoque de salud</i>	18
Marco Referencial.....	21
Marco Legal.....	33
<i>Constitución de la Republica del Ecuador</i>	33
<i>Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)</i>	34
<i>Plan de Creación de Oportunidades 2021 – 2025</i>	35
<i>Código de Comercio</i>	36
<i>Ley de Compañías</i>	37
<i>Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación</i>	37
<i>Pasos para constituir legalmente la empresa</i>	38
<i>Requisitos para la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)</i>	39
<i>Requisitos municipales</i>	39
<i>Permisos de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria</i>	40
<i>Permiso del Ministerio del Interior</i>	40
Marco Teórico	41
Capítulo II: Enfoque Metodológico	44
Detalle de los Productos.....	45
<i>Postres</i>	45
<i>Bebidas</i>	45
<i>Panes</i>	46
<i>Cafés</i>	47

Aspectos Metodológicos	47
<i>Tipo de investigación</i>	48
<i>Enfoque de investigación</i>	48
<i>Técnicas de investigación</i>	48
Análisis de la Demanda	49
<i>Fuentes primarias</i>	49
Capitulo III: Análisis de Resultados.....	51
Análisis de los Resultados de la Encuesta.	51
<i>Fuentes secundarias</i>	62
<i>Análisis de la oferta</i>	63
<i>Análisis de la demanda proyectada</i>	64
<i>Análisis de la oferta proyectada</i>	65
<i>Análisis de precios</i>	65
<i>Comercialización del producto.</i>	67
Capitulo IV: Estudio de Factibilidad.....	68
Estudio Técnico	68
<i>Localización optima</i>	68
<i>Método de factor de evaluación por puntos</i>	69
<i>Tamaño del proyecto</i>	71
<i>Equipamiento y mano de obra</i>	72
<i>Ingeniería del proyecto</i>	74
<i>Diseño y distribución.</i>	79
Estudio Administrativo	80
<i>Diseño organizacional</i>	80
<i>Organigrama</i>	83
<i>Manual de funciones</i>	84
<i>Horario laboral</i>	90
Estudio Financiero y Económico	91
<i>Detalle de la inversión inicial requerida</i>	91
<i>Financiamiento de la inversión total</i>	95
<i>Balance Inicial</i>	96
<i>Depreciación</i>	97
<i>Amortización</i>	98
<i>Tabla de amortización</i>	99
<i>Detalle de sueldos</i>	100
<i>Proyección de ingresos</i>	102

<i>Costos de operaciones</i>	104
<i>Costeo de platos</i>	105
<i>Gastos</i>	108
<i>Estado de pérdidas y ganancias</i>	110
<i>Flujo de caja</i>	112
<i>Balance general</i>	114
Evaluación Financiera.....	115
<i>Cálculo del VAN, TIR, B/C Y PRI</i>	115
<i>Ratios</i>	116
<i>Punto de equilibrio</i>	117
<i>Escenarios</i>	118
Conclusiones y Recomendaciones	120
Conclusiones	120
Recomendaciones	121
REFERENCIAS.....	123

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. ¿Cuál es el rango de edad?	51
Tabla 2. ¿Tienes algún familiar o amigo diagnosticado con diabetes?	52
Tabla 3. ¿Cuántos amigos o familiares tiene usted con esta enfermedad?	53
Tabla 4. ¿Cuáles serían los factores más importantes de una cafetería para diabéticos?	54
Tabla 5. ¿Estarías dispuesto/a a pagar un poco más por alimentos y bebidas para diabéticos en una cafetería/panadería? (Opciones especializadas)	55
Tabla 6. ¿Estarías dispuesto/a a pagar un poco más por alimentos y bebidas para diabéticos en una cafetería/panadería? (Prefiero opciones más económicas)	55
Tabla 7. ¿Estarías dispuesto/a a pagar un poco más por alimentos y bebidas para diabéticos en una cafetería/panadería? (Dependiendo de la variedad).....	56
Tabla 8. ¿Cuáles de los siguientes tipos de productos te interesaría comprar en una cafetería/panadería para personas con diabetes?.....	56
Tabla 9. ¿Qué importancia le da a la disponibilidad de productos edulcorantes sin azúcar o con bajo contenido de azúcar en una cafetería/panadería para personas con diabetes?.....	57
Tabla 10. ¿Recibir información nutricional detallada en el menú para personas con diabetes es importante para mí?	58
Tabla 11. ¿Usted iría a una cafetería/panadería donde se comercialicen productos para personas con diabetes?	58
Tabla 12. ¿Con que frecuencia consumirías productos en una cafetería/panadería dirigida a personas con diabetes?	59
Tabla 13. ¿Qué valor estarías dispuesto a pagar por los productos ofrecidos en una cafetería/panadería dirigida al público diabético?.....	59
Tabla 14. ¿Estoy de acuerdo con que una cafetería/panadería para personas con diabetes puede tener un impacto positivo en mi vida y bienestar?	60
Tabla 15. Frecuencia diaria promedio	60
Tabla 16. Demanda actual por producto	61
Tabla 17. Demanda actual por unidades (Panadería el Buen Sabor)	62
Tabla 18. Demanda actual por unidades (Panadería la Colombiana).....	62
Tabla 19. Oferta por unidades (Panadería el Buen Sabor)	63
Tabla 20. Oferta por unidades (Panadería la Colombiana)	63
Tabla 21. Demanda proyectada por producto	64
Tabla 22. Precio unitario por productos (panaderías en Salitre)	65
Tabla 23. Definición de precios	66
Tabla 24. Características de posibles lugares de arrendamiento	69
Tabla 25. Método de factor de evaluación por puntos	70
Tabla 26. Capacidad instalada total.....	71
Tabla 27. Horario de atención	73
Tabla 28. Turnos por empleados	73
Tabla 29. Recursos materiales.....	73
Tabla 30. Recursos tecnológicos.....	74
Tabla 31. Manual de funciones para el cargo de gerente	84
Tabla 32. Manual de funciones para el cargo de chef especialista.....	86
Tabla 33. Manual de funciones para el cargo de personal de mostrador.....	88
Tabla 34. Horario laboral por cargos (lunes a viernes)	90
Tabla 35. Inversiones previstas en activos fijos.....	92

Tabla 36. Inversiones previstas en activos diferidos.....	92
Tabla 37. Inversiones previstas en activos circulantes.....	94
Tabla 38. Resumen de la inversión total prevista.....	95
Tabla 39. Financiamiento.....	95
Tabla 40. Balance inicial (Activos).....	96
Tabla 41. Balance inicial (Pasivos).....	97
Tabla 42. Depreciación	98
Tabla 43. Amortización de préstamo.....	99
Tabla 44. Detalle de sueldos año 2023.....	101
Tabla 45. Detalle de sueldos anual.....	101
Tabla 46. Proyección de ingresos.....	102
Tabla 47. Costos de operaciones.....	104
Tabla 48. Gastos.....	108
Tabla 49. Resumen de gastos	109
Tabla 50. Estado de pérdidas y ganancias.....	111
Tabla 51. Flujo de caja anual	112
Tabla 52. Balance general.....	114
Tabla 53. Evaluación financiera.....	115
Tabla 54. Razones financieras.....	117
Tabla 55. Punto de equilibrio	117
Tabla 56. Escenarios	118

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. ¿Tiene usted conocimiento acerca de la diabetes?.....	51
Figura 2. ¿Usted tiene diabetes?	52
Figura 3. ¿Consideras que hay suficientes opciones de alimentos saludables para personas con diabetes en tu área local?.....	53
Figura 4. Distribución de planta.....	79
Figura 5. Organigrama institucional	83

RESUMEN

Mediante el presente estudio se busca determinar la factibilidad de un bakery café (cafetería/panadería) dirigido a las personas con diabetes, en el cantón Salitre, cuyo propósito es proporcionar a su población productos del segmento de panadería y cafetería con contenidos bajos en grasas y azúcar que aporten a la salud de las personas con dicha enfermedad, para el desarrollo del mismo se llevó a cabo una investigación de mercado en base a una encuesta con el objetivo de conocer la opinión e intereses de las personas sobre este emprendimiento, así como determinar el estado actual del mercado con respecto a productos dirigidos al público diabético, así también se realizaron estudios del tipo técnico y administrativo para definir la estructura de la empresa en aspectos de localización, tamaño, recursos, procesos y diseño, a fin de crear una cultura y ambiente de trabajo funcional que permita una operación eficiente, aportando de manera positiva tanto en la producción de alimentos como en el servicio al cliente. Además, se realizaron estudios financieros y evaluación financiera, esto a fin de analizar la viabilidad económica del negocio, en el cual se determinó detalles de la inversión inicial, se realizaron proyecciones de ingresos, costos, gastos, estados financieros, flujos de caja y balance general, de igual manera se realizó una evaluación financiera donde se comprobó la viabilidad mediante el cálculo del valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación costo/beneficio, el periodo de recuperación de la inversión, el punto de equilibrio, el análisis de ratios y escenarios.

Palabras clave: Estudio, Factibilidad, Diabetes, Emprendimiento, Bakery Café, Panadería, Cafetería, Evaluación.

ABSTRACT

The present study seeks to determine the feasibility of a bakerycafe (cafeteria/bakery) aimed at people with diabetes, in the Salitre canton, whose purpose is to provide its population with products from the bakery and cafeteria segment with low fat and sugar content that contribute to health. of people with said disease, for the development of it, a market investigation was carried out based on a survey with the objective of knowing the opinion and interests of people about this venture, as well as determining the current state of the market with Regarding products aimed at the diabetic public, technical and administrative studies were also carried out to define the structure of the company in aspects of location, size, resources, processes and design, in order to create a culture and functional work environment that allow an efficient operation, contributing positively both in food production and in customer service. In addition, financial studies and financial evaluation were carried out, this in order to analyze the economic viability of the business, in which details of the initial investment were determined, projections of income, costs, expenses, financial statements, cash flows and balance were made. In general, in the same way, a financial evaluation was carried out where the feasibility was verified by calculating the net present value, the internal rate of return, the cost/benefit ratio, the investment recovery period, the break-even point, the analysis of ratios and scenarios.

Keywords: Study, Feasibility, Diabetes, Entrepreneurship, Bakerycafe, Bakery, Cafeteria, Evaluation.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene la finalidad de determinar la factibilidad de la puesta en marcha de un bakery café (cafetería/panadería) dirigido a las personas con diabetes en el cantón Salitre provincia del Guayas, el cual se basa en la comprensión de que la alimentación desempeña un papel crucial en el control de esta enfermedad, dicha investigación se fundamenta en el análisis de estudios sobre los principales conceptos, teoría, aspectos legales y trabajos previos relacionados, así como el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio económico y evaluación financiera.

La primera parte de este estudio está enfocado en el marco de desarrollo, el mismo que se divide en cuatro componentes esenciales, entre los cuales está el marco conceptual, en este se abordan los conceptos clave acerca de la administración, la diabetes, principios de nutrición y la alimentación adecuada. En el marco referencial se realiza un análisis y comparación con estudios previos similares al propuesto. En el marco legal se lleva a cabo la investigación acerca de las regulaciones y requisitos legales que afectan a los pequeños negocios y microempresas. Y por último el marco teórico, en el que se analizarán teorías que respaldan la relación entre la alimentación, dietas y la diabetes, así como estos principios pueden aplicarse a la operación de un bakery café dirigido a este público.

La segunda parte está enfocada al estudio de mercado, el cual se compone de 6 etapas de análisis, todas centradas en comprender las necesidades, preferencias y comportamientos de las personas con diabetes en relación con la compra de productos de panadería y cafetería. Dichas etapas se componen en: Definición del producto, el análisis de la demanda, el análisis de la oferta, el análisis de la demanda y la oferta proyectados, el análisis de precios y el estudio de comercialización.

La tercera parte de este trabajo está compuesto por el estudio técnico el cual abarca los aspectos operativos y logísticos esenciales para garantizar el funcionamiento del negocio, el primer aspecto es la localización óptima en la cual se evalúan diferentes ubicaciones considerando factores como accesibilidad, ubicación, costo de arriendo, entre otros. El segundo aspecto es el tamaño del proyecto el cual se basa en la proyección de la demanda. El tercer aspecto es el equipamiento y mano de obra necesarios, donde se identifican los equipos y se define la estructura organizativa.

El cuarto aspecto es el proceso de elaboración del producto y por último está el diseño y distribución en el cual se decide el lugar de las áreas de producción, servicio, entre otros, así como el lugar donde estarán ubicados los equipos.

La cuarta parte corresponde a el estudio administrativo, en el cual se establecen los fundamentos para la gestión y operación en base a los siguientes aspectos: Diseño organizacional, en donde se definen la visión, misión, objetivos, estrategias y los valores corporativos del negocio. El siguiente aspecto es el desarrollo del organigrama. Posteriormente está el desarrollo del manual de funciones, en el que se describirán en detalle las funciones y responsabilidades de cada puesto, y, por último, está el diseño del horario laboral.

La quinta parte del proyecto es el estudio financiero el cual consiste en evaluar la viabilidad económica y determinar si el proyecto es capaz de generar ingresos y retornos que compensen la inversión inicial, para el desarrollo del mismo se determinó el detalle de la inversión inicial requerida, así como el financiamiento, el balance inicial, la depreciación y amortización, el detalle de sueldos, la proyección de ingresos, los costos operativos, el costo de los platos, el estado de pérdidas y ganancias, el flujo de caja y el balance general, los cuales son componentes indispensables a la hora de realizar la evaluación de la viabilidad económica del negocio.

Por último, está la evaluación financiera, en este se determina si el proyecto será capaz de generar resultados financieros positivos y recuperar la inversión realizada, para esto se realiza, el cálculo del valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), el costo/beneficio (B/C), el cálculo del periodo de recuperación de la inversión (PRI), el cálculo del punto de equilibrio, la definición y cálculo de los ratios financieros y el análisis de los escenarios. Cada uno de estos cálculos es de suma importancia, ya que proporciona una visión más completa y precisa de la rentabilidad y la sostenibilidad que puede llegar a tener el proyecto en diferentes situaciones.

Planteamiento del Problema

Salitre, también conocido como “la capital montuvia del Ecuador” es un cantón que se encuentra ubicado en el centro-este de la provincia del Guayas, está limitado al norte por la provincia de Los Ríos y el cantón Palestina, al sur por el cantón Samborondón, al este por la provincia de Los Ríos y al oeste por los cantones Palestina, Santa Lucía y Daule. Salitre está compuesto por 4 parroquias, las cuales son: Salitre, Vernaza, Victoria y Junquillal, su clima es cálido y húmedo con una temperatura que varía de 20°C en verano a 35°C en invierno, su población es de aproximadamente 73 mil habitantes, su extensión territorial es de 388 kilómetros cuadrados, su altitud es de 5 metros sobre el nivel del mar.

En sus inicios Salitre era conocido como “Las Ramas” y le pertenecía al cantón Santa Lucía, luego en 1985 el consejo del cantón Daule acordó que se creara como una parroquia con el nombre de "Las Ramas", esto se ratificó dos años después, Salitre paso a convertirse en cantón el 27 de noviembre de 1959 con el nombre de Urbina Jado, no obstante, este retomó el nombre de Salitre debido a que comúnmente era llamado así por parte de sus habitantes. Su especialización económica está enfocada principalmente en la producción agrícola.

Salitre posee una gran diversidad gastronómica, en la cual predominan los platos típicos locales como de otras partes de la costa, haciendo a los dulces, platos muy poco preparados y por lo tanto poco consumidos, siendo los productos provenientes de algunas industrias, fábricas y algunas pocas tiendas enfocadas en dulces los únicos de este tipo que están al alcance de sus habitantes, los mismos que usualmente tienen un gran contenido de azúcares y otros químicos que son perjudiciales para la salud, en especial para aquellas personas con condiciones médicas que les prohíbe el consumo de los mismos, y los pocos que están catalogados como “adecuados para diabéticos” tienden a ser muy caros.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (2020) “la Diabetes Mellitus fue la segunda causa de mortalidad general en el Ecuador en 2019 con un porcentaje de 6.5%” (p.4). Actualmente se estima que entre el 7.1% y 7.8% de la población del Ecuador padece de diabetes, esto quiere decir que a nivel nacional hay alrededor de 1,3 millones de personas con esta enfermedad, por medio de varios

estudios enfocados en la progresión de esta enfermedad se estima que el porcentaje podría aumentar gradualmente en los siguientes años.

En vista de esta problemática se hace necesaria la creación de un local que brinde a las personas especialmente a aquellas personas que buscan alternativas igual de deliciosas pero saludables, así como personas con condiciones médicas específicas que desean consumir postres y dulces, pero la misma los detiene.

Pregunta de Investigación

¿La puesta en marcha de una panadería tipo Bakery Café permitirá satisfacer al segmento de personas diabéticas en el cantón Salitre?

Justificación de la Investigación

La presente investigación tiene el objetivo de verificar que tan factible es la creación de un Bakery Café dirigido a las personas con diabetes en el cantón Salitre, el cual se pretende poner en marcha debido a la escasez que existe con respecto a productos dirigidos al segmento de consumidores diabéticos o fitness, los mismos que por motivos de condiciones médicas específicas o por llevar una dieta saludable tienen la necesidad de comprar productos que se adaptan a sus requerimientos, en el caso de los diabéticos, estos deben seguir una dieta y cuidados muy específicos con respecto a los productos que ellos pueden consumir, lo que dificulta a estas personas la compra e ingesta de alimentos con altos niveles de azúcar, debido a esto, las personas no solo terminan comprando productos mucho más costosos, sino que a la vez estos no están totalmente libres de azúcar y no se ajustan completamente a sus condiciones. En parte, este problema es producido por el desinterés de muchas empresas en satisfacer segmentos de mercado tan específicos como lo son las personas con diabetes.

Los alimentos dulces que una persona con diabetes puede consumir deben cumplir ciertos requisitos de cara a los ingredientes utilizados en su elaboración de manera que puedan adaptarse eficazmente a los cuidados y dietas establecidos por sus médicos.

Objetivos

Objetivo general

Determinar la factibilidad de la creación de un Bakery Café dirigido a las personas con diabetes en el cantón Salitre, de manera que se logre ampliar la variedad de productos que este segmento pueda adquirir.

Objetivos específicos

Llevar a cabo una investigación acerca de la atención que se le ha dado al mercado de productos light, sin azúcar o para diabéticos en el cantón Salitre.

Determinar el enfoque metodológico que más se adecua para el desarrollo de la presente investigación.

Efectuar un levantamiento de información y su respectivo análisis enfocado en determinar la viabilidad de la implementación de un bakery café en el cantón Salitre.

Efectuar un estudio para determinar la factibilidad de la implementación de un bakery café en el cantón Salitre.

Capítulo I: Marco de Desarrollo

Este capítulo se ha desarrollado a partir de cuatro dimensiones esenciales: el marco conceptual, el marco referencial, el marco legal y el marco teórico, Los cuales buscan brindar diferentes perspectivas acerca de fundamentos conceptuales, restricciones legales, contribuciones teóricas, así como aspectos técnicos y operativos que funcionen como base y soporte de esta investigación

Marco Conceptual

En el marco conceptual se ha estructurado tres ejes los cuales son: enfoque administrativo, enfoque investigativo y el enfoque de salud. Estos tres ejes proporcionan un marco conceptual integral mediante el cual se hará posible abordar temas desde perspectivas o enfoques específicos.

Enfoque administrativo

Este enfoque se refiere a la gestión y organización de recursos, procesos y personas en el ámbito de estudio, centrándose en la toma de decisiones, la planificación, la dirección y el control de actividades relacionadas con la administración. Este punto tiene el objetivo de explicar los términos referentes al enfoque mencionado.

Administración.

La administración de acuerdo con Mogollón, et al. (2020) es la “gestión de liderar, dirigir, guiar y hacer actividades, funciones y acciones en beneficio de una organización, producto o persona, mediante la correcta aplicación de herramientas y estrategias que determinaran la consecución de los objetivos trazados” (p.11).

Por otro lado, Bueno, et al. (2018) consideran que la administración es una actividad que llevamos a cabo los seres humanos en diferentes ámbitos de nuestra vida diaria. Así, desempeñamos actividades relacionadas con esta área cuando realizamos tareas en el hogar, trabajo, escuela o en algún equipo deportivo, por mencionar algunos. Por tal motivo, se considera a la administración como un área de conocimiento necesaria para las personas independientemente de las tareas que ejecuten y el ámbito en que se desempeñen. Todos la necesitamos y la practicamos en nuestra vida al tener que administrar nuestros recursos para obtener los objetivos y metas planteadas. (p.11)

Así también, según lo indicado por Asturias Corporación Universitaria (2018) el objetivo de la administración es tanto proporcionar eficiencia en los procesos: Entendiendo la eficiencia como los medios, métodos, procesos, procedimientos, reglas y, los reglamentos sobre la forma como se deben desarrollar las diferentes actividades implícitas en cada proceso empresarial, y que todos los involucrados en el proceso administrativo las deben conocer aplicar, respetar y cumplir a cabalidad, de tal forma que garanticen el óptimo funcionamiento de la empresa. Así como también, proporcionar eficacia en los procesos: La eficacia son los fines y los objetivos que se planean desarrollar y cumplir en la organización, teniendo en cuenta que cada empresa plantea sus propios objetivos que cumplir. La función o tarea de la administración, consiste en interpretar las voluntades organizacionales plasmadas en los objetivos, y establecer los mecanismos para alcanzarlos mediante la administración, dividiendo esta acción en planeación, organización, dirección y control, que constituye la función administrativa aplicable en la empresa. (p.3)

Analizando los aportes expuestos por los autores antes mencionados se define el término administración como un proceso fundamental en el funcionamiento de cualquier organización, puesto que la administración permite tener un correcto orden, control y dirección a tal punto que la empresa y todas sus partes funcionen como uno solo, de manera que esta pueda gestionar eficientemente todos sus recursos y desarrollar sus actividades de forma coordinada y eficaz.

Emprendimiento.

Se entiende como emprendimiento al nacimiento y puesta en marcha de una idea de negocio que surge a partir de una oportunidad o necesidad detectada en el mercado con una potencial probabilidad de generar beneficios en su explotación.

Como afirman Borja, et al. (2020) el emprendimiento es el acto de crear un negocio o negocios con el cual se espera generar ganancias. Los emprendedores desempeñan un papel clave en cualquier economía, especialmente por el hecho de que a partir de sus habilidades y la iniciativa necesaria puedan anticipar las necesidades de los individuos y aportar con nuevas ideas en el mercado. En este sentido, la riqueza de los países y su dinámica económica se encuentra muy relacionada con la competitividad de las empresas, la cual, como ya se

había manifestado depende en gran medida de las habilidades y capacidades que tienen los empresarios. (p.184)

Así también, desde el punto de vista de Solórzano y Verduga (2021) “el emprendimiento es la capacidad y voluntad que tiene una persona o grupo de personas para desarrollar y administrar un nuevo negocio, junto con los riesgos que esto implica, con el fin de generar ganancias y satisfacer las necesidades del consumidor, contribuyendo principalmente al desarrollo local, incrementando la productividad y generando mayores fuentes de empleo que permiten mejorar el nivel de vida de los emprendedores del territorio, sus familias y la población en general”. (p.173)

Por otro lado, para Borja, Carvajal y Vite (2020) el emprendimiento surge en el momento en que el individuo identifica la necesidad, y lleva a cabo los procesos, esfuerzos y actividades para satisfacerla, por medio de la creación de nuevos productos y servicios que generan valor, pero que también le otorga el poder de decisión en cuanto a los riesgos que serán asumidos. (p.185)

De acuerdo con lo descrito por autores antes mencionados se define como emprendimiento al proceso por el cual una persona detecta una necesidad en el mercado y mediante una serie de acciones, decisiones y toma de riesgos busca solventarla a través de un producto o servicio que a la vez le provea de beneficios.

MiPymes.

El termino MiPymes son las siglas de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, dicho termino se utiliza para referirse a un tipo específico de empresas que tienen un tamaño y una estructura organizativa reducida en comparación con las grandes corporaciones.

Según la Ferraro y Rojo (2018) las MiPymes son los agentes económicos con mayor capacidad para crear empleo; sin embargo, presentan bajos niveles de productividad y una elevada informalidad. El universo formado por las MIPYME es un conjunto muy heterogéneo en el que coexisten desde pequeñas unidades dedicadas a actividades de subsistencia a empresas pequeñas y medianas que son dinámicas, innovadoras, competitivas en el mercado y que, en menor medida, exportan. En el amplio universo MIPYME predominan los agentes de baja productividad. (p.7)

Por otro lado, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020) afirma que “las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) son un componente fundamental del tejido empresarial en América Latina, lo que se manifiesta en varias dimensiones, como su participación en el número total de empresas o la creación de empleo. Ello se contrapone a una participación en el producto interno bruto (PIB) regional de tan solo el 25%, situación que contrasta con la de los países de la Unión Europea, donde esta cifra alcanza, en promedio, el 56%”. (p.9)

Lo descrito por estos autores muestra que las MiPymes tienen gran impacto en la economía y en la generación de empleo, no obstante, también resaltan aspectos como los desafíos de productividad y formalidad que enfrentan.

Mercado.

El término mercado es definido como aquel entorno donde se lleva a cabo acciones económicas tales como la transacción o intercambio de bienes o servicios entre quien los ofrece y quien los demanda.

En economía, el mercado es un espacio físico o virtual en el que se realizan intercambios de bienes, servicios y activos líquidos por dinero. El intercambio se da entre compradores y vendedores que pueden interactuar de manera directa o a través de instituciones o plataformas. Es un proceso en el que tanto el vendedor como el comprador obtienen algún beneficio. (De Azkue, 2022)

“El mercado es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del intercambio” (Quiroa, 2019).

A partir de lo mencionado por los autores previamente citados es posible conceptualizar el término de mercado como el entorno en donde las personas como empresarios o comerciantes buscan satisfacer las necesidades que tiene la sociedad, estos son considerados ofertantes los mismos que realizan acciones de intercambio de bienes o servicios con las personas que los requieren por medio de transacciones.

Estudio de mercado.

El estudio de mercado, como su nombre lo indica, consiste en analizar el comportamiento de una parte específica del mercado en el que la empresa desea

desarrollar sus actividades económicas con el objetivo de determinar si resultara o no rentable llevar a cabo sus operaciones en dicho sector del mercado.

El estudio de mercado es un conjunto de acciones que se desarrollan con la finalidad de conocer la respuesta del mercado, proveedores, competencia respecto a un producto o servicio. Además, permite analizar aspectos esenciales como el precio de los productos o el modo de comunicación y distribución de los mismos. (Moncayo, Salazar y Avalos, 2021, p.2209)

La idea central de un estudio de mercado es obtener información, ¿de qué o de quién? De los competidores (los que venden lo mismo, similar o sustituto); de la zona comercial en donde está el negocio, o a dónde quisiera llevar el negocio (puede ser local, regional, nacional o internacional); del negocio mismo (qué se vende, cómo es la ubicación, y su entorno, por ejemplo); pero sobre todo, de los clientes actuales o posibles, de ellos se requiere conocer e identificar el mayor detalle posible: qué quieren, qué buscan, qué necesitan para su casa o su vida personal, qué prefieren o por qué no lo llevan, en fin. (Martín, 2021, p.2)

En base a las definiciones señaladas por los autores citados se entiende como estudio de mercado a la investigación a profundidad de diversos factores que guardan gran importancia al momento de poner en marcha un proyecto, estos abarcan desde el análisis del producto o servicio que se pretende ofertar, el tipo de mercado al que se quiere satisfacer, la determinación del precio, análisis de las características del mercado objetivo, tales como sus necesidades e intereses, hasta factores que abarcan el estudio de políticas y leyes, todo esto se analiza para tener una idea clara del entorno en el que se desenvolverá la empresa permitiendo a la misma determinar con anticipación si tendrá o no buena acogida.

Estudio técnico.

El estudio técnico en cuanto respecta al estudio y desarrollo de un proyecto se refiere al análisis de diferentes factores que ayudaran a definir, moldear y perfeccionar los procesos y actividades que se llevaran a cabo durante todo el proceso de desarrollo, producción y comercialización del producto, así como los requerimientos que puedan surgir para el óptimo desarrollo y operatividad del proyecto.

Un estudio técnico como describe González y Blanco (2022) es aquel que provee al nuevo negocio una ruta de trabajo que describe cómo se produce el

producto, cómo se generan réditos y cómo se satisfacen las necesidades del mercado meta. En él se analizan los elementos relacionados con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea generar u operar. En este sentido, se debe efectuar una descripción detallada de este, a fin de identificar todos los requerimientos para lograr su sostenibilidad. (p.20)

En el estudio técnico (o plan operativo) se describen aspectos técnicos relacionados con el negocio, tales como los requerimientos físicos necesarios para su funcionamiento, y su proceso productivo. El objetivo del estudio técnico es el de tener una guía para el funcionamiento del negocio; pero también mostrar al lector cómo serán las operaciones diarias del negocio, y que el que haya elaborado el plan de negocios, comprenda y haya planificado bien dichas operaciones. Razón por la cual el estudio técnico debe proveer suficiente información, pero sin ser demasiado técnico o exhaustivo al punto de llegar a hacerle perder interés al lector por leerlo, o que este no pueda entenderlo debido a su complejidad. (Rojas, 2020, p.1)

Analizando las definiciones aportadas por los autores expuestos, se entiende como estudio técnico a una guía o descripción detallada del cómo, en donde, el tamaño entre otras interrogantes que explican el funcionamiento de la organización, dicho estudio permite a la vez determinar si la empresa requiere de algún cambio o reestructuración para asegurar el óptimo y adecuado funcionamiento de la misma.

Evaluación financiera.

Fajardo y Soto (2018) mencionan que La evaluación financiera, como uno de los tipos de evaluación, juzga específicamente a los proyectos desde la perspectiva de generación de rentabilidad financiera lo cual resulta pertinente para la determinación de lo que se denomina “Capacidad Financiera del proyecto” y por supuesto, de la rentabilidad de los fondos propios invertidos en el mismo. (p.135)

Virreira (2020) describe que “el objetivo de esta evaluación es analizar la rentabilidad de los fondos aportados por los dueños del proyecto, analizar el impacto del financiamiento en el valor del proyecto y/o analizar la viabilidad de una determinada estructura de financiamiento” (p.10).

Gaibor (2022) considera que la evaluación de proyectos es una comparativa entre las ventajas y desventajas de realizar o no realizar el proyecto. En el enfoque financiero se evalúa la rentabilidad de la asignación de recursos para la ejecución del proyecto; esto consiste en comparar los beneficios y los costos de este. De esta manera se puede determinar si el proyecto es rentable o no, y si produce mayores ventajas, rentabilidad o beneficios que otros igualmente viables. (p.37)

La evaluación financiera según Huacchillo, Ramos y Pulache (como se citó en Coronado, 2021) facilita a las empresas la toma de decisiones para alcanzar el desarrollo y la prosperidad. Esta herramienta es útil debido a que califica el proyecto desde una perspectiva de forjar renta financiera y al flujo de capitales generado por el proyecto. Mediante esta valoración se determina la capacidad financiera del proyecto y también la rentabilidad del capital propio invertido. (p.9)

Según lo expuesto por los autores citados previamente se define como evaluación financiera a una herramienta vital en el desarrollo de un proyecto, esta permite analizar la rentabilidad que ofrecen las inversiones realizadas en el mismo, por medio de una comparativa entre los costos y los beneficios, dicho análisis permitirá a la vez determinar la viabilidad y rentabilidad de la puesta en marcha de un proyecto, así como tomar decisiones acertadas y precisas partiendo de la capacidad financiera que este posee.

Oferta.

La oferta es el término que se usa en la economía para definir la cantidad de un bien o servicio que está disponible en el mercado para el consumo o adquisición por parte de los compradores.

De acuerdo con García (2021) la oferta “es la cantidad de un producto que uno o varios proveedores están dispuestos a ofrecer al mercado a diversos precios durante un período específico” (p.20).

Demanda.

La demanda es el término que se utiliza para definir la intención o deseo de parte de los consumidores o compradores por la adquisición de un determinado bien o servicio.

Según Peiro (como se citó en Carrillo, Ramones y Arteaga, 2022) el significado de demanda abarca una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos. Estos bienes y servicios pueden englobar la práctica totalidad de la producción humana como la alimentación, medios de transporte, educación, ocio, medicamentos y un largo etcétera. Por esta razón, casi todos los seres humanos que participan de la vida moderna son considerados como ‘demandantes’. (p.811)

Por otro lado, Arboleda (2021) describe que la demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción. La demanda del mercado brinda información sobre bienes y servicios requeridos por un grupo de personas en un mercado determinado, en el cual influyen los intereses, las necesidades y las tendencias. (p.2)

Proyecto.

El termino proyecto es aquel que se refiere a un plan de acción que detalla todas las actividades para alcanzar una meta en específico, tiene como objetivo solventar alguna problemática o necesidad, esto partiendo de una idea u oportunidad detectada.

Un proyecto es un conjunto de actividades por realizar en un tiempo determinado, con una combinación de recursos humanos, físicos, financieros y con costos definidos orientados a producir un cambio en una entidad, a través de la concreción de las metas establecidas. (Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 2020, p.6)

Kerzner como se citó en Acosta et al. (2022) afirma que un proyecto es cualquier serie de actividades y tareas que tienen un objetivo específico que debe completarse dentro de ciertas especificaciones; tienen una fecha de inicio y finalización definida; tienen límites de financiamiento; consumen dinero, personas y equipos; y son multifuncionales. (p.19)

Después de analizar lo descrito por los autores citados previamente es posible interpretar el termino de proyecto como la definición de una trayectoria en la cual se detallan los medios y los recursos que se dispondrán para la consecución de un objetivo en concreto en una determinada línea de tiempo.

Enfoque investigativo

Este enfoque implica la aplicación de métodos y técnicas de investigación para obtener información, analizar datos y generar conocimiento en el área temática, buscando profundizar en el conocimiento existente, identificar tendencias, patrones o relaciones, para contribuir al avance del tema estudiado. Este punto tiene el objetivo de determinar el significado de diversos términos referentes al enfoque investigativo.

Estudio.

El estudio se define como el conjunto de procesos a través del cual las personas buscan aprender y desarrollar nuevos conocimientos y habilidades que les permitan desenvolverse de una forma más eficiente en su motivo o razón principal de estudio a través de la investigación y entendimiento a profundidad de este.

El término estudio se utiliza para denominar, generalmente, a la tarea de una persona de aprender y analizar cierta información. El estudio se considera un esfuerzo ya que implica ciertas capacidades mentales y físicas. La capacidad intelectual es la que se pone a juego cuando una persona se dedica al estudio. (Cao, 2021)

Luego de analizar lo señalado por el autor citado se entiende que estudio es el término que hace referencia a la acción intencional y consciente de aprender algo en específico, dicha acción implica esfuerzo y dedicación en la investigación, en el análisis, así como el uso de una metodología que permita un mejor entendimiento del tema al que se pretende profundizar.

Investigación.

La investigación se puede interpretar como el proceso por el cual un investigador busca generar conocimiento acerca de un tema en específico mediante el análisis, estudio e interacción con el fenómeno u objetivo de investigación.

Alan y Cortez (2018) señalan que “La investigación tiene por finalidad expandir el conocimiento de los distintos campos científicos, mediante la realización de una serie de actividades sistemáticas de carácter intelectual y experimental” (p.13).

Por otro lado, Sánchez, et al. (2018) sostienen que la investigación es el “proceso de recolección de datos para dar respuestas a las preguntas o interrogantes

planteadas, referidas al conocimiento de una realidad o a su transformación. La investigación puede ser básica o aplicada, sustantiva o tecnológica” (, 2018, p.79).

Mediante lo descrito por estos autores, es posible conceptualizar el termino de investigación como el conjunto de procesos orientados a la consecución de conocimiento, a fin de poder entender y explicar a profundidad las incógnitas que surgen al intentar profundizar en lo desconocido.

Factibilidad.

El termino factibilidad se usa para describir si un plan de acción o ruta cumple con las condiciones esperadas para desarrollarse de manera eficiente.

La factibilidad en los negocios radica en que un proyecto comercial sea plausible y, bajo ciertas condiciones, pueda realizarse de forma efectiva. Esta viabilidad depende de la meta trazada, así como de la posesión de los recursos necesarios para alcanzarla en los tiempos y formas preestablecidos. (Rodríguez, 2022)

Luego de analizar lo descrito por el autor citado se define como factibilidad a el grado o probabilidad de éxito que tiene un proyecto para desarrollarse eficientemente basándose en los recursos y las capacidades con las que se cuenta para el desarrollo del mismo.

Viabilidad.

El término de viabilidad como su nombre lo indica, busca determinar si las posibilidades de que un proyecto se desarrolle como se espera son altas o bajas, esto a través de un análisis empírico acerca del entorno económico en el que se desarrollará el proyecto, así como mediante un análisis de los recursos, riesgos entre otros factores a fin de determinar su probabilidad de éxito.

La viabilidad es definida por Pérez y Merino (2021) como “la cualidad de viable (que tiene probabilidades de llevarse a cabo o de concretarse gracias a sus circunstancias o características). El concepto también hace referencia a la condición del camino donde se puede transitar”.

Diferencia entre factibilidad y viabilidad.

La factibilidad es un término que a menudo se confunde con la viabilidad, ya que ambos intentan llegar a la conclusión de si es o no adecuado el desarrollo de un

proyecto, no obstante, la factibilidad se centra más en análisis de los recursos y capacidades para llegar a dicha conclusión mientras que por otro lado la viabilidad busca obtener una perspectiva o visión de que tan buena sea la probabilidad de que en proyecto sea exitoso, pero basándose en las condiciones o posibilidades existentes.

Un proyecto viable, es un proyecto que además de ser factible, esto es que es posible de realizar, es un proyecto que resulta viable, que en nuestro contexto se debe entender como un proyecto que puede ser sostenible, rentable económicamente. (Castillo, 2020, p.2)

Estudio de factibilidad.

El estudio de factibilidad como su nombre indica es un análisis a profundidad que usualmente se realiza a los proyectos de negocio cuyo objetivo es determinar si el desarrollo de los mismos alcanzará los objetivos propuestos.

Los estudios de factibilidad son una herramienta analítica que permite evaluar la viabilidad de un proyecto, así como la capacidad de una organización para su cumplimiento. Estos estudios estiman la probabilidad de éxito en el emprendimiento de un objetivo y sirven para ajustar nuestras expectativas o llevar a cabo acciones correctivas para alcanzar las metas trazadas. (Rodríguez, 2023)

De acuerdo con Echeverría (como se citó en Guasco y Luna, 2022) El estudio de factibilidad proporciona herramientas para organizar el entorno de trabajo, recopilar y analizar sistemáticamente una serie de datos para alcanzar resultados esperados con respecto a una idea de negocio. Este análisis en la actualidad es muy importante para valorar cualitativa y cuantitativamente la conveniencia o inconveniencia de consignar recursos a una iniciativa particular, por lo que, de su correcta evaluación dependerá el éxito de una empresa en específico. (p.1073)

Luego de comparar las diferentes definiciones de varios autores es posible definir el término de estudio de factibilidad como un proceso indispensable cuando se planea iniciar un proyecto de negocio, esto debido a que este estudio permite un análisis más a fondo sobre diversos factores, de manera que hace posible detectar errores e inconsistencias en su realización a fin de determinar si es o no conveniente poner en marcha el desarrollo de un proyecto.

Cafetería.

El termino cafetería se usa normalmente para describir un lugar en el que se prepara y comercializa diferentes tipos de bebidas hechas en base a un grano provenientes de la planta de café, usualmente acompañado de algún otro producto y servido en el mismo establecimiento o comprado en un recipiente para llevar.

Desde el punto de vista de Velásquez (2020) se define cafetería de manera sencilla como un lugar donde se sirve café y además se socializa, ya que nada mejor para el frio que un buen café, ojalá acompañado de algún producto tradicional o simplemente un tinto para aumentar la temperatura corporal, charlar o cerrar algún negocio. (p.1)

Bakery.

Bakery es un término en ingles que en español significa panadería, dicho termino se puede definir como aquel sitio en el que se prepara y comercializa distintos tipos de productos en base a harina, sal, levadura, entre otros, tales como el pan o pasteles. De acuerdo con la Real Academia Española (s.f., definición 2) una panadería es el “Sitio, casa o lugar donde se hace o vende el pan”.

Enfoque de salud

Este enfoque está orientado a la comprensión de los términos que hacen referencia al bienestar y la calidad de vida de las personas, considerando aspectos relacionados con la prevención, diagnóstico, tratamiento y cuidado de la salud, así como la promoción de estilos de vida saludables y la atención de enfermedades.

Insulina.

El termino insulina hace referencia a una hormona secretada por el páncreas que tiene como objetivo controlar los niveles de azúcar en la sangre, mediante a un proceso normal en que la insulina permite la absorción de la azúcar en la sangre o glucosa por parte de las células.

La insulina es una hormona que ayuda a transportar el azúcar de la sangre a las demás células. Se produce en el páncreas, que es el órgano que se encuentra detrás del abdomen (vientre). Si el páncreas no produce suficiente insulina, los niveles de azúcar en la sangre aumentarán más de lo normal. Esto sucede porque el azúcar permanece en la sangre en vez de entrar en las células. (Memorial Sloan Kettering Cancer Center, 2023, p.1)

Según la Sociedad Mexicana de Nutrición y Endocrinología (2021) la insulina “es una hormona que produce un órgano del cuerpo llamado páncreas y que se encarga de mantener las concentraciones normales de glucosa en nuestro organismo. Puede administrarse de forma sintética de manera subcutánea para el tratamiento de la diabetes” (p.1).

Diabetes.

La diabetes es una enfermedad crónica bastante conocida a nivel mundial, la misma que en nuestro país representa la tercera causa de mortalidad en general, esta consiste en un aumento considerable del azúcar en la sangre producto de la carencia de una hormona conocida como insulina, la cual es la encargada de mantener estables los niveles de azúcar en la sangre.

La diabetes es una enfermedad que eleva el azúcar en la sangre hasta niveles peligrosos. El azúcar en la sangre, también llamado glucosa, se controla con insulina. El azúcar en la sangre es su principal fuente de energía y primordialmente proviene de los alimentos que consume. La insulina es una hormona que ayuda a las células del cuerpo a absorber la glucosa de la sangre y usarla o guardarla para producir energía. (American Heart Association, 2021, p.1)

La Sociedad Mexicana de Nutrición y Endocrinología (2021) sostiene que la diabetes es una forma de trastorno metabólico en el cual los pacientes poseen concentraciones altas de glucosa (azúcar) en sangre debido a que su cuerpo no responde a la insulina (hormona o sustancia que circula en la sangre y contribuye a reducir la concentración de glucosa en el cuerpo aportando energía a los órganos) que normalmente secreta el páncreas o debido a que la produce en cantidades insuficientes. (p.1)

Como afirman los autores mencionados la causa de la diabetes es la falta de insulina que impide la correcta absorción de glucosa (azúcar en la sangre), lo que a largo plazo provoca daños en distintos órganos y en la salud en general. Esta carencia de insulina se puede producir por dos razones, la primera es por un fallo en el sistema inmune que provoca que este detecte la insulina como un elemento extraño y la elimina, a esta se la conoce como diabetes mellitus 1, mientras que la segunda razón es por la incapacidad del páncreas para generar insulina, esta normalmente ocurre por

tener dietas desbalanceadas y estilos de vida sedentarios, esta es conocida como diabetes mellitus 2 y es la más común.

Nutrición.

El termino nutrición hace referencia tanto al proceso por el cual el organismo de los seres vivos ingiere vitaminas y nutrientes para el correcto funcionamiento de los mismos, así como a la ciencia que estudia dicho proceso.

La Nutrición es la ciencia que estudia todos los procesos a partir de los cuales el organismo recibe, transforma y utiliza las sustancias químicas presentes en los alimentos que son indispensables para el funcionamiento, crecimiento y el desarrollo del organismo. Es un proceso involuntario e inconsciente, similar en todos los individuos, cuyos cambios se deben al proceso evolutivo. (Huerta, 2021, p.1)

Según Unicef (como se citó en Amaya, Ortega y Mancilla, 2021) la nutrición es el conjunto de procesos fisiológicos (digestión, absorción, transporte y metabolismo de los nutrientes) que se dan a partir de la ingestión de alimento y que tiene como finalidad aportar proteínas, grasas y micronutrientes, requeridos por un individuo para mantener una vida saludable. (p.52)

Tomando en cuenta lo expuesto por los autores citados es posible interpretar el termino de nutrición como aquel proceso en el que un organismo ingiere aquellas sustancias que son indispensables para su desarrollo y crecimiento, mientras que también es posible interpretar este término como el estudio a profundidad del efecto que tienen los diferentes tipos de alimentos en los organismos vivos.

Alimentación.

El termino alimentación se define como una necesidad biológica compuesta de varios procesos en el cual un organismo vivo ingiere alimentos para poder desarrollarse y/o recuperar energías.

Como señala Huerta (2021) “la alimentación es la forma de proporcionar al organismo los alimentos indispensables para el mantenimiento y desarrollo del organismo. Es un proceso voluntario, consciente y depende de los hábitos dietéticos del individuo”.

Alimentación saludable.

El termino alimentación saludable hace referencia a aquellos hábitos de alimentación que proporcionan al cuerpo de un individuo las vitaminas y nutrientes que este necesita, priorizando el consumo de las ya mencionadas y evitando la ingesta de sustancias que podrían resultar nocivas para el organismo, ya sea porque estas sean consumidas en exceso, por que estas no aporten valores nutricionales al organismo o que por otro lado lo desgasten.

De acuerdo con Hernández (como se citó en Gilces y Villacis, 2020) “Una alimentación saludable se logra combinando varios alimentos en forma equilibrada, lo cual satisface las necesidades nutritivas para un correcto crecimiento y desarrolla las capacidades físicas e intelectuales” (p.126).

Marco Referencial

Para el desarrollo del presente proyecto se ha realizado una recopilación de 3 tesis y 2 proyectos de grado realizadas previamente con respecto a la factibilidad de establecimientos similares al propuesto en Ecuador y Colombia, cuyos objetivos de investigación guardan relación con el tema principal de este proyecto, a efecto de esto se han tomado las siguientes referencias:

Una de las cuales es el trabajo de tesis de Granada y Cuatín (2019) realizado en la Universidad Tecnológica De Pereira, Colombia, titulado como "Estudio de factibilidad para la creación de un CAFÉ-BAR como lugar de estudio en el centro de la ciudad de Pereira”.

La meta de este trabajo fue estudiar la factibilidad de la creación de un café-bar con temática educativa, el cual tenía el objetivo de prestar el espacio para monitorias y otros servicios que serían de gran ayuda para los estudiantes, para lograr determinar la factibilidad de dicho proyecto los autores realizaron una serie de actividades, una de las cuales fue la realización de una encuesta, la cual tenía el objetivo de permitir un primer acercamiento con las personas que podrían ser clientes potenciales del café-bar. La encuesta busca conocer los gustos de estos clientes potenciales, así como su opinión acerca de lo que se ha planteado anteriormente, es decir, la idea de crear un café-bar como lugar de estudio.

El objetivo principal de esta investigación como su nombre lo indica es llevar a cabo un estudio acerca de la factibilidad que podía llegar a tener la creación de un

café-bar como lugar de estudio en el centro de la ciudad de Pereira, para esto los autores propusieron desarrollar un estudio de mercados sobre la creación de dicho café-bar tomando como base la opinión de los estudiantes de diferentes niveles académicos en la ciudad de Pereira, así también, otro de los objetivos de los autores fue identificar los recursos físicos y humanos necesarios para la implementación de un café tipo bar como lugar de estudio, así como el desarrollo de un estudio financiero para determinar los recursos necesarios que requerirá el montaje de dicho negocio, y finalmente determinar la viabilidad financiera para desarrollo y puesta en marcha de su proyecto.

Los resultados de la elaboración de este proyecto indican que, durante su realización, el estudio de mercado permitió concluir que el mismo tendría una gran aceptación por parte del mercado objetivo, lo cual se observa a través de la realización de encuestas. Esto indica que la propuesta del negocio ha sido bien recibida y existe un interés por parte de los consumidores potenciales, por otro lado, los autores también mencionan la importancia del estudio técnico en el desarrollo del proyecto, el cual permitió determinar los recursos necesarios, el tamaño óptimo de la planta y los procesos que se llevarán a cabo, en cuanto a la ubicación del establecimiento, se tuvieron en cuenta factores externos como el tráfico de posibles consumidores, los costos de arrendamiento y servicios públicos, la seguridad y la competencia, entre otros, mientras que en lo que respecta a la distribución interna, se consideraron aspectos como la cadena de frío y la separación de áreas para evitar la interferencia del sonido en el área de monitorización y administración. Otro aspecto destacable en la realización del proyecto fue la clasificación de los productos a ofrecer, los cuales eran diferenciados entre los que se producirán internamente y los que se adquirirán de proveedores externos, con el objetivo de visualizar y estandarizar los procesos de elaboración de productos, optimizando el tiempo de preparación y servicio a los clientes. Por otro lado, los autores también hacen énfasis en la importancia del diseño organizacional para organizar el trabajo y crear mecanismos de coordinación eficientes, lo implicó definir los cargos, los perfiles de las personas que trabajarán en la empresa y determinar la cantidad de personal necesaria en cada área. Luego de analizar todo el desarrollo del proyecto los autores llegan a la conclusión de que es muy conveniente invertir en un establecimiento de café-bar bajo los estándares establecidos, ya que, se menciona que el Valor Presente Neto (VPN) es mayor que cero

y que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor al 6%, que es la tasa mínima de retorno establecida, lo cual permite ver que la inversión muestra una rentabilidad económica aceptable, respaldada por un VPN positivo y una TIR superior al 6%.

Ante lo indicado, podemos mencionar que este trabajo se ha tomado como referencia debido a que su desarrollo se llevó a cabo siguiendo 4 etapas, las cuales son: el análisis de mercados, estudio técnico operativo, análisis económico-financiero y evaluación financiera, cuyos objetivos y actividades son fundamentales para el desarrollo exitoso de un proyecto. En su primera etapa el autor llevó a cabo un análisis de mercados utilizando principalmente los datos obtenidos de una encuesta, dicho análisis abarca la definición del producto, el estudio de la demanda y oferta, así como el análisis de precios y desarrollo de un estudio acerca de la comercialización del producto. Luego de esto el autor desarrolló un estudio técnico operativo el cual se enfocaba en mostrar cómo funcionará y operará su proyecto, su desarrollo tenía como objetivo determinar el tamaño y la ubicación óptima de la empresa, así como describir los procesos involucrados en su funcionamiento, considerando a la vez otros aspectos como la mano de obra y la maquinaria necesaria para realizar una distribución adecuada de los equipos en la planta, como último paso de dicho estudio, se define la estructura organizacional, considerando algunos factores tales como los objetivos, la misión, el organigrama, entre otros. En la tercera etapa el autor realiza un análisis económico-financiero, en la que se organiza y clasifica toda la información recopilada en las etapas anteriores, y a partir de esto, se realiza una proyección financiera que abarca un período de tres años, lo que permite evaluar la viabilidad económica del proyecto en ese plazo de tiempo. En la última etapa el autor realiza una evaluación financiera y económica del proyecto a fin de determinar el riesgo, la rentabilidad y factibilidad de la inversión.

Otro estudio que guarda relación con el que se planea llevar a cabo es el proyecto de grado realizado por Reyes y Zúñiga (2022) en la Universidad Antonio Nariño, Colombia, titulado como Plan de negocio para la creación de una empresa de repostería saludable en el municipio de Palmira Valle del Cauca.

Lo que los autores quieren lograr al realizar este proyecto es diseñar un plan de negocio para establecer esta empresa, y para ello llevaron a cabo varios estudios. En primer lugar, ellos realizaron un estudio de mercado descriptivo, el cual tenía como objetivo principal identificar las tendencias de consumo en el sector de la repostería

saludable, el cual se realizó mediante la recopilación de información sobre los hábitos de consumo de la población objetivo a través de una encuesta, que permitió recabar información para conocer el nivel de aceptación de los productos alimenticios saludables, como aquellos bajos en azúcar y grasas dentro del segmento de panadería y repostería, dicha información sirvió como base para el desarrollo de estrategias de marketing, ventas y posicionamiento de marca. Además del estudio de mercado los autores llevaron a cabo estudios administrativos y técnicos, el estudio administrativo implicó el planteamiento de la estructura organizacional de la empresa, mientras que el estudio técnico se enfocó en determinar la capacidad de producción de la empresa.

El objetivo principal del proyecto realizado por los autores mencionados, tal como su nombre lo indica es elaborar un plan de negocios que permita el desarrollo de una empresa de repostería saludable en el municipio de Palmira, el cual se pone en marcha a través del diseño de estudios de mercado, administrativo, legal, técnico y financiero a fin de permitir evidenciar la viabilidad del proyecto, a efecto de esto, los autores propusieron llevar a cabo un estudio de mercado para identificar el segmento de clientes potenciales interesados en los productos que pretende elaborar la empresa, así como el desarrollo de un estudio administrativo y legal para facilitar la estructuración normativa y organizacional de la misma, a través de varios procesos, tales como la verificación de normatividad, la planificación de objetivos y valores corporativos, así como la definición de competencias para el personal. Los autores también propusieron realizar un estudio técnico para el plan de operaciones de la empresa, esto a fin de determinar algunos aspectos, tales como la capacidad instalada, proyección de la demanda, costos operativos y de producción, entre otros, para posteriormente desarrollar una evaluación financiera a fin de determinar la viabilidad y rentabilidad de la empresa en el corto y mediano plazo.

Los estudios que realizaron los autores mencionados muestran varias conclusiones importantes, en el estudio estadístico realizado a partir de una encuesta aplicada a una muestra representativa de la población objetivo se revelan que los hábitos y tendencias de consumo de la mayoría de los encuestados se inclinan hacia el cuidado de la salud y el interés por los aspectos nutricionales de los alimentos, representando esto una buena oportunidad en el mercado. En lo que respecta al estudio técnico, los autores determinaron que existe una gran oportunidad en el proyecto, ya que se espera un crecimiento anual de la demanda del 10%, lo que equivale a un

crecimiento del 30% dentro del período proyectado y puesto que la empresa tiene la capacidad de satisfacer dichas demandas con su tamaño y capacidad de producción actual hace factible la fabricación de productos de repostería saludable. En el estudio administrativo y legal los autores establecieron la estrategia organizativa y la estructura del proyecto, teniendo en cuenta las regulaciones sanitarias, tributarias y operativas, así mismo identificaron las influencias externas e internas que pueden afectar el proyecto, mientras que en el estudio financiero los autores determinaron que, bajo las condiciones y escenarios establecidos, el proyecto es viable financiera y económicamente, ya que, la rentabilidad esperada, la (TIR) y (VPN) indican que la inversión realizada generará un rendimiento positivo y superior a la tasa de interés de oportunidad, esto respalda la viabilidad y factibilidad del proyecto.

Este trabajo ha sido tomado como referencia debido a que los autores de este proyecto llevan a cabo su estudio a través de 3 puntos, los cuales consisten en la elaboración de un análisis de mercado para luego realizar una planificación estratégica y organizativa, y posteriormente desarrollar un estudio financiero que permita evaluar la viabilidad del proyecto, como punto de partida los autores realizaron un estudio de mercado con el objetivo de comprender mejor varios aspectos del mismo, tales como las tendencias y hábitos de consumo del público objetivo al que se quiere satisfacer, haciendo posible la elaboración de un perfil de cliente y por ende permitiendo apuntar a un segmento más específico y posteriormente realizar un análisis de la competencia en el sector. Además, los autores hacen uso de la herramienta de análisis FODA para definir estrategias encaminadas a reforzar la relación entre la empresa y los clientes y la identificación de posibles canales de distribución. Luego de esto los autores llevan a cabo estudios tanto administrativos como técnicos para establecer la estructura legal y organizativa de la empresa, estudio en el cual se definen aspectos normativos y requisitos sanitarios, así como el diseño de la planeación estratégica empresarial, la definición de objetivos y valores corporativos, así también, en este estudio los autores crearon una identificación de marca y determinaron las funciones y competencias del personal en los diferentes procesos. También identificaron otros aspectos como la demanda, la oferta y los productos, y definieron estrategias de mercadeo, de costos de producción y de capacidad instalada. Luego de esto los autores realizan un estudio financiero a fin de proyectar valores de las ventas, analizar los costos de producción y de mano de obra, establecer la estructura de gastos, inversión y capital de trabajo,

posteriormente los autores calculan el punto de equilibrio y la tasa interna de retorno para determinar la viabilidad del proyecto.

Otro estudio que guarda relación con el propuesto es el proyecto realizado por Ambuila (2020) en la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Colombia, titulado como Estudio de factibilidad para la creación de la panadería “El paraíso del diabético S.A.S.” para personas con diabetes en el municipio de Puerto Tejada – Cauca.

El objetivo principal de esta investigación como su nombre lo indica es “proponer un estudio de factibilidad para la creación de la panadería El paraíso del diabético S.A.S. para personas con diabetes en el Municipio de Puerto Tejada del Departamento del Cauca” (Ambuila, 2020, p.22). A fin de recabar la información necesaria para poder evaluar la factibilidad y viabilidad del proyecto el autor propone realizar las siguientes operaciones. En primer lugar, realizar un estudio de mercado, ya que este estudio permitiría comprender más a fondo las preferencias del mercado y a diseñar estrategias de marketing efectivas, para ello, el autor propone realizar una encuesta que permita obtener la información necesaria para elaborar el plan de mercadeo. Así también, el autor propone el desarrollo de un estudio técnico a fin de describir en detalle los productos, los procesos de producción, los requerimientos y la infraestructura necesaria con el objetivo de obtener una comprensión clara de la viabilidad técnica del proyecto. Por otro lado, también llevara a cabo un estudio organizacional y legal, donde se abordarán aspectos relacionados con la estructura organizativa de la empresa y los aspectos legales que deben ser considerados, la definición del organigrama, los perfiles y funciones del personal, el esquema de contratación, la cultura organizacional, así como las normativas legales y sanitarias aplicables al negocio. El autor también propone el desarrollo de un estudio financiero para realizar proyecciones financieras que incluyan balance general, estado de resultados y flujo de efectivo, así como el desarrollo de análisis del punto de equilibrio para determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costos, en este estudio también se evaluarán indicadores financieros, fuentes de financiación y se realizarán evaluaciones financieras para determinar la viabilidad económica del proyecto.

Según la investigación realizada por el autor, la creación de una panadería para personas con diabetes representaría una oportunidad de negocio, ya que, el mercado objetivo estaría compuesto por personas con diabetes, enfermedad por la que se estima

que actualmente hay alrededor de 382 millones de personas afectadas, y se proyecta que esta cifra aumente a 560 millones para el año 2030. En Colombia, la Asociación Colombiana de Diabetes ha alertado que el 7% de la población, equivalente a cuatro millones de personas, tiene diabetes, y la mitad de ellos desconoce su condición, por lo que el autor opina que la creación de una panadería especializada en productos para personas con diabetes representa una oportunidad de negocio sin explotar, dado el crecimiento de la población afectada por la diabetes y la necesidad de opciones de alimentación saludable, esta panadería podría ofrecer productos adaptados a las necesidades de este mercado específico, brindando opciones de panadería que sean bajas en azúcar y adecuadas para el control de la diabetes, la panadería podría satisfacer una demanda no cubierta y brindar una solución a las personas que buscan opciones más saludables.

Los resultados obtenidos al realizar este proyecto muestran que la creación de una panadería enfocada en la venta de productos saludables para personas con diabetes es un negocio viable y rentable a lo largo de cinco años, basándose en la revisión de los estados contables y la proyección de la unidad de negocio, así como la influencia del negocio en el mercado y la creciente demanda que se estima tener, otro aspecto de los resultados obtenidos es el uso de tecnología avanzada en el proceso de elaboración el cual garantiza la elaboración de productos de alta calidad. Así también, se determinó que el proyecto requiere una inversión combinada de capital propio y financiamiento externo. Por otro lado, los resultados financieros muestran una (TIR) del 161,88%, lo que indica que es un proyecto rentable, puesto que está por encima de la tasa mínima de retorno estimada. Mientras que el punto de equilibrio se encuentra en 140 unidades diarias de producción, las cuales equivalen a alrededor de un 80% de la producción diaria, dentro de rango establecido en el punto de equilibrio del estudio dichos factores hacen que la puesta en marcha de este emprendimiento suponga una oportunidad de negocio factible en términos de rentabilidad y demanda.

Este proyecto ha sido tomado como referencia porque guarda relación con los objetivos del trabajo propuesto, en este el autor pretende mejorar las condiciones de salud de las personas afectadas por la diabetes a través de la creación de una panadería que venda productos aptos para las personas con dicha condición médica, y para determinar si esta será rentable el autor realiza un estudio de la factibilidad. En la primera parte de su estudio, el autor identifica que la falta de un tratamiento médico

adecuado y los malos hábitos alimenticios son las principales causas de problemas de salud, como la diabetes, la obesidad y el sobrepeso, por lo que procede a realizar “un plan de negocios para la creación de la panadería especializada en productos para personas con diabetes” (Ambuila, 2020, p.17). El autor elabora su estudio de factibilidad abordando 5 puntos, entre estos está el plan de negocios, el cual describe de forma general el negocio y las estrategias que se llevaran a cabo, otro punto es el análisis de mercado, este se lleva a cabo con el propósito de determinar si realmente existe productos que satisfagan las necesidades del público objetivo, por otro lado también está el análisis técnico el cual evalúa aspectos relacionados con los procesos de producción, la infraestructura necesaria y los recursos técnicos disponibles para determinar si es posible elaborar y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requeridos, así también está el análisis administrativo cuyo desarrollo tenía el propósito de diseñar una estructura adecuada para el correcto funcionamiento y enlace de los procesos empresariales, como punto final está el análisis financiero el cual concluye que la revisión de los estados contables refleja una proyección viable para la unidad de negocio a cinco años, destacando que la participación y el crecimiento son adecuados, y se menciona el uso de tecnología de punta en el proceso de elaboración, lo cual permite ofrecer productos de excelente calidad, aptos para personas con diabetes.

Otro trabajo que guarda relación con el propuesto es la tesis desarrollada por Quiñonez (2018) en la Universidad de Guayaquil, Ecuador, titulada como “Desarrollo de un plan negocios para una pastelería para diabéticos, ubicada en el Guasmo Sur, Guayaquil, Guayas” (Quiñonez, 2018, p.13).

El objetivo principal de la autora al desarrollar este trabajo, como el título del mismo lo indica es elaborar un plan de negocios completo que permita establecer y operar una pastelería enfocada en personas con diabetes en el Guasmo Sur en el año 2018, y para llevarlo a cabo la autora menciona la necesidad de analizar la situación del mercado y la competencia en ese año, lo que implica investigar y comprender el entorno empresarial en el que se pretende establecer la pastelería, así como analizar el estado actual del mercado con el fin de proyectar y determinar qué tan aceptable y viable será la idea de negocio, durante el mes de diciembre de 2018 y una vez recopilada y analizada la información sobre el mercado y la demanda, procederá con

la elaboración del plan de negocios que contempla las actividades necesarias para crear la pastelería para personas con diabetes en el Guasmo Sur.

La autora de este trabajo indica que razón detrás de esta iniciativa es el hecho de que la diabetes es considerada uno de los principales factores de mortalidad en Ecuador, debido a esto surge la necesidad de proporcionar alternativas alimentarias en el campo de la repostería para las personas que padecen esta enfermedad. Su plan de negocio está basado en estructuras propuestas por varios autores, dichas estructuras comprenden principalmente la investigación de mercado, el análisis de financiero, estudio técnico, estudio organizacional, así como la evaluación financiera y de factibilidad, dichas estructuras son articuladas en un modelo de negocios dirigido no solo a personas con diabetes, sino también a aquellas que deseen cuidar su salud de manera preventiva, y para llegar a dicho mercado la autora propone utilizar estrategias de promoción a través de redes sociales. La autora también indica que el análisis financiero demuestra que el plan de negocio es viable, ya que se genera un del (VAN) positivo y una (TIR) superior a la esperada. Esto muestra que el proyecto tiene el potencial de generar ganancias y es financieramente factible.

Mediante este estudio la autora determino que, aunque el mercado objetivo inicial eran los pacientes diabéticos, se descubrió a través de encuestas que el 44.1% de los encuestados no padecían diabetes, pero estaban dispuestos a cuidar su salud consumiendo productos bajos en azúcar, lo cual indica que existe conciencia sobre el tema y una demanda potencial más amplia de productos saludables, el análisis del mercado reveló que la mayoría de los encuestados eran jóvenes menores de 40 años, e identificó una competencia limitada en el sector de repostería especializada, así también, se destacó la importancia de las redes sociales como una plataforma para promocionar y comercializar los productos, y se mencionó que el uso de WhatsApp y Facebook era alto entre los encuestados. La autora también hace referencia al mix de marketing, enfatizando la necesidad de desarrollar estrategias de bajo costo, alto alcance y creatividad para llegar al cliente, mencionando la importancia de gestionar el mix de marketing tanto en el local físico como en las redes sociales, aprovechando herramientas como promociones en medios digitales y precios publicitados en redes sociales. En cuanto a la estructura organizacional, la autora menciona que al principio puede ser básica, pero a medida que el negocio crece, se requerirá contratar más personal, haciendo énfasis en la importancia del conocimiento en la preparación de los

productos, tanto para garantizar la salud de los clientes como el sabor de los mismos. En términos de viabilidad económica, se afirma que el plan de negocio es rentable, con un (VAN) positivo y una proyección favorable del (TIR). Sin embargo, se menciona que la rentabilidad puede no ser atractiva al principio, y que puede tomar alrededor de tres años para que el negocio sea rentable.

El estudio realizado por la autora se ha tomado como referencia debido a este comparte similitudes con el estudio que se quiere llevar a cabo de manera que el mismo es de gran utilidad al proporcionar ideas y criterios para establecer un plan de negocio para una pastelería dirigida a personas con diabetes. En el primer capítulo de esta tesis la autora realiza una explicación de la hipótesis de su tesis en el que habla de varios aspectos básicos de la misma, tales como los objetivos de su investigación, posteriormente en el siguiente capítulo, la autora realiza un a revisión de teorías acerca de la diabetes y la alimentación, de igual manera realiza una revisión de conceptos relacionados a la administración, plan de negocios y la diabetes, lo cual facilita la generación de ideas para el desarrollo del plan de negocio, mientras que en el tercer capítulo la autora describe la metodología que se utilizara en la investigación, incluyendo la determinación de la población objetivo y el cálculo de la muestra, así como el análisis de los datos recopilados a partir de las encuestas realizadas. Posteriormente en el cuarto capítulo la autora presenta la propuesta del plan de negocio, en la cual detalla diferentes puntos de este tales como los métodos de investigación y el desarrollo de estos con sus respectivos resultados los cuales permiten ver y analizar a detalle los estudios realizados tales como el estudio de mercado, financieros, técnicos, y evaluaciones de viabilidad.

Otro trabajo que ha sido tomado como referencia es la tesis de Morales (2020) realizada en la Universidad Antonio Nariño, Colombia, titulada como Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante saludable en la ciudad de Tunja.

El objetivo del estudio realizado por Morales como indica el nombre de su tesis es estudiar la factibilidad que puede llegar a tener la creación de un restaurante de comida saludable en la ciudad de Tunja. Para ello, el autor considera varios aspectos uno de los cuales es la realización de un análisis para determinar el cliente objetivo y evaluación de la oferta y la demanda de los productos, a fin de identificar las necesidades y preferencias de los consumidores, así como la viabilidad del mercado

para este tipo de comida en Tunja, así mismo el autor propone desarrollar un estudio de factibilidad técnico, operativo, administrativo y organizacional, lo que permitiría realizar un análisis exhaustivo de diferentes aspectos relacionados con el funcionamiento del restaurante, incluyendo la evaluación de la viabilidad técnica para la implementación del negocio, considerando los recursos necesarios, la infraestructura y el equipamiento requerido, a fin de establecer los procesos operativos y administrativos eficientes para asegurar un funcionamiento adecuado. Además, estos estudios ayudaran a definir la estructura organizacional del restaurante y los roles y responsabilidades del personal. Así también el autor habla acerca de la importancia de investigar y establecer las normas legales necesarias para la constitución y operación del restaurante de comida saludable, esto debido a la importancia del cumplimiento con los requisitos sanitarios, de seguridad y cualquier otra regulación específica relacionada con el rubro alimentario en este tipo de establecimiento. Por otro lado, para evaluar la viabilidad económica del proyecto el autor propone realizar un análisis financiero para, el cual implicaría el cálculo del (VPN), el (TIR) y el Costo Beneficio (B/C), lo que permitiría determinar la rentabilidad y la recuperación de la inversión a lo largo del tiempo.

Lo que el autor busca con este estudio es el diseño y desarrollo de un restaurante de comida saludable que brinde a las personas un lugar donde puedan mejorar su calidad de vida a través de una buena alimentación, para esto el autor plantea objetivos claros y propone un plan de trabajo que abarca diferentes etapas. Como punto de partida el realiza un estudio de mercados mediante encuestas y observación directa, con el fin de analizar los hábitos alimenticios de las personas, su frecuencia de consumo en restaurantes y su disposición hacia un nuevo estilo de vida basado en una dieta saludable. Luego de esto el autor lleva a cabo un análisis exhaustivo de todos los aspectos implicados en la creación del restaurante, incluyendo el proceso de constitución del negocio, la selección de la ubicación adecuada, el diseño del restaurante, la planificación del proceso de fabricación de los alimentos y el análisis de las materias primas necesarias, tomando en cuenta el recurso humano necesario para poner en marcha el proyecto. Posteriormente el autor realiza una evaluación financiera en la cual se emplean herramientas financieras como el (TIR), el (VPN) y la relación costo beneficio (RC/B) para analizar la viabilidad económica del proyecto,

partiendo de este estudio se proyectan las ventas y se analizan los costos asociados para determinar si el restaurante será viable en un plazo determinado.

Los resultados que el autor obtuvo con la realización de este trabajo muestran que existen cambios en los hábitos alimenticios, ya que, de acuerdo con la encuesta realizada, se observa un crecimiento constante en el número de personas que prefieren consumir alimentos saludables. Con un porcentaje de hasta 63% por lo que el autor concluye que hay una demanda creciente para el restaurante de comida saludable, el autor también destaca que los resultados del estudio de mercado no solo revelan la demanda potencial del restaurante, sino que también destaca que, si las personas no modifican sus hábitos alimenticios, podrían enfrentar problemas de salud, por otro lado, el análisis técnico realizado destacó que las personas con mayor poder adquisitivo que buscan opciones de comida saludable valoran la zona de parqueo, el fácil acceso y la cercanía a sus lugares de trabajo, lo descrito pone a el centro comercial Casa Vieja como principal candidato para establecer el negocio, ya que cumple con estas características, ofreciendo una zona de estacionamiento segura, vías de acceso en buen estado y se encuentra ubicado en una zona comercial importante de la ciudad, estos factores respaldan la elección de esta ubicación como la mejor para el restaurante de comida saludable. En cuanto al análisis financiero, el autor determinó que la viabilidad del proyecto con una inversión inicial de \$23.000.000 y considerando los ingresos y egresos proyectados, se obtiene una ganancia total de \$45.789.995 en el ejercicio del restaurante. Esto indica que el proyecto es económicamente viable y puede generar beneficios económicos.

Este trabajo se ha tomado como referencia debido a que su desarrollo se ha llevado a cabo siguiendo una estructura de 5 fases a fin de evaluar la viabilidad del proyecto. Estas fases son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal, estudio administrativo y análisis financiero. Cada fase aborda aspectos específicos relacionados con el mercado, la viabilidad técnica, los requisitos legales, la gestión y la viabilidad financiera del proyecto y siguiendo esta estructura, se puede llegar a obtener una visión integral y fundamentada para la toma de decisiones en cada etapa del proyecto.

Marco Legal

El desarrollo del siguiente marco legal para el presente estudio juega un papel fundamental en garantizar el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables durante todas las etapas del proyecto, esta también sirve como una guía que establece las reglas y normas a seguir, proporcionando seguridad jurídica y una base legalmente sólida que promueva el éxito y la sostenibilidad de la inversión

La empresa que se quiere establecer se categoriza como microempresa la cual estaría compuesta por 4 trabajadores, estará ubicada en la parroquia Salitre en el cantón Salitre en donde llevará acabo la producción y comercialización de productos categorizado como adecuados para diabéticos.

Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador se define en términos simples como un conjunto de reglas fundamentales que establece los derechos, deberes y principios básicos que rigen la convivencia y el gobierno en el país, siendo este el pilar principal sobre el cual se sustenta el ordenamiento jurídico y el sistema democrático.

Dentro de la Constitución de la República del Ecuador, en el capítulo segundo titulada como Derechos del buen vivir, sección octava (Trabajo y seguridad social), se establece lo siguiente:

Art 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado. (Constitución Nacional del Ecuador, 2008, p.17)

Así también, en el capítulo cuarto titulado como Soberanía económica, sección primera (Sistema económico y política económica) se describe lo siguiente:

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e

inmateriales que posibiliten el buen vivir. (Constitución Nacional del Ecuador, 2008, p.91)

Art. 288.- Las compras públicas cumplirán con criterios de eficiencia, transparencia, calidad, responsabilidad ambiental y social. Se priorizarán los productos y servicios nacionales, en particular los provenientes de la economía popular y solidaria, y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas. (Constitución Nacional del Ecuador, 2008, p.92)

Por otro lado, en el capítulo sexto titulado como Trabajo y producción, sección primera (Formas de organización de la producción y su gestión) se establece lo siguiente:

Art 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social. (Constitución Nacional del Ecuador, 2008, p.100)

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)

Esta ley tiene como objetivo regular y promover la producción, el comercio y las inversiones en el país. Fue aprobado en 2010 y ha sido objeto de modificaciones y actualizaciones desde entonces. El COPCI abarca una amplia gama de temas relacionados con la actividad económica y empresarial, pero entre los cuales fundamentan el presente estudio están los siguientes artículos:

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que

cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010, p.26)

Además, podemos observar que en artículo 56 indica lo siguiente:

Art. 56.- Registro Único de las MIPYMES.- Se crea el Registro Único de las MIPYMES como una base de datos a cargo del Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, quien se encargará de administrarlo; para lo cual, todos los Ministerios sectoriales estarán obligados a entregar oportunamente la información que se requiera para su creación y actualización permanente. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010, p.28)

Art. 66.- Normativa para MIPYMES.- La autoridad reguladora del mercado de valores desarrollará una normativa especial para el acceso individual y asociativo de las MIPYMES, al financiamiento a través del mercado de valores. Los inversionistas institucionales públicos determinarán una normativa especial y facilitadora que permita la compra de los títulos de valor generados por las MIPYMES. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010, p.30)

Plan de Creación de Oportunidades 2021 – 2025

El Plan de Creación de Oportunidades tiene el objetivo de establecer estrategias y acciones para fomentar el desarrollo económico, social y humano en el país, de manera que sea posible la reducción de la pobreza, promover la equidad, generar empleo, impulsar la inversión, mejorar la educación, fortalecer la infraestructura y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Este instrumento busca implementar soluciones reales a los problemas de las personas, enmarcados en estos principios, como un paso para transformar al Ecuador en una nación próspera y con oportunidades para todos.

El objetivo número 1 del eje económico del Plan de Creación de Oportunidades establece lo siguiente:

“Objetivo 1: Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales” (Secretaría Nacional de Planificación, 2021, p.49).

Este objetivo busca promover una economía de libre mercado y abierta al mundo, fiscalmente responsable, como la mejor manera de generar oportunidades de empleo, mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos y considerar las diversas necesidades de la sociedad.

Código de Comercio

El Código de Comercio es una herramienta legal fundamental para regular y promover un ambiente comercial justo y equitativo en el Ecuador, puesto que brinda seguridad jurídica tanto a los comerciantes como a los consumidores, y ayuda a establecer un marco legal para las transacciones y las relaciones comerciales en el país.

Art. 7.- Se entiende por actividades mercantiles a todos los actos u operaciones que implican necesariamente el desarrollo continuado o habitual de una actividad de producción, intercambio de bienes o prestación de servicios en un determinado mercado, ejecutados con sentido económico, aludidos en este Código; así como los actos en los que intervienen empresarios o comerciantes, cuando el propósito con el que intervenga por lo menos uno de los sujetos mencionados sea el de generar un beneficio económico.

Art. 8.- Son actos de comercio para todos los efectos legales:

- e) La producción, transformación, manufactura y circulación de bienes;
- i) Las empresas de almacenes, tiendas, bazares, fondas, cafés y otros establecimientos semejantes; y,

j) Las actividades mercantiles realizadas por medio de establecimientos físicos o sitios virtuales, donde se oferten productos o servicios. (Código de Comercio, 2019, p.4)

Art. 10.- Se considerarán comerciantes o empresarios, y estarán sometidos por tanto a las disposiciones de este Código:

d) Las personas naturales que se dedican a actividades agropecuarias, manufactureras, agroindustriales, entre otras; y que, por el volumen de su actividad, tienen la obligación de llevar contabilidad de acuerdo con la ley y las disposiciones reglamentarias pertinentes. (Código de Comercio, 2019, p.5)

“Art. 14.- Empresa es la unidad económica a través de la cual se organizan elementos personales, materiales e inmateriales para desarrollar una actividad mercantil determinada” (Código de Comercio, 2019, p.6).

Ley de Compañías

La Ley de Compañías es una normativa legal que proporciona las pautas para establecer un marco legal claro y seguro para las empresas del país, brindando orientación a los empresarios sobre cómo crear y operar una compañía de manera adecuada y en cumplimiento de las leyes vigentes.

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Unico de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo. (Ley de Compañías, 2019, p.36)

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación

En el capítulo 2 de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación titulado como políticas públicas e institucionalidad del emprendimiento se describe lo siguiente:

Art. 6.- Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación.- Créase el Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación – CONEIN, como organismo permanente estratégico para promover y fomentar el emprendimiento, la innovación y la competitividad sistémica del país,

mediante la coordinación interinstitucional, la alianza público – privada y academia. (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020, p.6)

Por otro lado, en el capítulo 3 de esta misma ley titulado como fomento al emprendedor y creación de nuevos negocios se expone lo siguiente:

Art. 12.- Registro Nacional de Emprendimiento.- El Ministerio rector de la Producción creará el Registro Nacional de Emprendimiento -RNE-, el mismo que será el responsable de su creación y actualización en línea, conforme a los parámetros y características establecidas en el reglamento de esta Ley. Los proyectos que consten dentro de este registro se sujetarán al Título III del Libro IV del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. Toda persona natural o jurídica con antigüedad menor a cinco años a la fecha de entrada en vigencia de esta Ley, que tenga menos de 49 trabajadores y ventas menores a 1.000.000 USD, podrá constar en el RNE para beneficiarse de los incentivos previstos en esta Ley. Para esto el Ministerio rector de la Producción, previa la emisión del RNE, requerirá los datos que correspondan al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y al Servicio de Rentas Internas, así como a otras entidades vinculadas. (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020, p.8)

Pasos para constituir legalmente la empresa

Para que sea posible establecer formalmente la empresa que este estudio pretende llevar a cabo, es necesario seguir los siguientes pasos:

Según la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022) para poder constituir una empresa deben seguirse los siguientes pasos:

- 1) Ingresar al portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, en la opción portal de constitución electrónica de compañías y luego seleccionar la reserva de denominación a utilizar.
- 2) Ingresar la información en el formulario solicitud de constitución de compañías, el cual está dividido en: Datos de la compañía, Socios o accionistas, Cuadro de suscripciones y pago de capital y Representantes Legales, y luego adjuntar los documentos requeridos por cada una.
- 3) Seleccionar la notaría de preferencia y verificar costos del trámite.
- 4) Aceptar condiciones del proceso electrónico e iniciar trámite.

- 5) El sistema mostrará un mensaje confirmando la generación correcta del trámite, posteriormente se recibirá un correo electrónico con la información del trámite y los valores que se deberán cancelar en el Banco del Pacífico.
- 6) Una vez realizado el pago, el notario revisará su solicitud de constitución y le otorgará una cita para que acuda a firmar la escritura y los nombramientos.
- 7) Luego, el notario desmaterializará los documentos y los enviará al Registro Mercantil para su inscripción.
- 8) Una vez inscritos, se recibirá una notificación electrónica confirmando la constitución electrónica exitosa de la compañía.

Requisitos para la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Posteriormente de haberse realizado la constitución de la empresa se vuelve imprescindible la obtención del RUC, el mismo que funciona como un número de identificación fiscal utilizado para registrar y controlar las actividades económicas de las personas y empresas en el país, este a la vez es un requisito importante para operar legalmente y participar en transacciones comerciales en el Ecuador. Para obtener este documento es necesario realizar las siguientes actividades:

- El contribuyente debe llenar y suscribir debidamente el formulario 01-A.
- Presentar la cedula de identidad y el certificado de votación junto a una copia de los mismos.
- Presentar una plantilla de servicios básicos de los últimos tres meses, del lugar en donde operara el establecimiento, a nombre del contribuyente, cónyuge, padres, hermanos o hijos.
- Presentar el contrato de arrendamiento inscrito, si es el caso, o carta de uso gratuito de inmueble, en caso de que el local esté a nombre de terceros.
- Llevar una copia de cedula y certificado de votación del propietario del inmueble. (Ministerio del Trabajo, 2021, p.5)

Requisitos municipales

Según el Ministerio del Trabajo (2021) los requisitos para obtener el registro de patente, mediante la inscripción del Registro de Actividades Económicas

Tributarias (RAET), para efectos de cumplir con las declaraciones del sistema impositivo municipal son los siguientes:

- Presentar el formulario de declaración de patente para persona natural, debidamente lleno y firmado.
 - Llevar copia de cédula y certificado de votación.
 - Presentar copia de RUC.
 - Presentar el acuerdo de responsabilidad de uso de medios electrónicos.
- (p.6)

Permisos de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

Es el permiso de funcionamiento, el es documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud. El procedimiento para la obtención de este permiso son los siguientes:

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA
- Llenar el formulario y adjuntar los requisitos de acuerdo con la actividad del establecimiento
- Emitida la orden de pago, esta se podrá imprimir y después de 24 horas de haberse generado la orden de pago procede a cancelar su valor.
- Luego de 72 horas validado el pago, se podrá imprimir el permiso de funcionamiento y factura. (Ministerio del Trabajo, 2021, p.9)

Permiso del Ministerio del Interior

El Ministerio del Interior, mediante las intendencias de la Policía Nacional, otorgaran a los locales comerciales de alimentos, bebidas y servicio de alojamiento, el permiso de funcionamiento anual, siempre y cuando, estos no se encuentren bajo la jurisdicción del Ministerio de Turismo, para el efecto deberá presentar los siguientes requisitos:

- Copia de la cédula y certificado de votación.
- Copia del RUC.

- Cartilla de pago de la patente municipal. (Ministerio del Trabajo, 2021, p.11)

Marco Teórico

Como ya se había explicado anteriormente la diabetes es una enfermedad metabólica caracterizada por la incapacidad del cuerpo para regular adecuadamente los niveles de glucosa en sangre, dicha anomalía está en gran medida influida por varios factores como la edad, el sedentarismo, aspectos genéticos, el sobrepeso, siendo la alimentación uno de los factores principales en el desarrollo de esta enfermedad por lo que su manejo adecuado representa un pilar fundamental en el control de la diabetes, ya que la elección de alimentos y la forma en que se consumen pueden tener un impacto significativo en los niveles de azúcar en sangre y por ende en la calidad de vida de las personas diagnosticadas con diabetes. De acuerdo a Riobo (como se citó en Banco et al., 2021) “la alimentación saludable tiene como objetivo lograr la disminución de los niveles de glucemia, equilibrando la ingesta con la medicación hipoglucemiante, previniendo las complicaciones tempranas y tardías de la diabetes” (p.5), por lo que otro aspecto de gran importancia en la alimentación de las personas con diabetes es el control del consumo de carbohidratos, debido a que estos se descomponen en glucosa y afectan los niveles de azúcar en sangre, por lo que es importante tener en cuenta la clasificación de los alimentos en base a su índice glucémico, el cual es de gran importancia al determinar el impacto que tendrá el mismo en la glucosa.

De igual manera God’s love we deliver (2020) expone que varias cosas pueden afectar el nivel de glucosa en la sangre, incluidos los alimentos, el estrés, las enfermedades y la actividad. Los azúcares y los almidones que se encuentran en los carbohidratos son los que tienen el mayor impacto en los niveles de glucosa en la sangre. Comer una dieta bien balanceada que incluya una mezcla de almidones, frutas y verduras, proteínas y grasas es importante para mantener los niveles de glucosa en sangre bajo control. (p.7)

Dichos estudios muestran que las personas con diabetes muy a menudo deben controlar la ingesta de carbohidratos para evitar picos de glucosa en sangre, por lo que si se va a consumir productos que contengan carbohidratos se recomienda aquellos de digestión lenta.

De acuerdo con Singh (como se citó en Pascual et al., 2020) la presencia de HC (hidratos de carbono) simples es cada vez más abundante en la dieta occidental. Estos azúcares, glucosa, sacarosa, fructosa y lactosa se encuentran ubicados en múltiples alimentos de nuestra dieta, fundamentalmente en los dulces de fabricación comercial y en las bebidas, especialmente los zumos artificiales y los refrescos azucarados. (p.70)

El análisis de las investigaciones mencionadas muestran que la venta de alimentos con altos índices de carbohidratos es actualmente bastante común en la industria alimentaria, no obstante los carbohidratos de por si no representan un peligro para la salud, ya que estos son una fuente importante de energía para el cuerpo y se encuentran en una amplia variedad de alimentos, desde granos y cereales hasta frutas, vegetales y productos horneados, el problema surge en la concentración de estos en los alimentos, puesto que, hoy en día muchos alimentos populares contienen carbohidratos, y en algunos casos, estos alimentos pueden tener índices glucémicos más altos, lo que significa que pueden elevar los niveles de azúcar en sangre más rápidamente, por lo que el consumo de estos productos por parte de personas diagnosticadas con diabetes puede generar riesgos y complicaciones en su salud.

Mantener un estilo de vida saludable es una de las formas más efectivas para controlar la diabetes y prevenir complicaciones. Tomar buenas decisiones sobre los alimentos, junto con tomar de manera consistente los medicamentos, controlar el estrés y hacer actividad física regularmente, puede evitar que la glucosa en la sangre se eleve o baje demasiado. No necesita comer una dieta perfecta para vivir un estilo de vida saludable. Concéntrese en los alimentos que lo hacen sentir satisfecho y nutrido. (God's love we deliver, 2020, p.7)

Lo expuesto por el autor muestra que para prevenir problemas de salud cuando se tiene diabetes es necesario tomar elecciones adecuadas con respecto a los alimentos, esto debido a que en la dieta normal de cualquier persona siempre están presentes alimentos con altos índices de carbohidratos como lo son los panes, pasteles, galletas, pastas, arroz blanco y productos de panadería en general, dichos alimentos a menudo son deliciosos pero su consumo en altas proporciones puede ser perjudicial para la salud de cualquier persona y en muchos casos representa la causa de la diabetes, por

eso es importante consumirlos con moderación y mantener una dieta equilibrada, más aún si es una persona con diabetes quien lo consume.

Por otro lado, Gutiérrez (2022) expone que un rasgo particular de la prevalencia de la diabetes mellitus 2 en América Latina es el cambio en la composición de la dieta de los individuos ya que ésta posee un alto contenido en azúcares y grasas. La transición alimentaria y nutricional se ha dado de manera acelerada sobre todo en áreas con un desarrollo económico precario. (p.2)

El estudio desarrollado por el autor Gutiérrez nos muestra que en América Latina un rasgo particular de la incidencia de la diabetes es la dieta, esto porque la misma está basada en alimentos altos en azúcar y grasa, esto podría deberse en gran medida a que los negocios de ventas de alimentos ofrecen productos populares y muy demandados pero que no tienen gran valor nutricional, debido a esto problemática se hacen necesarios negocios que ofrezcan producto con un aporte nutricional elevado y que sean adecuados para quienes padezcan enfermedades como las diabetes.

Actualmente los negocios tales como cafeterías y panaderías especializadas en la venta de alimentos para personas con diabetes tienen un rol importante en proporcionar opciones de alimentos con bajo contenido de azúcar, carbohidratos y alternativas sin azúcar deliciosas y saludables que satisfagan las necesidades y el paladar de las personas con dicha enfermedad, y aunque el precio de los productos ofrecidos por estos negocios puede llegar a ser mayor a los productos tradicionales, en estos se asegura el uso de ingredientes apropiados y bajos o sin azúcares simples, aceites saludables y métodos de cocción adecuados para preparar alimentos que sean compatibles con las necesidades dietéticas de las personas con diabetes.

No obstante, si tomando en cuenta también otros factores como los efectos que tuvo la pandemia del Covid-19 en la sociedad, se puede decir que existe una mayor conciencia sobre la salud y la nutrición, lo cual ha llevado a un creciente interés en la compra de productos saludables y alimentos con bajo contenido de carbohidratos y opciones alternativas, como aquellas llamadas light, dietéticas, bajas en grasa o sin azúcar, especialmente para aquellos que buscan controlar sus niveles de azúcar en sangre, como lo son las personas con diabetes. Por lo que el problema radica principalmente en que no existen muchas opciones de este tipo en el mercado, y las que existen son notoriamente más caras.

Capítulo II: Enfoque Metodológico

Los productos que se pretenden comercializar tienen el objetivo de brindar alimentos dulces pero saludables, como los postres, a aquellas personas con enfermedades que les impidan el consumo de azúcares simples, como la diabetes, así como las personas que simplemente quieren llevar un estilo de vida saludable. Dichos productos tienen el objetivo de poder sustituir a aquellos similares hechos con azúcares comunes, cambiando a estas por ingredientes edulcorantes, que sean capaces de mantener el buen sabor del producto y dando la confianza y garantía a los clientes de que los mismos no pondrán en riesgo su salud (en el caso de los consumidores que padezcan condiciones médicas específicas), sino que por el contrario aportara positivamente a la misma.

Según la Asociación Americana de la Diabetes (2014) de los alimentos que consume, aquellos que contienen carbohidratos elevan el nivel de glucosa en la sangre, por lo que constituyen la clave para controlar los niveles de glucosa. Eso no significa que deba eliminar los carbohidratos de su dieta; significa que debe considerar cuánto come, elegir las mejores opciones posibles, conocer sus límites y mantener las porciones bajo control. Otras consideraciones que debe tener en cuenta incluyen reducir el consumo de alimentos que contienen grasas saturadas, colesterol y grasas trans. Esos tres tipos de alimentos están vinculados con niveles altos de colesterol en la sangre y aumentan el riesgo de padecer de enfermedades cardíacas. Por lo tanto, los dos puntos más importantes para tener en cuenta son los carbohidratos y las “grasas malas”. (p.2)

Según la Asociación Americana de la Diabetes (2014) los edulcorantes de bajas calorías, también denominados edulcorantes artificiales o sustitutos del azúcar, no contienen calorías o contienen muy pocas. Utilizados en cantidades pequeñas, no elevan los niveles de glucosa en la sangre. Puede verlos en productos sin azúcar como los refrescos y los postres. Algunos de esos edulcorantes pueden utilizarse para cocinar o para hornear, otros pueden agregarse a bebidas y alimentos después de la cocción. Ciertos productos manufacturados utilizan una combinación de edulcorantes de bajas calorías para obtener un sabor mejor. En los Estados Unidos, se aprobó el uso de los

siguientes edulcorantes de bajas calorías: Sweet One®, Equal®, Sweet 'N Low® y Splenda®. (p.21)

Para el desarrollo del presente proyecto se propone la elaboración de 14 productos los cuales como se mencionó anteriormente, sus respectivas marcas fueron aprobadas por los Estados Unidos para su uso como productos edulcorantes de bajas calorías, dichas opciones son divididas en 4 secciones las cuales son postres, panes, bebidas y cafés:

Detalle de los Productos

Postres

Pastel de manzana de masa gruesa.

También conocido como pie de manzana es un producto tipo tarta cuyo relleno está elaborado con estas frutas y el resto de sus ingredientes son casi en su totalidad productos naturales, usa productos edulcorantes o sustitutos de azúcares simples para brindar seguridad a las personas diabéticas y a la vez ofrecer productos nutritivos.

Pastel de queso con manzana.

Este producto como su nombre lo indica es una tarta cuyo ingrediente principal es el queso, su relleno mezcla este producto junto a manzanas dando un sabor único, al igual que los demás productos expuestos, este hace uso de endulzantes edulcorantes para no elevar demasiado el nivel de glucosa en la sangre de las personas con diabetes, y ofrecerles un producto delicioso y saludable.

Coffecake de remolino de nueces y albaricoque.

Este producto es un postre hecho con un relleno de nueces y albaricoque, este último es una fruta similar al durazno, es un postre muy llamativo por su forma de anillo y su sabor el cual intercala de dulce a amargo, así como los demás productos, este está hecho a partir de productos naturales, y endulzantes edulcorantes para evitar el uso de azúcares simples, que no tienen aporte nutricional para la salud del consumidor.

Bebidas.

Batido de banana con yogur.

A continuación, la Asociación Americana de la Diabetes (2014) propone la siguiente opción en base a frutas con una preparación muy simple:

Esta una bebida tipo batido compuesta de una variedad de frutas y otros ingredientes sin azúcar y bajos en grasas, está dirigida directamente a aquellas personas que padecen de diabetes, para que estas puedan disfrutar de una bebida dulce con mucho sabor y a la vez muy nutritiva.

Batido de fresas y almendras.

Esta es una bebida simple pero sabrosa y saludable cuyos principales ingredientes son leche, fresas y almendras, este es un producto usualmente dirigido a los consumidores diabéticos, por lo que hace uso de azúcares edulcorantes que mantienen estables los niveles de glucosa en la sangre.

Limonada rosada.

Un producto exclusivo de la marca Sweet'N Low, se trata de una limonada hecha con limón y fresas, endulzado con azúcar edulcorante dirigida expresamente al público diabético.

Panes.

Tazas de avena horneada con mantequilla de maní y banana.

Son un tipo de galleta cuyo ingrediente principal es la avena, es un plato simple y ligero perfecto para desayunos, los ingredientes de este producto están seleccionados con el objetivo de no elevar mucho los niveles de glucosa y conservar el buen sabor del mismo.

Pan de Calabaza.

Este tipo de pan como su nombre lo indica tiene como ingrediente principal la calabaza, también conocida en nuestro país como zapallo, esta es una versión baja en grasas que contiene azúcares edulcorantes, adecuada para diabéticos.

Pan de jengibre.

Un producto bastante conocido por su sabor a jengibre, esta es una versión destinada al consumidor diabético, sus ingredientes están compuestos en su mayoría por productos bajos en grasa y endulzantes edulcorantes.

Galletas de avena y pasas.

Este es un producto ligero, rápido y fácil de preparar, es adecuado para cualquier momento del día como un snack, este producto usa ingredientes bajos en grasas y productos edulcorantes que aportan nutrientes y mantienen el buen sabor.

Cafés.

Café latté.

Una bebida en base a café y leche vaporizada originaria de Italia preparada mediante la técnica espresso, un producto muy popular en las cafeterías, esta versión elimina las azúcares simples y los reemplaza por productos edulcorantes, para adecuarlo a las necesidades del público diabético.

Cacao caliente de avellana.

Esta bebida como su nombre lo indica tienen el objetivo de hacer entrar en calor al consumidor, usualmente se prepara para desayunos y en temporadas frías, hace uso de endulzantes edulcorantes para no aumentar los niveles de azúcar en la sangre, lo que lo hace amigable para el consumidor diabético.

Café helado definitivo.

Este es una bebida simple y ligera, como su nombre lo indica se trata de un café frío que hace uso de ingredientes bajos en grasa y productos edulcorantes de manera que es perfecta para consumidores diabéticos que quieren disfrutar de un café dulce sin preocuparse por los niveles de glucosa.

Café de chocolate picante.

Este producto es una bebida que se sirve normalmente en días fríos, su exótico sabor producto de la combinación de sabores del chile y el café lo hace único y delicioso, todos los ingredientes usados en esta bebida son bajos en grasa y hace uso de productos edulcorantes para evitar las azúcares simples, haciéndolo una buena opción para consumidores diabéticos que quieren degustar algo nuevo.

Aspectos Metodológicos

Diseño de investigación

El presente estudio se desarrollará haciendo uso del diseño de investigación no experimental, el mismo que consiste en que el investigador observe los acontecimientos sin que este intervenga o altere los mismos, limitándose solo a prestar

atención a los eventos o situaciones a estudiar. No hay muchas investigaciones acerca de Bakery Café en Ecuador, no obstante, si hay estudios relacionados a panaderías y cafeterías por lo que esta investigación se realizará por medio de la búsqueda de información en material bibliográfico relacionado, así como a través de la investigación de campo enfocada en el análisis y observación, para poder así recabar información desde una perspectiva más directa del problema a investigar.

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se usara para este trabajo es la investigación exploratoria, la cual se realiza cuando se pretende acercarse más a problemas que no se ha definido de forma clara y precisa y son en su mayoría desconocidos, con el fin de profundizar más en la misma para poder entender mejor su naturaleza, así como la forma más eficiente de abordar un determinado problema. Ya que no existe mucha información bibliográfica acerca del tema de este proyecto en Ecuador, este tipo de investigación es muy útil, pues nos proporcionaría información valiosa sobre el mercado, la competencia, las preferencias de los clientes y otros factores clave para tomar decisiones informadas y diseñar una estrategia de negocio sólida.

Enfoque de investigación

El enfoque que se utilizará en la investigación será el Mixto, debido a que será necesaria la recopilación de datos tanto cuantitativos como cualitativos, puesto que se requiere una exploración de diferentes niveles y puntos de vistas sobre la oferta y la demanda de los productos adecuados para diabéticos, así como el comportamiento tanto de las marcas existentes como de los consumidores, por medio de encuestas, entrevistas, estudio observacional en campo, estudio observacional en redes sociales e información pública.

Técnicas de investigación

La presente investigación se desarrollará haciendo uso de dos técnicas de investigación, por medio de la investigación documental, se llevará a cabo la búsqueda y recolección de información en distintas fuentes, como revistas, páginas web, libros, entre otros, así también mediante la investigación de campo se pretende obtener datos directamente del sitio donde se presenta el problema para su posterior análisis.

Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda se llevara a cabo mediante la investigación en fuentes primarias y secundarias, en lo que respecta a las fuentes primarias se realizara una encuesta con preguntas enfocadas a determinar la aceptabilidad que tendrán los productos a ofrecer, así como el negocio en general, por otro lado, mediante las fuentes secundarias se espera obtener información oficial emitidas por entidades del gobierno como el ministerio de salud, los cuales permitirán obtener resultados más acertados.

Fuentes primarias

Encuesta.

Para el desarrollo del presente proyecto, se llevará a cabo el diseño y creación de una encuesta que contendrá 15 preguntas de opción múltiple que servirá para determinar algunos factores clave en la puesta en marcha del proyecto tales como: la aceptación de los productos con ingredientes edulcorantes, la cantidad demandada, entre otros, dicha encuesta se realizará en la cabecera cantonal del cantón Salitre a personas adultas y adultos mayores de entre 30 a 69 años.

Población y muestra.

La población a quien se estudiara en este proyecto son los habitantes del cantón Salitre, provincia del Guayas, el cual cuenta con 57,402 habitantes según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Para determinar el tamaño de la muestra se hará uso de la siguiente formula:

$$n = \frac{NZ^2 pq}{d^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

donde:

n = tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población, para el presente estudio es 57,402.

Z = nivel de confianza del 95% con punto de corte en 1.96.

d = nivel de precisión absoluta de 0.05.

p = proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia

q = proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio.

La suma de la p y la q siempre debe dar 1. Por ejemplo, si p= 0.8 q= 0.2.

$$n = \frac{57,402(1.96^2)(0.05)(1 - p)}{0.05^2 (57,402 - 1) + 1.96^2 (0.05)(1 - p)}$$

$$n = \frac{57,402(1.96^2)(0.05)(1 - 0.05)}{0.05^2 (57,402 - 1) + 1.96^2 (0.05)(1 - 0.05)}$$

$$n = \frac{57,402(3.8416)(0.05)(1 - 0.05)}{0.0025 (57,402 - 1) + 3.8416 (0.05)(1 - 0.05)}$$

$$n = \frac{57,402(3.8416)(0.05)(0.95)}{0.0025 (57,401) + 3.8416 (0.05)(0.95)}$$

$$n = \frac{57,402(0.182476)}{143.5025 + 3.8416 (0.0475)}$$

$$n = \frac{10,474.4874}{143.5025 + 0.182476}$$

$$n = \frac{10,474.4874}{143.684976}$$

$$n = 73$$

El resultado obtenido al determinar la muestra es de 73, el cual representa la cantidad de encuestas que se dirigirán a las personas de 30 a 69 años en el cantón Salitre. La cual contendrá 15 preguntas, las mismas que surgen de la problemática acerca de la falta de productos catalogados como para diabéticos y su objetivo es determinar la incidencia de la diabetes en los encuestados, obtener una perspectiva de cómo es el estado del mercado de productos saludables, así como determinar la aceptabilidad de los productos y obtener datos que permitan pronosticar la demanda.

Capítulo III: Análisis de Resultados

Análisis de los Resultados de la Encuesta.

Las encuestas realizadas se efectuaron con el propósito de determinar cuan buena seria la acogida de los productos ofrecidos y la temática del negocio en general por parte del mercado, así como concretar cuán grande era la problemática de los diabéticos en el aspecto nutricional haciendo énfasis en los productos que normalmente no tienen mucho que aportar a la salud, pero siguen siendo altamente demandados por su sabor.

Tabla 1

¿Cuál es el rango de edad?

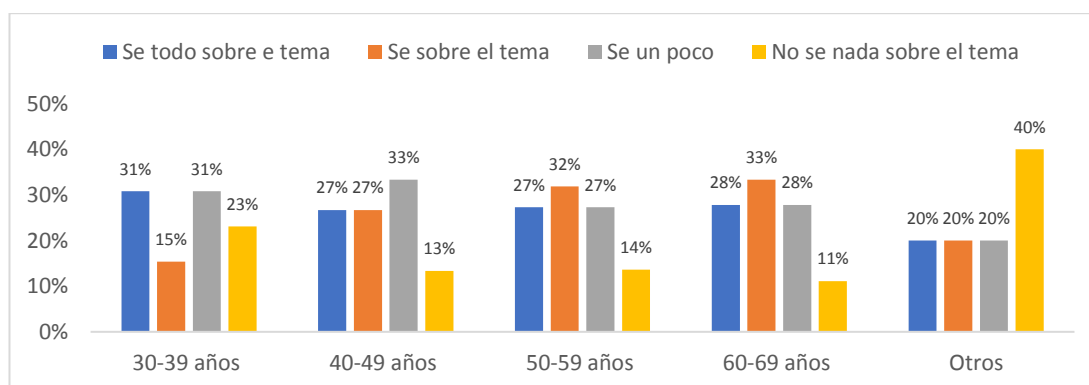
Rango de edad	N° de personas	Porcentaje %
30 – 39 años	13	18
40 – 49 años	15	21
50 – 59 años	22	30
60 – 69 años	18	25
Otros	5	7
Total	73	100

Nota: Elaboración propia

Mediante a los datos recopilados se ha determinado que el porcentaje más alto de los encuestados es de 30%, que corresponde a las personas entre los 50 y 59 años, mientras que el porcentaje más bajo corresponde a las personas de 30 a 39 años con un 18% y a personas cuya edad no está en los rangos descritos los cuales son el 7%.

Figura 1

¿Tiene usted conocimiento acerca de la diabetes?

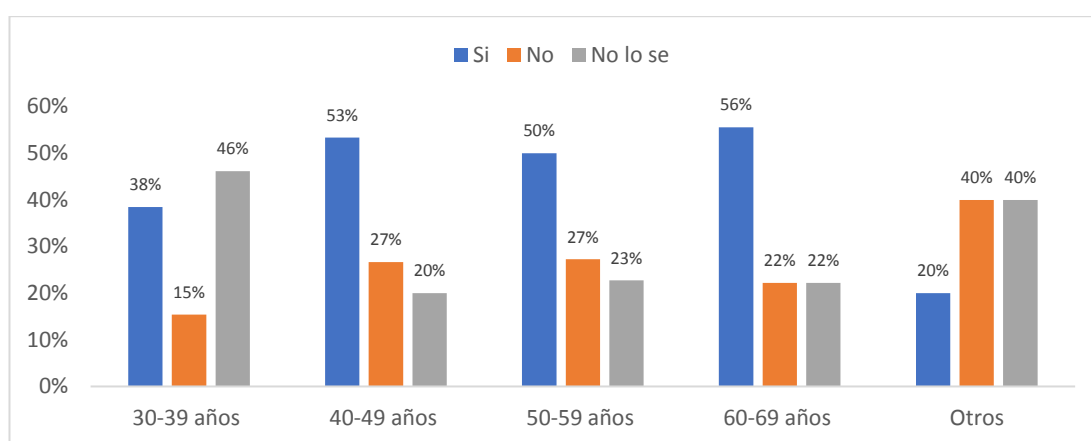


Nota: *Elaboración propia*

El nivel de conocimiento sobre la diabetes es variable en todas las edades, sin embargo, también ha notado que el nivel de desconocimiento del tema es bastante bajo en casi todas las edades, por lo que se puede concluir que un porcentaje visiblemente mayor de los todos los encuestados tiene conocimientos sobre la diabetes.

Figura 2

¿Usted tiene diabetes?



Nota: *Elaboración propia*

La figura anterior muestra que la mayoría de los encuestados desde los 40 a los 69 años afirma tener diabetes, así también muestra que el 46% de las personas entre 30 y 39 años no sabe si tiene diabetes.

Tabla 2

¿Tienes algún familiar o amigo diagnosticado con diabetes?

Rango de edad	Si	No	N° de personas
30-39 años	8%	10%	13
40-49 años	12%	8%	15
50-59 años	11%	19%	22
60-69 años	3%	22%	18
Otros	4%	3%	5
Total	28	45	73

Nota: *Elaboración propia*

El porcentaje más alto de los encuestados que si tienen amigos o familiares con diabetes es del 12% con una edad de 40 a 49 años.

Tabla 3

¿Cuántos amigos o familiares tiene usted con esta enfermedad?

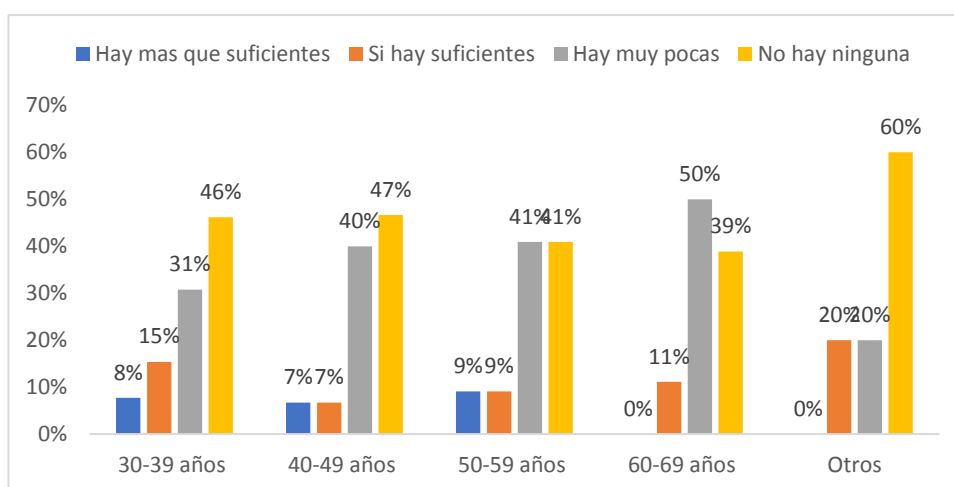
Rango de edad	Encuestados	Familiares o amigos
30-39 años	6	9
40-49 años	9	10
50-59 años	8	10
60-69 años	2	4
Otros	3	6
Total	28	39

Nota: Elaboración propia

La tabla 3 muestra la cantidad de personas que afirmaron tener amigos o familiares con diabetes y la cantidad total de estos en función al rango de edad.

Figura 3

¿Consideras que hay suficientes opciones de alimentos saludables para personas con diabetes en tu área local?



Nota: Elaboración propia

La figura 3 muestra que la mayoría de las personas de todas las edades exceptuando las de 60 a 69 años afirman que no hay opciones saludables en su área local, mientras que el 50% de las personas de 60 a 69 años dicen que hay muy pocas.

Tabla 4

¿Cuáles serían los factores más importantes al elegir una cafetería para personas con diabetes?

Opción	Rango de edad en años					N° de Respuestas	Porcentaje %
	30 a 39	40 a 49	50 a 59	60 a 69	Otros		
Calidad	4	7	7	4	2	24	6
Precio	9	10	6	5	2	32	8
Sabor	6	4	8	8	2	28	7
Valor nutricional	9	5	12	6	3	35	9
Accesibilidad	8	5	6	6	1	26	7
Mobiliario cómodo	7	4	6	10	1	28	7
Iluminación adecuada	6	7	7	5	2	27	7
Menús legibles	5	5	7	9	1	27	7
Etiquetado claro	9	12	0	0	0	21	5
Personal capacitado	6	7	6	3	0	22	6
Tiempo de espera	10	3	2	4	2	21	5
Flexibilidad opciones	4	10	5	7	0	26	7
Menús	9	4	7	8	0	28	7
Ambiente acogedor	5	7	4	8	0	24	6
Servicio a domicilio	8	0	4	7	2	21	5
Total	105	90	87	90	18	390	100

Nota: Elaboración propia

Mediante los datos obtenidos se ha determinado que la mayoría de los encuestados piensan que el valor nutricional es uno de los factores más importantes con un 9%, seguido por el precio con un 8% sobre el total de las respuestas.

Tabla 5

¿Estarías dispuesto/a a pagar un poco más por alimentos y bebidas específicamente adaptados para personas con diabetes en una cafetería/panadería? (Opciones especializadas)

Rango de edad	Totalmente dispuesto	Dispuesto	Indiferente	Indispuesto	Totalmente indispuesto	N° de personas
30-39 años	38%	23%	23%	8%	8%	13
40-49 años	33%	27%	20%	13%	7%	15
50-59 años	36%	32%	18%	9%	5%	22
60-69 años	44%	33%	17%	6%	0%	18
Otros	40%	40%	20%	0%	0%	5
Total	28	22	14	6	3	73

Nota: Elaboración propia

Los datos expuestos por la tabla anterior muestran que los porcentajes prevaecientes en todas las edades se sitúan en la opción totalmente dispuesto, lo que da a entender que la mayoría de los encuestados están totalmente dispuestos a pagar un poco más por opciones especializadas.

Tabla 6

¿Estarías dispuesto/a a pagar un poco más por alimentos y bebidas específicamente adaptados para personas con diabetes en una cafetería/panadería? (Prefiero opciones más económicas)

Rango de edad	Totalmente dispuesto	Dispuesto	Indiferente	Indispuesto	Totalmente indispuesto	N° de personas
30-39 años	31%	23%	23%	15%	8%	13
40-49 años	33%	40%	20%	7%	0%	15
50-59 años	9%	36%	36%	9%	9%	22
60-69 años	17%	28%	22%	28%	6%	18
Otros	40%	20%	40%	0%	0%	5
Total	16	23	20	10	4	73

Nota: Elaboración propia

La tabla 6 muestra que el mayor porcentaje de personas de todas las edades están dispuestas a pagar, pero por opciones más económicas, los porcentajes que le siguen a este muestran que las personas permanecen indiferentes al respecto. De esta manera, se puede decir que el costo es un factor a considerar en este proyecto.

Tabla 7

¿Estarías dispuesto/a a pagar un poco más por alimentos y bebidas específicamente adaptados para personas con diabetes en una cafetería/panadería? (Dependiendo de la variedad de las opciones ofrecidas)

Rango de edad	Totalmente dispuesto	Dispuesto	Indiferente	Indispuesto	Totalmente indispuosto	N° de personas
30-39 años	38%	31%	23%	8%	0%	13
40-49 años	27%	47%	13%	13%	0%	15
50-59 años	32%	27%	23%	14%	5%	22
60-69 años	22%	11%	39%	28%	0%	18
Otros	20%	20%	40%	20%	0%	5
Total	21	20	19	12	1	73

Nota: Elaboración propia

La tabla 7 muestra que el mayor porcentaje de los encuestados en todas las edades afirma que está totalmente dispuesto y dispuesto a pagar más dependiendo de la variedad de las opciones, es decir mientras más variedad de productos haiga más interés de compra tendrán los clientes independientemente del costo.

Tabla 8

¿Cuáles de los siguientes tipos de productos te interesaría comprar en una cafetería/panadería para personas con diabetes?

Rango de edad en años	30 a	40 a	50 a	60 a	Otros	N° de	Porcentaje
Productos	39	49	59	69		Respuestas	%
Pastel de manzana (Porción)	5	3	2	3	1	14	6
Pastel de manzana (Completo)	0	1	0	0	0	1	0
Pastel de queso (Porción)	7	4	2	3	1	17	7
Pastel de queso (Completo)	0	1	0	0	0	1	0
Coffeecake (Porción)	3	6	4	4	0	17	7
Coffeecake (Completo)	0	1	1	0	0	2	1
Batido de banana con yogur	6	5	6	4	2	23	10
Batido de fresas y almendras	3	4	3	6	1	17	7
Limonada rosada	7	5	0	4	1	17	7
Tazas de avena	7	4	6	2	1	20	8

Pan de Calabaza	2	4	3	5	1	15	6
Pan de jengibre	5	0	5	3	2	15	6
Galletas de avena y pasas	3	4	7	6	3	23	10
Café latté	5	2	4	4	2	17	7
Cacao caliente de avellana	1	4	3	4	2	14	6
Café helado definitivo	2	5	2	4	0	13	5
Café de chocolate picante	5	6	1	0	1	13	5
Total	61	59	49	52	16	239	100

Nota: Elaboración propia

Los datos obtenidos muestran que los productos más interesantes para los encuestados son el batido de banana con yogurt y las galletas de avena y pasas, ambas con un porcentaje del 10% sobre el total de las respuestas.

Tabla 9

¿Qué importancia le da a la disponibilidad de productos edulcorantes sin azúcar o con bajo contenido de azúcar en una cafetería/panadería para personas con diabetes?

Rango de edad	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada Importante	N° de personas
30-39 años	46%	31%	15%	8%	0%	13
40-49 años	33%	33%	13%	13%	7%	15
50-59 años	41%	27%	18%	9%	5%	22
60-69 años	39%	28%	11%	17%	6%	18
Otros	60%	20%	20%	0%	0%	5
Total	30	21	11	8	3	73

Nota: Elaboración propia

La tabla anterior muestra que un porcentaje considerable de los encuestados de todas las edades opinan que la ausencia de la azúcar y grasas y su remplazo con productos edulcorantes en una cafetería/panadería cuyos productos van dirigidos al público diabético es un factor muy importante.

Tabla 10

¿Recibir información nutricional detallada en el menú para personas con diabetes es importante para mí?

Rango de edad	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada Importante	N° de personas
30-39 años	31%	54%	15%	0%	0%	13
40-49 años	33%	40%	13%	7%	7%	15
50-59 años	27%	36%	18%	9%	9%	22
60-69 años	28%	44%	11%	11%	6%	18
Otros	20%	40%	40%	0%	0%	5
Total	21	31	12	5	4	73

Nota: Elaboración propia

Los datos de la tabla 10 muestran que un porcentaje considerablemente grande de las personas de todas las edades han afirmado que la información nutricional en el menú es importante para ellos

Tabla 11

¿Usted iría a una cafetería/panadería donde se comercialicen productos para personas diabéticas?

Rango de edad	Si iría	Iría a menudo	No estoy seguro	Rara vez iría	No iría	N° de personas
30-39 años	54%	23%	8%	15%	0%	13
40-49 años	33%	40%	13%	13%	0%	15
50-59 años	45%	18%	14%	23%	0%	22
60-69 años	61%	17%	11%	11%	0%	18
Otros	40%	40%	0%	20%	0%	5
Total	35	17	7	11	0	73

Nota: Elaboración propia

En la tabla 11 se puede apreciar que un porcentaje significativamente alto en todas las edades afirma que si iría a una cafetería/panadería donde se comercializan productos para diabéticos. Así también se puede notar que un 0% de los encuestados escogió la opción “no iría”. Por lo que se puede concluir que todos los encuestados están interesados en visitar un negocio como este.

Tabla 12

¿Con que frecuencia consumirías productos en una cafetería/panadería dirigida a personas con diabetes?

Rango de edad	1 vez a la semana	3 veces a la semana	5 veces a la semana	Todos los días	N° de personas
30-39 años	8%	23%	46%	23%	13
40-49 años	13%	33%	33%	20%	15
50-59 años	14%	23%	36%	27%	22
60-69 años	6%	22%	44%	28%	18
Otros	0%	20%	60%	20%	5
Total	7	18	30	18	73

Nota: Elaboración propia

La tabla anterior muestra que la frecuencia en la que más personas consumirían productos de una cafetería/panadería dirigida al público diabético es de 5 veces a la semana.

Tabla 13

¿Qué valor estarías dispuesto a pagar por los productos ofrecidos en una cafetería/panadería dirigida al público diabético?

Rango de edad	(\$ 2,00	(\$ 5,00	(\$ 8,00	(\$ 10,00	(\$ 12,00	N° de personas
30-39 años	23%	15%	31%	23%	8%	13
40-49 años	13%	27%	40%	7%	13%	15
50-59 años	14%	27%	36%	14%	9%	22
60-69 años	17%	22%	39%	17%	6%	18
Otros	20%	40%	20%	0%	20%	5
Total	12	18	26	10	7	73

Nota: Elaboración propia

La tabla 13 muestra que el porcentaje más alto de las personas de 30 a 69 años están dispuestos a pagar alrededor de \$8 por los productos ofrecidos por una cafetería/panadería para personas diabéticas, mientras que el menor porcentaje indica que los encuestados entrarían dispuestos a pagar hasta \$12 por dichos productos.

Tabla 14

¿Estoy de acuerdo con que una cafetería/panadería para personas con diabetes puede tener un impacto positivo en mi vida y bienestar?

Rango de edad	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	N° de personas
30-39 años	46%	23%	23%	8%	0%	13
40-49 años	53%	20%	7%	13%	7%	15
50-59 años	41%	27%	18%	9%	5%	22
60-69 años	39%	33%	28%	0%	0%	18
Otros	40%	40%	20%	0%	0%	5
Total	32	20	14	5	2	73

Nota: Elaboración propia

Un porcentaje potencialmente más alto de los encuestados está totalmente de acuerdo con que el impacto de una cafetería/panadería para personas con diabetes si sería positivo en sus vidas, por otro lado, un porcentaje muy bajo de los encuestados de 40 a 59 años está en total desacuerdo al respecto.

Para poder calcular la demanda actual del proyecto es necesario determinar la frecuencia diaria promedio por persona del negocio, la cual se muestra en la siguiente tabla, para esto se ha hecho uso de los datos de la tabla 12:

Tabla 15

Frecuencia diaria promedio

Frecuencia semanal	Clientes	Frecuencia diaria	Frecuencia diaria (%)
1 vez a la semana	7	1	14
3 veces a la semana	18	8	43
5 veces a la semana	30	21	71
Todos los días	18	18	100
Frecuencia diaria promedio (%)			57

Nota: Elaboración propia

La frecuencia diaria se calcula con la siguiente formula “Frecuencia diaria = (Número total de pedidos / Número de clientes únicos) / Número de días, para este estudio se asumirá que cada cliente hace un pedido cada vez que va al negocio. Luego

se determina el valor promedio en función a la frecuencia de todos los clientes en todos los lapsos de tiempo con la que tendríamos una frecuencia diaria promedio de 57%.

En la siguiente tabla se muestra la demanda proyectada por producto, para su desarrollo se ha tomado los datos del interés de compra de la tabla 8 y la frecuencia diaria promedio de la tabla 15 la cual es del 57% para el cálculo de las ventas diarias.

Tabla 16

Demanda actual por producto

Producto	Clientes	Ventas diarias	Ventas mensuales	Ventas anuales
Pastel de manzana (Porción)	14	8	240	2880
Pastel de manzana (Completo)	1		14	168
Pastel de queso (Porción)	17	10	291	3497
Pastel de queso (Completo)	1		13	156
Coffeecake (Porción)	17	10	291	3497
Coffeecake (Completo)	2		17	204
Batido de Banana con Yogur	23	13	394	4731
Batido de fresas y almendras	17	10	291	3497
Limonada rosada	17	10	291	3497
Tazas de avena	20	11	343	4114
Pan de Calabaza	15	9	257	3086
Pan de jengibre	15	9	257	3086
Galletas de avena y pasas	23	13	394	4731
Café latté	17	10	291	3497
Cacao caliente de avellana	14	8	240	2880
Café helado definitivo	13	7	223	2674
Café de chocolate picante	13	7	223	2674
Total	239	137	4073	48871

Nota: Elaboración propia

La tabla 16 muestra que al multiplicar el número de clientes interesados por la frecuencia diaria promedio se obtiene una demanda diaria de 137 productos, mientras que la demanda mensual es de 4073, así como una demanda anual de 48871 productos.

Fuentes secundarias

En el caso de las fuentes secundarias, se ha llevado a cabo una encuesta/entrevista simple a 2 panaderías que operan en la parroquia Salitre del cantón Salitre, las cuales son: Panadería El Buen Sabor y Panadería La Colombiana, a estas se les realizó preguntas tales como: ¿Cuál es su promedio de ventas diario de cada uno de sus productos y cuántos de estos prepara al día? Dichas panaderías solo venden panes de tipo tradicional a diferencia de los que se pretende comercializar en este proyecto, no obstante, el análisis de esto ayudara a entender el comportamiento de consumo de los compradores con respecto a los productos cuya venta es más común, como por ejemplo los productos que se comercializan a diario para desayunos, como snack o dulces populares, dicha encuesta ha permitido obtener los siguientes resultados:

Tabla 17

Demanda actual por unidades (Panadería El Buen Sabor)

Producto	Compradores	Ventas diarias	Ventas mensuales	Ventas anuales
Bocaditos	8	40	1200	14400
Pan enrollado	25	120	3600	43200
Pan carasucia	9	38	1140	13680
Roscas	8	180	5400	64800
Total		378	11340	136080

Nota: Elaboración propia

Tabla 18

Demanda actual por unidades (Panadería La Colombiana)

Producto	Compradores	Ventas diarias	Ventas mensuales	Ventas anuales
Bocaditos	6	40	1200	14400
Pan enrollado	32	210	6300	75600
Pan carasucia	12	80	2400	28800
Cakes	6	12	360	4320
Total		342	10260	123120

Nota: Elaboración propia

Las tablas 17 y 18 muestran la demanda actual por producto de forma diaria, semanal y anual, de las panaderías ya mencionadas, los cuales muestran que estas tienen cierta similitud con respecto a la demanda total, con una diferencia muy baja.

Análisis de la oferta

Actualmente no existe una oferta para los productos que se quiere ofrecer, debido a que no hay productos con una descripción parecida a la de estos, por lo tanto, el análisis de la oferta ha desarrollado mediante los datos recolectados sobre las 2 principales panaderías de la parroquia Salitre del cantón Salitre, las cuales son: Panadería El Buen Sabor y Panadería La Colombiana, de los cuales se ha recabado la siguiente información en cuanto a su oferta:

Tabla 19

Oferta por unidades (Panadería El Buen Sabor)

Producto	Oferta diaria	Oferta mensual	Oferta anual
Bocaditos	45	1350	16200
Pan enrollado	127	3810	45720
Pan carasucia	43	1290	15480
Roscas	195	5850	70200
Total	410	12300	147600

Nota: Elaboración propia

Tabla 20

Oferta por unidades (Panadería La Colombiana)

Producto	Oferta diaria	Oferta mensual	Oferta anual
Bocaditos	47	1410	16920
Pan enrollado	222	6660	79920
Pan carasucia	89	2670	32040
Cakes	15	450	5400
Total	373	11190	134280

Nota: Elaboración propia

En el caso de la oferta, estas panaderías también ofrecen una cantidad muy parecida, apenas un poco por encima de la demanda, en este caso el producto común con mayor cantidad de oferta diaria es el pan enrollado.

Análisis de la demanda proyectada

El análisis de la demanda proyectada para el bakery café permitirá estimar cuántos productos venderá el negocio en un período de 5 años. La proyección de la demanda a partir del año 2024 en adelante se ha desarrollado con un incremento del 1.3% que representa el crecimiento poblacional del cantón Salitre según cifras del INEC.

Tabla 21

Demanda proyectada por producto

Productos	2023	2024	2025	2026	2027
Pastel de manzana (Porción)	2880	2917	2955	2994	3033
Pastel de manzana (Completo)	168	170	172	175	177
Pastel de queso (Porción)	3497	3543	3589	3635	3683
Pastel de queso (Completo)	156	158	160	162	164
Coffeecake (Porción)	3497	3543	3589	3635	3683
Coffeecake (Completo)	204	207	209	212	215
Batido de Banana con Yogur	4731	4793	4855	4918	4982
Batido de fresas y almendras	3497	3543	3589	3635	3683
Limonada rosada	3497	3543	3589	3635	3683
Tazas de avena	4114	4168	4222	4277	4332
Pan de Calabaza	3086	3126	3166	3208	3249
Pan de jengibre	3086	3126	3166	3208	3249
Galletas de avena y pasas	4731	4793	4855	4918	4982
Café latté	3497	3543	3589	3635	3683
Cacao caliente de avellana	2880	2917	2955	2994	3033
Café helado definitivo	2674	2709	2744	2780	2816
Café de chocolate picante	2674	2709	2744	2780	2816
Total	48871	49506	50150	50802	51462

Nota: Elaboración propia

La tabla 21 muestra que la proyección de la demanda por producto para los años 2023, 2024, 2025, 2026 y 2027 dio un resultado de 48871, 49506, 50150, 50802 y 51462 productos vendidos por cada año respectivamente con un incremento anual del 1.3%.

Análisis de la oferta proyectada

El análisis de la oferta proyectada para el presente estudio de investigación toma como referencia la información determinada en el análisis de la demanda proyectada, con el objetivo de que el negocio tenga como lineamiento empresarial cubrir la demanda del mercado.

Análisis de precios

Como no existe un negocio parecido al propuesto ni cafeterías en el cantón Salitre, el análisis de precios se llevó a cabo mediante la comparación de productos en 2 panaderías populares que operan cerca del lugar donde funcionaría el proyecto planteado, así como tomando referencias de sitios de venta de productos para diabéticos en internet, teniendo en cuenta el valor que los clientes están dispuestos a pagar por los productos ofrecidos y el costo de elaboración de los mismos.

La siguiente tabla muestra los costos de los productos establecidos por las 2 panaderías mencionadas, las cuales no tiene variación en el precio, pero si en la cantidad de ventas, esto puede deberse a que la panadería El Buen Sabor está ubicada en un área más central que la panadería La Colombiana.

Tabla 22

Precio unitario por productos (panaderías en Salitre)

Productos	Panadería El Buen Sabor	Panadería La Colombiana
Bocaditos	\$0,10	\$0,10
Pan enrollado	\$0,15	\$0,15
Pan carasucia	\$0,15	\$0,15
Roscas	\$0,05	-
Cakes	-	\$0,65

Nota: Elaboración propia

Tomando en cuenta los factores ya mencionados se detallan los costos de elaboración y precios de venta de cada producto en la siguiente tabla:

Tabla 23*Definición de precios*

Producto	Costo elaboración por porción	Costo de elaboración producto completo	Precio por porción	Precio producto completo
Postres				
Pastel de manzana (10 porciones)	\$0,49	\$4,91	\$1,47	\$14,73
Pastel de queso (8 porciones)	\$1,19	\$9,50	\$3,56	\$28,50
Coffeecake (16 porciones)	\$0,77	\$12,39	\$2,32	\$37,17
Bebidas				
Batido de banana con yogur (3 porciones)	\$0,31	\$0,92	\$0,92	\$2,76
Batido de fresas y almendras (2 porciones)	\$1,08	\$2,15	\$3,23	\$6,45
Limonada rosada		\$0,84		\$2,52
Panes				
Tazas de avena (12 porciones)	\$0,69	\$8,23	\$2,06	\$24,69
Pan de Calabaza (12 porciones)	\$0,45	\$5,45	\$1,36	\$16,35
Pan de jengibre (16 porciones)	\$0,34	\$5,38	\$1,01	\$16,14
Galletas de avena y pasas (24 porciones)	\$0,24	\$5,80	\$0,73	\$17,40
Cafés				
Café latté (2 porciones)	\$1,08	\$2,15	\$3,23	\$6,45
Cacao caliente de avellana (2 porciones)	\$1,13	\$2,25	\$3,38	\$6,75
Café helado definitivo		\$0,91		\$2,73
Café de chocolate picante (4 porciones)	\$1,41	\$2,82	\$4,23	\$8,46

Nota: Elaboración propia

La tabla 23 muestra el costo de elaboración por porción, el costo de elaboración producto completo, el precio por porción y el precio del producto completo para los productos que se elaboraran en este proyecto, estos datos fueron determinados mediante la comparación entre el costo de elaboración y el precio de venta de productos similares en internet, teniendo también en cuenta el valor que los clientes están dispuestos a pagar.

Comercialización del producto.

Debido a diferentes aspectos como la ubicación, difícil accesibilidad y desconocimiento del uso de las tecnologías en gran parte de la población se dificultan la puesta en marcha de métodos de comercialización actuales tales como las entregas a domicilio, por lo cual se ha determinado que el método más adecuado para el emprendimiento de Bakery café (cafetería/panadería) es la comercialización tradicional directa, el mismo que es una estrategia de ventas en el que la empresa se comunica directamente con los clientes para ofrecerles sus productos o servicios. Este método se llevará a cabo por medio de ventas personalizadas y directas, pedidos por medio de llamadas telefónicas y redes sociales, y a través de la venta en el mismo local donde se elaboran y comercializan los productos.

Capítulo IV: Estudio de Factibilidad

Estudio Técnico

Localización óptima

Macro localización.

La región de influencia del proyecto es el cantón Salitre, el cual, según datos del INEC cuenta con una población de 57.402 habitantes, este cantón que se encuentra ubicado en el centro-este de la provincia del Guayas, está limitado al norte por la provincia de Los Ríos y el cantón Palestina, al sur por el cantón Samborondón, al este por la provincia de Los Ríos y al oeste por los cantones Palestina, Santa Lucía y Daule. Salitre está compuesto por 4 parroquias, las cuales son: Salitre, Vernaza, Victoria y Junquillal, sus principales actividades económicas se centran en la agricultura, ganadería y turismo, en las cuales resalta la siembra de arroz, cacao, banano, la producción de leche, y en cuanto a su atractivo turístico, es proporcionado por sus playas de agua dulce y una gran diversidad gastronómica, en la cual predominan los platos típicos locales como de otras partes de la costa.

Micro localización.

Este negocio se pretende establecer en la parroquia Salitre del cantón Salitre, esto debido a que no solo es la capital del cantón, sino que a la vez es el lugar con mayor movimiento económico del mismo, sin mencionar que hasta el momento no existe un establecimiento que este dirigido específicamente a el segmento de los diabéticos, siendo el lugar exacto donde se pretende establecer el negocio la zona conocida como La Bocana, la cual es la zona con la actividad comercial más alta en todo el cantón, a la vez que está ubicada en la vía principal que enlaza el cantón con otros cantones.

Para la ubicación del proyecto se ha tomado en cuenta 3 opciones la cuales se encuentran en las siguientes direcciones: la primera se encuentra en la Av. 24 de mayo y General Vernaza, la segunda se encuentra en la Av. 24 de mayo y C. 9 de octubre, y la tercera se encuentra en la Av. 24 de mayo y C. Piedrahita, algunas de las características de estos lugares se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 24*Características de posibles lugares de arrendamiento*

	Dirección	Av. 24 de mayo y General Vernaza	Av. 24 de mayo y C. 9 de octubre	Av. 24 de mayo y C. Piedrahita
Características	Costo de arriendo	\$700,00	\$1000,00	\$800,00
	Tamaño	60.63 m ²	81.25 m ²	57.75 m ²
	Baños	1	2	1
	Antigüedad	7 años	5 años	2 años
	Servicios	Si	Si	Si
	Parqueadero	No	No	No
	Vía principal	Si	Si	Si
	Zona comercial	Si	Si	Si

Nota: Elaboración propia***Método de factor de evaluación por puntos***

A efecto de determinar la mejor opción para llevar a cabo la elección del lugar donde se desarrollará el proyecto se realiza la siguiente evaluación, en la cual la opción con mejor calificación sería la más adecuada.

Para realizar esta evaluación se ha hablado con un experto de negocios el cual ha brindado asesoría para definir los siguientes factores: ubicación, arriendo, servicios básicos, accesibilidad a vías y edificación, así como la ponderación de los mismos que son de 25%, 20%, 20%, 15% y 20% respectivamente, mientras que la calificación será de 1 a 10, siendo 10 muy importante y 1 poco importante.

Tabla 25*Método de factor de evaluación por puntos*

Factor	Ponderación	Av. 24 de mayo y General Vernaza		Av. 24 de mayo y C. 9 de octubre		Av. 24 de mayo y C. Piedrahita	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Ubicación	25%	7	1,75	7	1,75	6	1,5
Arriendo	20%	7	1,4	4	0,8	5	1
Servicios básicos	20%	10	2	10	2	10	2
Accesibilidad a vías	15%	10	1,5	9	1,35	9	1,35
Edificación	20%	6	1,2	6	1,2	8	1,6
Total	100%	7,85		7,1		7,45	

Nota: Elaboración propia

La tabla anterior nos muestra que la opción con calificación más alta es Av. 24 de mayo y General Vernaza, con una calificación de 7,85, lo que la vuelve el lugar más adecuado y conveniente para establecer el negocio.

Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto o capacidad instalada se refiere a la cantidad máxima de unidades que el negocio puede producir en un lapso de tiempo específico, usualmente basándose en los planes de venta y los recursos de la empresa. La tabla siguiente muestra la capacidad instalada total que posee el proyecto, es decir el nivel máximo de productos que se pueden elaborar:

Tabla 26

Capacidad instalada total

Productos	Tiempo de elaboración	Número de productos/ hora	de	Número de trabajadores	Horas por día	Número de días trabajados	Total capacidad instalada
Pastel de manzana (8 porciones)	2 h	5		1	6,4	260	8320
Pastel de queso (8 porciones)	2 h	4		1	6,4	260	6656
Coffeecake (16 porciones)	2 h	8		1	6,4	260	13312
Batido de Banana con Yogur (3 porciones)	5 min	36		1	6,4	260	59904
Batido de fresas y almendras (2 porciones)	8 min	15		1	6,4	260	24960
Limonada rosada	5 min	12		1	6,4	260	19968
Tazas de avena (12 porciones)	1 h	12		1	6,4	260	19968
Pan de Calabaza (12 porciones)	1 h	12		1	6,4	260	19968
Pan de jengibre (16 porciones)	1 h	16		1	6,4	260	26624
Galletas de avena y pasas (24 porciones)	1 h	24		1	6,4	260	39936
Café latté (2 porciones)	15 min	8		1	6,4	260	13312

Cacao caliente de avellana (2 porciones)	10 min	12	1	6,4	260	19968
Café helado definitivo	10 min	6	1	6,4	260	9984
Café de chocolate picante (4 porciones)	15 min	16	1	6,4	260	26624

Nota: Elaboración propia

La tabla 26 muestra el cálculo de la capacidad instalada total para el cual se determina el tiempo del ciclo del proceso de elaboración por cada producto, posteriormente se calcula la mano de obra disponible, ya que se prevé que se contara con 1 chef el valor será de 1, luego se determina el número de horas de trabajo por día, para esto se considera un rango de productividad del 80%, teniendo en cuenta que el número de horas de trabajo al día es de 8 horas se tendría horas laborables 6,4, considerando que el negocio operará de lunes a viernes se tendría un total de 260 días, finalmente se multiplican el número de producto por hora por número de trabajadores, el resultado se multiplica por horas por día, posteriormente dicho resultado se multiplica por número de días de trabajo para obtener así la capacidad instalada total.

Equipamiento y mano de obra

Para el correcto funcionamiento y consecución de las metas del proyecto se ha determinado la necesidad de los siguientes recursos:

En lo que respecta a los recursos humanos se ha determinado que para el desarrollo de las actividades de la empresa se necesita a 1 gerente, 1 chef especialista y 2 personas para desempeñarse como personal de mostrador de las cuales 1 trabajaría medio tiempo. Siendo un total de 4 personas quienes conformarían el personal de la empresa. Teniendo en cuenta también el horario de atención que será de 7 am a 18 pm.

Tabla 27*Horario de atención*

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
7am/18pm	7am/18pm	7am/18pm	7am/18pm	7am/18pm	----	----

Nota: Elaboración propia

Como se muestra en la tabla 27 el horario de atención de la panadería se ha definido de lunes a viernes de 7:00 am a 18:00 pm con un total de 11 horas al día.

Tabla 28*Turnos por empleados*

Puesto	Personas	Turnos
Gerente	1	8 horas
Chef especializado	1	8 horas
Personal de mostrador	1	8 horas
Personal de mostrador	1	4 horas (medio tiempo)

Nota: Elaboración propia

En el caso de los recursos materiales como se trata de una panadería cuyos productos serán elaborados y comercializados en el mismo lugar se necesitarán ingredientes y materia prima, así como accesorios y utensilios básicos (tales como cuchara plástica, raspador de masa, batidora, rodillo, bowls de acero inoxidable, entre otros) y equipos básicos (tales como licuadora, máquina de espresso, mesa de acero inoxidable, mesas de trabajo, estufa, nevera y horno fermentador), así también están las mesas y sillas para el servicio del cliente, dichos recursos son de vital importancia para elaborar un producto de calidad y que satisfaga la demanda diaria, los cuales se detallan en la siguiente tabla con sus respectivos precios.

Tabla 29*Recursos materiales*

Equipamiento	Precio \$
Maquina expresso	1100,00
Licuadora	90,00
Horno Fermentador	950,00
Estufa	250,00

Nevera	800,00
Accesorios y utensilios básicos	105,00
Mesa de acero inoxidable	120,00
Mesa x3	90,00
Silla x3	45,00
Mesa para servicio al cliente x2	100,00
Silla para servicio al cliente x8	160,00
Total	3810,00

Nota: Elaboración propia

Con respecto a los recursos tecnológicos se ha planteado la necesidad de hacer uso de 2 teléfonos celulares, uno para el personal de mostrador y otro para el gerente, 1 computadora, página web y cuentas en redes sociales, los cuales serán de gran utilidad para establecer canales de comunicación con los clientes potenciales, de manera que estos podrán también realizar pedido por la página web o redes sociales de la empresa y a la vez estas nos permitirán conocer las preferencias de los consumidores y su opinión sobre los productos, dichos recursos se muestran en la siguiente tabla con su respectivo valor.

Tabla 30

Recursos tecnológicos

Equipos y materiales de oficina	Precio \$
Teléfono celular	200,00
Computadora	500,00
Impresora	120,00
Teléfono convencional	40,00
Útiles de oficina	35,00
Escritorio	110,00
Total	1005,00

Nota: Elaboración propia

Ingeniería del proyecto

Es proceso operativo general que se tiene previsto desarrollar en este proyecto se divide en 11 puntos, no obstante, cada producto tiene una forma de preparación ligeramente diferente, la cual se explicara posteriormente.

Recepción de ingredientes: En este proceso, se designa al chef auxiliar para la compra y verificación de la calidad de los ingredientes necesarios para la producción de pan, como harina, levadura, sal, productos edulcorantes, y así también, la compra café, leche, té, jarabes, chocolate, especias y otros ingredientes necesarios para la producción de café, luego de esto se realiza un control de inventario para asegurar que los ingredientes estén disponibles en cantidad suficiente.

Recepción de clientes y toma de pedidos: Los clientes ingresan a la cafetería y son recibidos por el personal, los cuales toman los pedidos de bebidas y alimentos de los clientes, teniendo en cuenta sus preferencias y solicitudes especiales.

Preparación de bebidas calientes: Esta etapa implica la preparación de bebidas calientes como café y chocolate caliente, en el caso del café se muele el café o se compra el café molido para la máquina espresso, se prepara la máquina de espresso, se calienta la leche y se siguen los procesos específicos para cada tipo de bebida.

Preparación de bebidas frías: Aparte de las bebidas calientes, este emprendimiento también pretende ofrecer bebidas frías tales como batidos y bebidas heladas, en este proceso, se combinan los ingredientes según la receta y se utilizan licuadoras para obtener la consistencia deseada.

Pesado y mezclado: Para la elaboración de los productos como postres y panes los ingredientes son pesados en las cantidades correctas según la receta y luego se mezclan en un recipiente, la mezcla adecuada de los mismos garantiza una distribución uniforme de los ingredientes y una masa con la textura adecuada.

Fermentación: posteriormente luego del mezclado, la masa se deja reposar en un ambiente cálido y controlado para que la levadura actúe y provoque la fermentación, este proceso permite que la masa aumente de tamaño debido a la liberación de gas por parte de la levadura.

Formado: Una vez que la masa ha fermentado, se procede a darle forma al pan, lo cual depende de qué tipo de pan se esté haciendo, esto implica dividir la masa en porciones adecuadas y darles la forma deseada, ya sea redonda, alargada, ovalada, entre otras.

Reposo y segunda fermentación: Luego de darle forma al producto, se deja reposar el pan nuevamente para que las porciones adquieran más volumen.

Horneado: Una vez que el pan ha alcanzado su tamaño deseado, se coloca en el horno y se hornea a una temperatura adecuada, de esta manera el pan adquirirá una corteza dorada y una textura interna esponjosa.

Enfriamiento y empaque: Después del horneado, el pan se retira del horno y se deja enfriar en bandejas, una vez que ha alcanzado la temperatura ambiente, se procede al empaque en bolsas o envoltorios adecuados para su posterior venta o distribución.

Limpieza y mantenimiento: Durante todo el proceso, es esencial mantener la higiene y la limpieza de las áreas de trabajo, utensilios y equipos utilizados, por lo que se llevan a cabo tareas de limpieza y mantenimiento regular para garantizar la calidad e inocuidad del pan producido.

Proceso de elaboración por producto.

Pastel de manzana de masa gruesa.

Se hace el relleno de manzanas rojas cocinadas en especias y masa gruesa. La masa se hace con harina, margarina y agua fría, y se coloca sobre el relleno de manzana en un molde. Se hornea a 450°F durante 10 minutos, luego a 350°F de 35 a 40 minutos hasta que esté dorado. Rinde 10 porciones. Para más información ver anexo 1.

Pastel de queso con manzana.

La corteza se hace con migas de galleta, mantequilla y edulcorante, horneada durante 10 minutos, por otro lado, el relleno del pastel de queso incluye queso crema bajo en grasa, edulcorante, puré de manzana sin azúcar, huevos, jugo de limón, especias y crema agria, para su elaboración se vierte sobre la corteza y se hornea de 45 a 50 minutos a 325°F. Se enfría, se desmolda y se refrigera antes de servir. Rinde 8 porciones. Para más información ver anexo 2.

Coffecake de remolino de nueces y albaricoque.

El relleno de nueces se hace con mermelada de albaricoque sin azúcar, edulcorante, canela y nueces picadas. El pastel de café se hace con mezcla para hornear reducida en grasa, edulcorante, yogur griego sin grasa, aceite vegetal, leche descremada, huevos, extractos de vainilla y almendras, mientras que la masa se divide en capas alternas con el relleno de nuez en un molde y se hornea de 40 a 45 minutos a 350°F, luego de enfriarse, se voltea y se puede agregar mermelada de albaricoque sin azúcar. Se sirve tibio. Rinde 16 porciones. Para más información ver anexo 3.

Batido de Banana con Yogur.

Hecho con banana, yogur bajo en grasa sin azúcar, leche sin grasa, extracto de vainilla y cubitos de hielo. Se licuan todos los ingredientes hasta lograr una mezcla suave y cremosa. Rinde 3 porciones. Para más información ver anexo 4.

Batido de fresas y almendras.

Sus principales ingredientes son leche de almendras sin azúcar, tofu ligero, edulcorante y extracto de almendras, se mezclan todos los ingredientes en una licuadora hasta obtener una mezcla suave y se sirve de inmediato. Rinde 2 porciones. Para más información ver anexo 5.

Limonada rosada.

Se mezcla jugo de limón con agua y edulcorante. Se vierte un poco de líquido de las fresas descongeladas en un vaso con hielo, luego se agrega la mezcla de jugo de limón. Rinde una porción. Para más información ver anexo 6.

Tazas de avena horneada con mantequilla de maní y banana.

Se hacen con puré de banana madura, edulcorante, leche de almendras, huevos, avena laminada, polvo para hornear, sal, mantequilla de maní sin azúcar y chocolate sin azúcar, estos ingredientes se mezclan y se coloca la masa en una lata de muffins, se hornean y se enfrían. Rinde 12 porciones. Para más información ver anexo 7.

Pan de Calabaza.

Hecho con harina tamizada, especias, margarina reducida en calorías, azúcar, edulcorante, huevos, extracto de vainilla, calabaza cocida o enlatada, leche descremada y nueces picadas, se mezclan los ingredientes secos y húmedos, se vierte la masa en un molde y se hornea a 350°F durante 50-60 minutos. Se enfría y se sirve. Rinde 12 porciones. Para más información ver anexo 8.

Pan de jengibre.

Elaborado con harina tamizada, especias como jengibre, canela, pimienta de Jamaica, clavo y sal, margarina reducida en calorías, azúcar morena, edulcorante, claras de huevo, melaza y suero de leche, se mezclan los ingredientes secos y húmedos por separado, se combinan gradualmente y luego se vierte en un molde y se hornea a 350°F durante 45 minutos, posteriormente se enfría y sirve. Rinde 16 porciones. Para más información ver anexo 9.

Galletas de avena y pasas.

Sus ingredientes principales son avena y pasas junto a margarina reducida en calorías, azúcar, edulcorante claras de huevo, extracto de vainilla, harina, bicarbonato de sodio, sal, copos de avena y pasas. La masa se mezcla y se coloca en cucharaditas en una bandeja para hornear. Se hornean de 6 a 8 minutos a 350°F hasta que estén doradas, luego se enfría y se sirve. Rinde 2 docenas de galletas. Para más información ver anexo 10.

Café latté.

Sus ingredientes son: Café tostado oscuro, canela, agua, edulcorante y leche descremada. Se prepara café con la canasta de filtro de la cafetera de goteo y se mezcla con edulcorante, luego se calienta la leche y se bate para obtener espuma, esta se divide entre las tazas de café, se puede espolvorear con canela adicional y se sirve. Como variante fría, se prepara el café y luego se agrega canela y edulcorante y luego se agrega leche fría y hielo. Rinde 2 porciones. Para más información ver anexo 11.

Cacao caliente de avellana.

Se hace con cacao en polvo tamizado, edulcorante, leche descremada, extracto de avellana, extracto puro de vainilla y malvaviscos (opcional). Se mezcla cacao y en una cacerola, se agrega leche y se calienta, luego se añaden los extractos de avellana y vainilla. Puede ser adornado con malvaviscos. Rinde 2 porciones. Para más información ver anexo 12.

Café helado definitivo.

Hecho con cubitos de hielo de café, café preparado en frío, edulcorante y leche (opcional). Se vierte café preparado en frío sobre cubitos de hielo de café en un vaso, luego se endulza con edulcorante al gusto y se puede agregar leche según las preferencias. El café ideal para esta bebida fría es una mezcla de granos con tostado medio y acidez moderada. Rinde una porción. Para más información ver anexo 13.

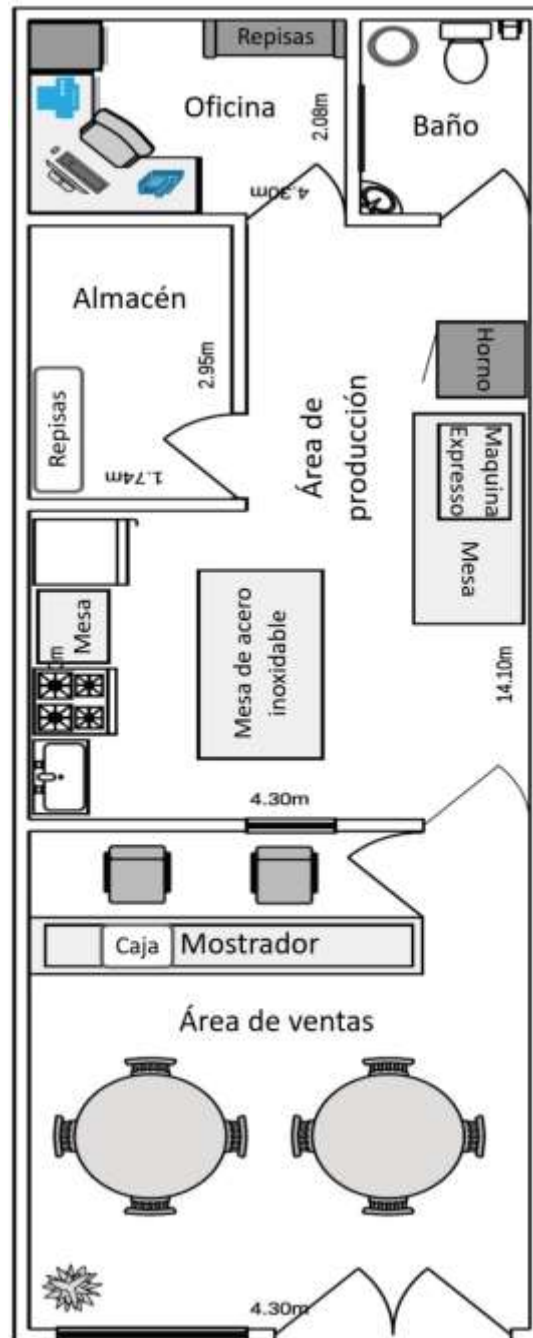
Café de chocolate picante.

Se hace con café fuerte caliente, chispas de chocolate agridulce, edulcorante, canela molida y polvo de chile ancho o chipotle (opcional). Estos ingredientes se mezclan en un recipiente y se agrega leche caliente, luego se vierte en tazas, se cubre con crema batida y se espolvorea con canela. Rinde 4 porciones. Para más información ver anexo 14.

Diseño y distribución.

Figura 4

Distribución de planta



Nota: *Elaboración propia*

En la figura 4 se muestra de forma gráfica como está distribuida la planta, cuyas medidas son, de 4.30 metros de ancho y una longitud de 14.10 metros, en este caso se la ha dividido en 3 secciones las cuales son: Área de ventas y de mostrador, área de producción y finalmente el almacén, la oficina, y el baño,

El área de ventas es el primer espacio que los clientes encuentran al ingresar a la cafetería. Aquí se ubicará el mostrador de atención al cliente, donde se toman los pedidos y se realiza la transacción de pago, así también están mesas y sillas donde los clientes pueden disfrutar de sus pedidos.

El área de producción es el lugar donde se llevará a cabo la elaboración de los diferentes productos ofrecido en el local, en este sitio estarán ubicados el espresso, el horno, la estufa, nevera, mesa de acero inoxidable y fregadero.

Los últimos 3 cuartos se utilizarán como almacén, oficina para el gerente y baño, respectivamente.

Estudio Administrativo

Diseño organizacional

Visión.

Ser la panadería/cafetería líder en ofrecer una experiencia culinaria deliciosa y saludable para personas diabéticas en el cantón Salitre, brindando una amplia variedad de productos nutritivos y opciones gastronómicas diferentes.

Misión.

Nuestra misión es proporcionar a las personas diabéticas del cantón Salitre un lugar acogedor donde puedan disfrutar de productos de panadería y café deliciosos, sin comprometer su bienestar, de esta manera nos comprometemos a utilizar ingredientes de alta calidad y técnicas culinarias especializadas para crear opciones bajas en azúcar, con carbohidratos controlados y sin sacrificar el sabor, de igual manera nos esforzamos por informar y empoderar a nuestros clientes a través de información nutricional clara y consejos prácticos para mantener un estilo de vida saludable.

Objetivos.

Ofrecer una amplia variedad de productos para personas diabéticas: Establecer un menú diverso que incluya opciones de panadería y cafetería deliciosas y saludables, hechas específicamente para satisfacer las necesidades de personas con diabetes.

Promover la conciencia nutricional: Proporcionar información clara sobre el contenido nutricional de los productos, destacando su bajo contenido de azúcar y carbohidratos, así como mostrar a los clientes aspectos sobre la importancia de una dieta equilibrada.

Brindar una experiencia acogedora: Crear un ambiente cálido y acogedor en la cafetería/panadería para que los clientes se sientan cómodos y bienvenidos en el negocio.

Garantizar la calidad y frescura de los productos: Comprometerse a utilizar ingredientes frescos y de alta calidad en todas las preparaciones para ofrecer productos deliciosos y nutritivos.

Fomentar la innovación culinaria: Buscar constantemente nuevas recetas y técnicas de preparación que permitan ofrecer opciones gastronómicas creativas y atractivas para el público diabético.

Estrategias.

Desarrollo de menús especializados: Trabajar con el chef especialista para crear menús equilibrados y deliciosos, que incluyan opciones de panadería y cafetería tales como postres, bocadillos y bebidas adaptadas a las necesidades de las personas diabéticas.

Información nutricional clara: Proporcionar información detallada sobre el contenido nutricional de cada producto en el menú, incluyendo el contenido de carbohidratos y azúcares, para que los clientes puedan tomar decisiones informadas.

Capacitación del personal: Capacitar al personal de mostrador para que puedan brindar información precisa a los clientes sobre las opciones saludables disponibles.

Uso de ingredientes saludables y locales: Priorizar el uso de ingredientes frescos y locales en las preparaciones, evitando el uso de aditivos y conservantes artificiales.

Campañas de marketing enfocadas: Utilizar estrategias de marketing digital y en redes sociales para llegar al público diabético y promover al bakery café como una opción segura y deliciosa para su dieta.

Valores corporativos.

Responsabilidad: Ser consciente del impacto de forma en que se desarrollan las tareas y la manera en cómo influyen en la empresa y el público objetivo, procurando prácticas comerciales adecuadas y éticas.

Servicio al cliente excepcional: Priorizar la satisfacción del cliente a través de un trato amable y respetuoso, asegurándose de brindar una experiencia positiva en cada visita.

Trabajo en equipo: Valorar y fomentar el trabajo colaborativo entre todos los miembros del equipo, promoviendo un ambiente de respeto, comunicación efectiva y apoyo mutuo.

Honestidad y transparencia: Mantener una comunicación honesta y transparente con los clientes y el equipo, asegurándose de que la información sobre los productos y servicios sea clara y veraz.

Compromiso con la excelencia: Buscar la excelencia en cada aspecto de la operación, desde la selección de ingredientes hasta la presentación de los productos, siempre buscando superar las expectativas de los clientes.

Políticas de convivencia en el entorno laboral.

Respeto y trato amable: Se espera que todos los miembros del equipo se traten con respeto y cortesía en todo momento, manteniendo un ambiente de trabajo amable y colaborativo.

Comunicación abierta y constructiva: Se promueve una comunicación abierta y honesta entre todos los empleados. Cualquier inquietud o sugerencia debe ser tratada con respeto y consideración.

Inclusión y diversidad: Se valora la diversidad y se fomenta la inclusión de todas las personas, independientemente de su origen, género, orientación sexual o habilidades.

Confidencialidad y privacidad: Todos los empleados deben respetar la privacidad y confidencialidad de la información personal y profesional de sus compañeros y clientes.

Puntualidad y responsabilidad: Se espera que todos los empleados lleguen a tiempo y cumplan con sus horarios de trabajo, ya que la responsabilidad en las tareas asignadas es fundamental para el buen funcionamiento del negocio.

Higiene y seguridad: Todos los empleados deben cumplir con las normas de higiene y seguridad establecidas para garantizar un entorno laboral seguro y saludable.

Promoción de la salud: Se incentiva a los empleados a mantener un estilo de vida saludable y a ser ejemplos para los clientes en cuanto a hábitos alimenticios y cuidado de la salud.

Resolución de conflictos: En caso de surgir conflictos entre empleados, se alienta a resolverlos de manera constructiva y pacífica, buscando soluciones que beneficien a ambas partes y al equipo en general.

Uso responsable de recursos: Los empleados deben hacer un uso responsable de los recursos del negocio, evitando el desperdicio y contribuyendo a la sostenibilidad del mismo.

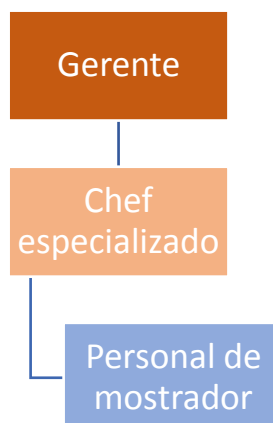
Cumplimiento de las políticas de la empresa: Todos los empleados deben respetar y cumplir con las políticas y procedimientos establecidos por la gerencia para el buen funcionamiento del negocio.

Organigrama

El organigrama para un negocio de bakery café que se pretende establecer tiene una estructura simple debido a que no necesita una gran cantidad de trabajadores o cargos, esto al menos al inicio del ejercicio, ya que a medida que la empresa vaya evolucionando este podría estar sujeto a cambios como el posicionamiento de nuevos trabajadores y áreas de trabajo, a continuación, se muestra el organigrama de la empresa.

Figura 5

Organigrama institucional



Nota: *Elaboración propia*

En la figura 5 se muestra el organigrama del bakery café, en el cual el gerente se encuentra en la parte superior, ya que es el encargado de la dirección y gestión general del negocio, luego tenemos al chef especializado, que se encarga de la preparación de los productos especiales para personas diabéticas.

Finalmente, en la base del organigrama, tenemos el personal de mostrador, que se encarga de atender a los clientes, recibir los pedidos, ofrecer los productos disponibles en el establecimiento, así como brindar una experiencia agradable y satisfactoria a los clientes, respondiendo a sus preguntas y atendiendo sus necesidades.

Manual de funciones

Para todo tipo de organizaciones es importante establecer las bases para una estructura organizativa clara y eficiente, que facilite la comunicación, la coordinación y la rendición de cuentas, por lo que nace la importancia de establecer y concretar ciertas características y detalles que permitan definir de forma clara la identificación y descripción de los cargos, así como sus responsabilidades, tareas y requisitos necesarios para desempeñarlos de forma eficiente, de manera que sea posible mejorar la productividad y por ende el éxito del proyecto en general, por lo cual se ha definido los siguientes manuales de función para cada puesto de la empresa.

Tabla 31

Manual de funciones para el cargo de gerente

1. Identificación del cargo

Nombre del cargo: Gerente

Área: Administrativa

Cargo al que reporta: Ninguno

Cargo que le reportan: Chef especialista y personal de mostrador.

2. Descripción del cargo

El gerente es responsable de la gestión y dirección general del negocio, garantizando el cumplimiento de los objetivos establecidos, el logro de los estándares de calidad y servicio, así como la satisfacción del cliente, este también es el encargado de liderar al equipo, mantener una operación eficiente y velar por el cumplimiento de las políticas y procedimientos establecidos.

3. Responsabilidades y tareas

Gestión operativa:

- Supervisar y coordinar las operaciones diarias de la panadería/cafetería.
- Asegurarse de que los productos se preparen y presenten según los estándares de calidad establecidos.
- Administrar los recursos y el inventario para garantizar un funcionamiento eficiente.
- Planificar y coordinar horarios de trabajo para el personal, asegurando la cobertura adecuada en todas las áreas del negocio.

Atención al cliente:

- Garantizar un servicio al cliente excepcional y una experiencia positiva para los clientes.
- Resolver problemas y quejas de los clientes de manera efectiva y oportuna.
- Fomentar un ambiente acogedor y amigable para los clientes y el equipo.

Gestión del personal:

- Contratar, capacitar y supervisar al equipo de trabajo.
- Motivar y fomentar un ambiente de trabajo positivo y colaborativo.
- Realizar evaluaciones de desempeño y proporcionar retroalimentación constructiva al personal.

Gestión financiera:

- Elaborar y administrar el presupuesto de la panadería/cafetería.
- Supervisar las transacciones financieras y el manejo adecuado del efectivo.
- Analizar los informes financieros y tomar decisiones para mejorar la rentabilidad.

Marketing y promoción:

- Desarrollar estrategias de marketing y promoción para aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes.
- Establecer alianzas con otras empresas o instituciones locales para promocionarse mutuamente.
- Participar en eventos locales y ferias para dar a conocer el negocio.

Cumplimiento de normas y regulaciones:

-
- Asegurarse de que el bakery café cumpla con todas las regulaciones y normas de salud y seguridad.
 - Garantizar el cumplimiento de los requisitos legales y fiscales.

Mejora continua:

- Identificar oportunidades de mejora en los procesos y procedimientos del negocio.
- Implementar iniciativas para aumentar la eficiencia y la calidad de los productos y servicios.

4. Requisitos del cargo

- Experiencia previa en puestos de gestión o supervisión.
- Habilidades de liderazgo, comunicación efectiva y resolución de problemas.
- Conocimientos en administración y gestión financiera.
- Capacidad para trabajar en equipo y motivar al personal.
- Compromiso con la salud y el bienestar de los clientes diabéticos.

Nota: Elaboración propia

Tabla 32

Manual de funciones para el cargo de chef especialista

1. Identificación del cargo

Nombre del cargo: Chef especialista

Área: Producción

Cargo al que reporta: Gerente

Cargo que le reportan: Personal de mostrador

2. Descripción del cargo

El chef especialista es responsable de la preparación de productos culinarios especializados y del desarrollo de menús adaptados para personas diabéticas, asegurándose de que los alimentos cumplan con los estándares de calidad y sabor establecidos, así como con los requisitos nutricionales adecuados para personas con diabetes.

3. Responsabilidades y tareas

Desarrollo de menús:

- Crear opciones de menús atractivos y variados que sean adecuados para personas diabéticas.
- Diseñar platillos innovadores y deliciosos que cumplan con los criterios nutricionales establecidos.

Preparación de alimentos:

- Preparar los productos especializados de panadería y cafetería con los ingredientes y técnicas adecuadas.
- Supervisar la cocción y presentación de los platillos para asegurar su calidad.

Control de calidad:

- Realizar pruebas de sabor y textura para garantizar la excelencia en los productos.
- Mantener altos estándares de calidad en todas las preparaciones y presentaciones.

Planificación de inventario:

- Colaborar en la planificación y gestión del inventario de ingredientes necesarios para las preparaciones.
- Coordinar con el Gerente para mantener un stock adecuado y evitar desperdicios.

Seguridad e higiene alimentaria:

- Cumplir con las normas y regulaciones de seguridad e higiene en la manipulación de alimentos.
- Garantizar que la cocina y las áreas de preparación cumplan con las normas de limpieza y desinfección.

Capacitación y supervisión:

- Capacitar y supervisar al chef auxiliar en la preparación de productos especializados y asegurarse de que todos los miembros del equipo sigan los procedimientos establecidos.

Colaboración interdepartamental:

- Trabajar en conjunto con el Gerente y otros miembros del equipo para lograr los objetivos del negocio.
- Colaborar con el Personal de Mostrador para proporcionar información sobre los productos y atender sus preguntas.

4. Requisitos del cargo

- Experiencia en la preparación de platillos especiales dirigidos a las personas diabéticas o en un entorno similar.
 - Conocimiento en nutrición y dietética para personas con diabetes.
 - Habilidades culinarias y creatividad en la elaboración de platillos.
 - Conocimientos sobre técnicas de panadería, pastelería y cafetería enfocadas en productos para diabéticos.
 - Capacidad para trabajar en equipo y liderar al personal de cocina.
 - Compromiso con la calidad, la innovación y la satisfacción del cliente.
-

Nota: Elaboración propia

Tabla 33

Manual de funciones para el cargo de personal de mostrador

1. Identificación del cargo

Nombre del cargo: Personal de mostrador

Área: Operativa

Cargo al que reporta: Gerente, chef especialista

Cargo que le reportan: Ninguno

2. Descripción del cargo

El personal de mostrador es responsable de brindar un buen servicio al cliente, atendiendo a los mismos, tomando pedidos y ofreciendo información sobre los productos disponibles en el bakery café, así como asegurarse de proporcionar una experiencia positiva y satisfactoria a los clientes.

3. Responsabilidades y tareas

Atención al cliente:

- Saludar a los clientes de manera amable y cordial al entrar al establecimiento.
- Atender las preguntas y consultas de los clientes de manera efectiva y profesional.

Toma de pedidos:

- Tomar los pedidos de los clientes de forma precisa y clara.

-
- Asegurarse de registrar correctamente los detalles de los pedidos y ofrecer opciones adicionales según las preferencias del cliente.

Información sobre productos:

- Proporcionar información detallada sobre los productos disponibles en el negocio.
- Explicar las opciones de productos para personas diabéticas y sus beneficios nutricionales.

Sugerencias y ventas adicionales:

- Ofrecer sugerencias de productos adicionales o promociones especiales que puedan interesar al cliente.
- Promover productos complementarios para aumentar las ventas.

Cobro y manejo de pagos:

- Cobrar los pedidos de los clientes de forma precisa y asegurarse de proporcionar el cambio correcto.
- Aceptar pagos en efectivo, tarjetas de crédito u otras formas de pago según las políticas establecidas.

Mantenimiento del área de mostrador:

- Mantener el área de mostrador limpia y ordenada en todo momento.
- Asegurarse de que los menús y materiales promocionales estén disponibles y en buen estado.

Colaboración interdepartamental:

- Trabajar en conjunto con el chef especialista, el chef auxiliar y el gerente para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Comunicar cualquier comentario o inquietud de los clientes al equipo de cocina o al gerente.

4. Requisitos del cargo

- Experiencia previa en servicio al cliente, preferiblemente en un entorno de cafetería o panadería.
 - Habilidades de comunicación efectiva y amabilidad en el trato con los clientes.
-

- Conocimiento básico sobre los productos ofrecidos y sus beneficios para personas diabéticas.
- Capacidad para trabajar en equipo y seguir las políticas y procedimientos establecidos.
- Compromiso con la satisfacción del cliente y el servicio de alta calidad.

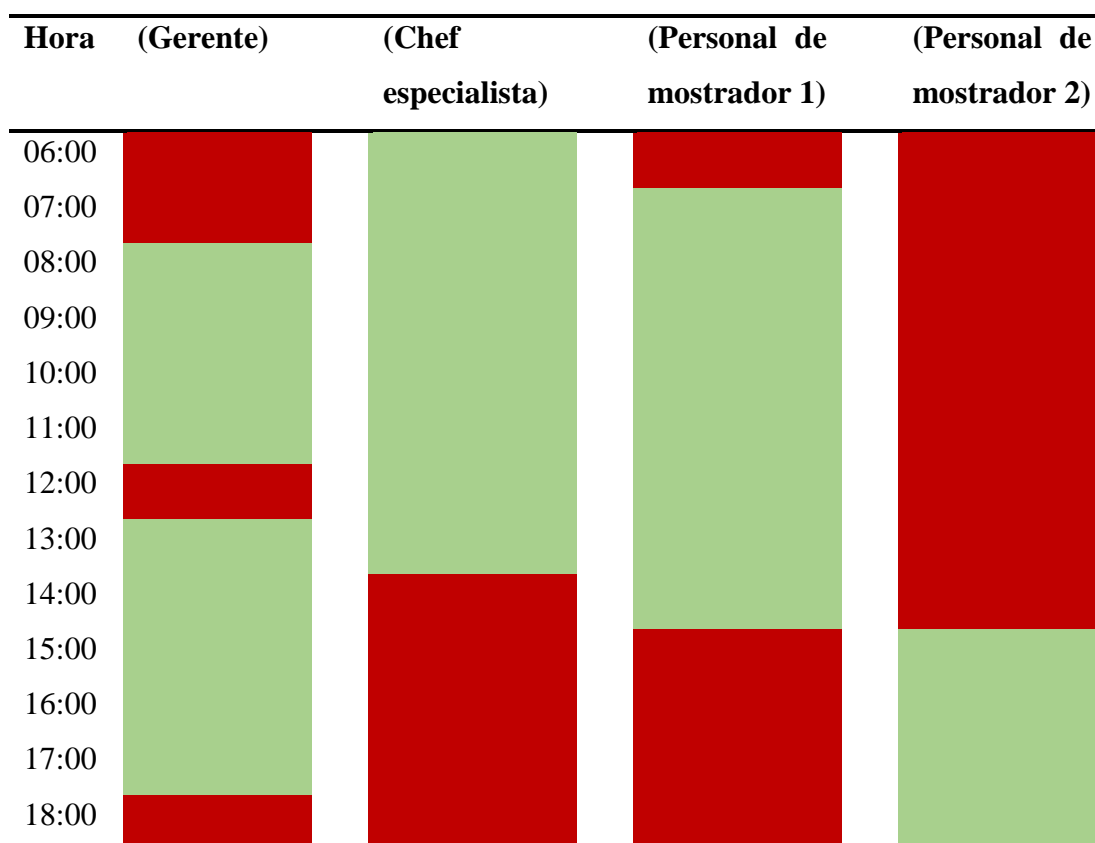
Nota: Elaboración propia

Horario laboral

Como se ha descrito anteriormente, para el óptimo funcionamiento del negocio es necesario un total de 4 trabajadores para desempeñar los diferentes cargos, en la siguiente tabla se muestran el horario para cada cargo, tomando en cuenta solo los días laborales que son de lunes a viernes, en los cuales el color rojo representa las horas de descanso y también las horas no laborales.

Tabla 34

Horario laboral por cargos (lunes a viernes)



Nota: Elaboración propia

En la tabla 34 se muestra que el horario establecido para el cargo de gerente iniciará sus actividades desde las 8:00 am teniendo un descanso desde las 12:00 pm

hasta la 13:00 pm finalizando sus actividades a las 16:00 pm. Siendo un total de 8 horas laborables al día de lunes a viernes. Así también, el horario para el cargo de chef especialista será a partir de las 6:00 am y finalizará a las 14:00 pm, siendo también un total de 8 horas laborables al día de lunes a viernes. De igual manera el horario para el cargo de chef auxiliar, el iniciara a las 10:00 am y culminara a las 18:00 pm. Con un total de 8 horas laborables al día de lunes a viernes. Por último, el horario de trabajo para el cargo de personal de mostrador, para el cual se ha definido que trabajen 2 personas en distintos horarios, el primero trabajara desde las 7:00 am hasta las 15:00 pm, mientras que el segundo trabajara en el horario de 10:00 am hasta las 18:00 pm. Ambos trabajadores operaran durante 8 horas al día de lunes a viernes.

Estudio Financiero y Económico

Detalle de la inversión inicial requerida

Inversiones previstas en activos fijos.

Equipamiento de cocina.

Son equipos y herramientas de cocina necesarias para la preparación de alimentos y del producto final, como ya se había definido anteriormente estos serán: máquina espresso, licuadora, horno fermentador, estufa, nevera y mesa de acero inoxidable, por un valor total de \$3310,00.

Accesorios y utensilios básicos.

Son aquellas herramientas utilizadas para la preparación y contacto directo con los alimentos y materias primas para la realización del producto. Como ya se había establecido anteriormente este valor será de \$105,00.

Equipos de oficina.

Son componentes que ayudaran a llevar a cabos procesos de gestión y control de la empresa. Para esta cuenta se tiene previsto un valor de \$620,00 por la compra de una computadora y una impresora.

Equipos de comunicación.

Equipos necesarios para la comunicación de la empresa con sus colaboradores y sus clientes. Se prevé una inversión de \$240,00 por la compra de 2 teléfonos celulares y un teléfono convencional.

Muebles de trabajo y de servicio.

Muebles cuya función principal sea facilitar el trabajo de los empleados, así como proveer comodidad a los clientes. Para esta cuenta se pronostica una inversión de \$505,00 por la compra de un escritorio, 3 mesas de trabajo, 3 sillas normales, 2 mesas para el servicio al cliente y 8 mesas para el servicio al cliente.

Tabla 35

Inversiones previstas en activos fijos

Activos fijos	Valor \$
Equipamiento de cocina	3310,00
Accesorios y utensilios básicos	105,00
Equipos de oficina	620,00
Equipos de comunicación	240,00
Muebles y enseres	505,00
Total	4780,00

Nota: Elaboración propia

Inversiones previstas en activos diferidos.

Mejoras en propiedad arrendada.

Son gastos producto de cambios realizados dentro de la propiedad. Se prevé una inversión de \$70,00 en mejoras y cambios en la propiedad arrendada.

Patentes de funcionamiento.

Son permisos necesarios para que la empresa pueda llevar a cabo sus actividades. Se ha definido una inversión de \$50,00 para esta cuenta.

Tabla 36

Inversiones previstas en activos diferidos

Activos diferidos	Valor \$
Mejoras en propiedad arrendada	70,00
Patentes de funcionamiento	50,00
Total	120,00

Nota: Elaboración propia

Inversiones previstas en activos circulantes.

Materia prima directa.

Son gastos dados en la adquisición de materias primas cuyo consumo puede cuantificarse eficazmente en el proceso de elaboración del producto hasta su finalización. Estas pueden ser los ingredientes y materias primas utilizados en la preparación de los alimentos, como harina, azúcares edulcorantes, café, té, aceites, frutas, verduras, entre otros, para esto se tendrá en cuenta una venta de 137 productos diarios y 4073 mensuales a un costo de fabricación promedio de \$0,70 por cada producto, por lo cual se prevé una inversión de \$2851.10 en la compra de dichas materias primas para la elaboración de productos que satisfagan la demanda.

Materia prima indirecta.

Son gastos dados en la adquisición de materias primas cuyo consumo no puede cuantificarse eficientemente en el proceso de elaboración de producto tales como, servilletas, papel manteca o papel encerado para envolver productos horneados y otros artículos que se sirven en la cafetería, así también vasos, tapas, pajitas para bebidas para llevar y materiales de decoración. Para esto se prevé una inversión de \$90,00.

Mano de obra directa.

Se refiere a las actividades realizadas por los trabajadores que aportan directamente al proceso de creación del producto ofrecido. En esta cuenta interviene el sueldo del chef especialista el cual es de \$460,00.

Servicios básicos.

Comprende los gastos en función a servicios de energía eléctrica, agua potable y telefonía básica. Para la cual se tiene prevista una inversión de \$3,00, \$120,00 y \$15,00 por servicios de agua, electricidad y telefonía fija respectivamente haciendo un total de \$138,00.

Servicio de internet.

Servicio esencial de función variable que permite a la empresa desarrollar actividades de administración, investigación, publicidad, entre otros. Para esta cuenta se prevé una inversión de \$20,00.

Útiles de oficina.

Son materiales y herramientas que permiten y facilitan el trabajo de oficina de los trabajadores, por los cuales se prevé una inversión de \$35,00.

Útiles de limpieza.

Son el conjunto de herramientas que facilitan el aseo en diversas áreas de la empresa, para esto se prevé una inversión de \$15,00.

Arriendo.

Se refiere a la adquisición de un bien inmueble por un tiempo determinado, para la cual se ha definido una inversión de \$700,00.

Publicidad.

Se refiere al medio o estrategia por el cual la empresa da a conocer sus productos o servicios, en la que se estima una inversión en publicidad de \$30,00.

Sueldo para empleados.

Es el valor de remuneración que recibe un empleado de forma periódica por brindar sus servicios a la empresa, para esta cuenta se ha determinado que los sueldos la personas que se desempeñaran como personal de caja será de \$450,00 y el personal de caja a medio tiempo será de 225,00, así también se estableció que el sueldo del gerente será de \$460,00, por lo que el valor total estimado para esta cuenta es de \$1135,00

Tabla 37

Inversiones previstas en activos circulantes

Activos circulantes	Valor de un mes \$
Materia prima directa	2851,10
Materia prima indirecta	90,00
Mano de obra directa	460,00
Servicios básicos	138,00
Servicio de internet	20,00
Útiles de oficina	35,00
Útiles de limpieza	15,00
Arriendo	700,00
Publicidad	30,00

Sueldo para empleados	1135,00
Total	5474,10

Nota: Elaboración propia

Resumen de la inversión total prevista.

Tabla 38

Resumen de la inversión total prevista

Inversiones	Valor \$
Activos fijos	4780,00
Activos diferidos	120,00
Activos circulantes	5474,10
Total	10374,10

Nota: Elaboración propia

Financiamiento de la inversión total

Como se aprecia en la Tabla 38 el dinero requerido para iniciar el negocio y soportar el primer mes de gestión sería de \$10374,10, sin embargo se está proyectando hacer un préstamo para cubrir activos fijos, activos diferidos y activo circulante para tres meses hasta que se establezca el negocio, lo que añadiría \$10948,20 por concepto de los activos circulantes de los siguientes 2 meses, por lo que el dinero que se prestaría al banco sería un total de \$21322,30, a efecto de esto se realizará un préstamo al Banco del Pichincha por dicho valor a una tasa de 20,32% con un plazo de 3 años, lo que permitirá la operatividad del negocio durante los primeros 3 meses.

Tabla 39

Financiamiento

Préstamo (\$)	21322,30
Tasa de interés anual (%)	20,32
Tasa de interés mensual (%)	1,69
Meses/año	12
Cuotas	36

Nota: Elaboración propia

Balance Inicial

El presente balance inicial representa la situación inicial financiera de la empresa en la cual se registran las cuentas de activos, pasivos y patrimonio que contiene la misma al inicio de sus operaciones.

Tabla 40

Balance Inicial (Activos)

Activos	
Activos Corrientes	
Caja	0
Bancos	16422,30
Inventario	0
Cuentas por cobrar	0
Total Activos Corrientes	16422,30
Activos no Corrientes	
Activos Fijos	
Equipamiento de cocina	3310,00
Accesorios y utensilios básicos	105,00
Equipos de oficina	620,00
Equipos de comunicación	240,00
Muebles y enseres	505,00
Total Activos Fijos	4780,00
Activos Diferidos	
Mejoras en propiedad arrendada	70,00
Patentes de funcionamiento	50,00
Total Activos Diferidos	120,00
Total Activos no Corrientes	4900,00
Total Activos	21322,30

Nota: Elaboración propia

Tabla 41*Balance Inicial (Pasivos)*

Pasivos	
Pasivos Corrientes	
Cuentas por pagar	0
Documentos por pagar	0
Intereses por pagar	0
Impuestos por pagar	0
Total Pasivo Corriente	0
Pasivo no Corriente	
Deudas a largo plazo	21322,30
Total Pasivo no Corriente	21322,30
Total Pasivo	21322,30
Patrimonio	
Capital Social	0
Total Patrimonio	0
Total Pasivos + Patrimonio	21322,30

Nota: Elaboración propia***Depreciación***

La depreciación es el término que se usa para referirse al valor que se le resta de forma periódica al valor original de un bien debido al desgaste del mismo, dicho valor se convierte en reserva y sirve para remplazar el bien sin afectar a la utilidad de la organización, a continuación, se presenta la depreciación de los activos del proyecto.

Tabla 42*Depreciación*

Cuentas	Valor	Años	Depreciación mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipamiento de cocina	3310,00	10	27,58	331,00	331,00	331,00	331,00	331,00
Accesorios y utensilios básicos	105,00	5	1,75	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00
Equipos de oficina	620,00	5	10,33	124,00	124,00	124,00	124,00	124,00
Equipos de comunicación	240,00	5	4,00	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00
Muebles y enseres	505,00	10	4,21	50,50	50,50	50,50	50,50	50,50
Total			47,88	574,50	574,50	574,50	574,50	574,50

Nota: Elaboración propia

Amortización

Como se mencionó anteriormente el financiamiento de este proyecto se llevará a cabo a través de un préstamo al Banco del Pichincha por el valor de \$21322,30 con una tasa efectiva anual del 20,32% pagados mensualmente durante 3 años.

Capital: \$21322,30

Plazo: 3 años: $3 \times 12 = 36$

Tasa: 20,32%: $0.2032/12 = 0,02$

Dividendo: (?)

Para determinar el dividendo se hará uso de la siguiente formula:

$$dividendo = \frac{C + T}{1 - (1 + T)^{-n}}$$

Tabla de amortización

$$dividendo = \frac{C + T}{1 - (1 + T)^{-n}}$$

$$dividendo = \frac{21322,30 + 0,02}{1 - (1 + 0,02)^{-36}}$$

$$dividendo = 795,89$$

La progresión del proceso de amortización se refleja en el siguiente cuadro.

Tabla 43

Amortización de préstamo

Periodo	Interés	Capital	Dividendo	Saldo capital
0				21322,3
1	361,06	434,84	795,89	20887,46
2	353,69	442,20	795,89	20445,26
3	346,21	449,69	795,89	19995,58
4	338,59	457,30	795,89	19538,27
5	330,85	465,05	795,89	19073,23
6	322,97	472,92	795,89	18600,31
7	314,97	480,93	795,89	18119,38
8	306,82	489,07	795,89	17630,31
9	298,54	497,35	795,89	17132,95
10	290,12	505,78	795,89	16627,18
11	281,55	514,34	795,89	16112,84
12	272,84	523,05	795,89	15589,79
13	263,99	531,91	795,89	15057,88
14	254,98	540,91	795,89	14516,97
15	245,82	550,07	795,89	13966,89
16	236,51	559,39	795,89	13407,50
17	227,03	568,86	795,89	12838,64
18	217,40	578,49	795,89	12260,15

19	207,61	588,29	795,89	11671,86
20	197,64	598,25	795,89	11073,61
21	187,51	608,38	795,89	10465,23
22	177,21	618,68	795,89	9846,55
23	166,73	629,16	795,89	9217,39
24	156,08	639,81	795,89	8577,58
25	145,25	650,65	795,89	7926,93
26	134,23	661,66	795,89	7265,27
27	123,03	672,87	795,89	6592,40
28	111,63	684,26	795,89	5908,13
29	100,04	695,85	795,89	5212,29
30	88,26	707,63	795,89	4504,65
31	76,28	719,62	795,89	3785,04
32	64,09	731,80	795,89	3053,24
33	51,70	744,19	795,89	2309,04
34	39,10	756,79	795,89	1552,25
35	26,28	769,61	795,89	782,64
36	13,25	782,64	795,89	

Nota: Elaboración propia

Detalle de sueldos

Como ya se había mencionado el sueldo que se ha definido para el cargo de gerente, chef especialista, personal de mostrador y el personal de mostrador a medio tiempo será de \$460,00, \$460,00, \$450,00 y \$225,00 respectivamente, en la siguiente tabla se presentan los detalles de dichos sueldos.

Tabla 44*Detalle de sueldos año 2023*

Cargo	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal	Costo anual	Costo mensual
Gerente	1	460,00	5520,00	460,00	375,00	230,00	-	670,68	7255,68	604,64
Chef especialista	1	460,00	5520,00	460,00	375,00	230,00	-	670,68	7255,68	604,64
Personal de mostrador	1	450,00	5400,00	450,00	375,00	225,00	-	656,10	7106,10	592,18
Personal de mostrador	1	225,00	2700,00	225,00	375,00	112,50	-	328,05	3740,55	311,71
Total		1595,00	19140,00	1595,00	1500,00	797,50	0,00	2325,51	25358,01	2113,17

Nota: Elaboración propia

En la tabla 44 se han determinado valores correspondientes a el sueldo anual, el décimo tercero, el décimo cuarto, las vacaciones, el aporte patronal, y por lo tanto el costo anual y mensual que suponen el detalle del pago de los sueldos para cada cargo.

En la siguiente tabla se expone el valor correspondiente a los sueldos de forma anual.

Tabla 45*Detalle de sueldos anual*

Cargo	2023	2024	2025	2026	2027
Gerente	7255,68	7715,68	7792,84	7870,77	7949,47
Chef especialista	7255,68	7715,68	7792,84	7870,77	7949,47

Personal de mostrador	7106,10	7556,10	7631,66	7707,98	7785,06
Personal de mostrador	3740,55	3965,55	4005,21	4045,26	4085,71
Total	25358,01	26953,01	27222,54	27494,77	27769,71

Nota: Elaboración propia

La tabla 45 muestra el detalle de los sueldos desde el año 2023 hasta el año 2027 para cada cargo. A partir del año 2024 se suman los valores del fondo de reserva y para los 3 años restantes se prevé un aumento del 1% considerando pequeñas variables que puedan surgir como el aumento en los sueldos.

Proyección de ingresos

La siguiente tabla muestra de manera detallada los ingresos que se obtendrán por cada producto desde el año 2023 hasta el año 2027, basándose en la proyección de la demanda.

Tabla 46

Proyección de ingresos

Producto	P. Uni \$	Venta diaria	Venta mensual	Venta anual	2023 \$	2024 \$	2025 \$	2026 \$	2027 \$
Pastel de manzana (10 porciones)	1,47	8	240	2880	4242,24	4297,39	4353,26	4409,85	4467,18
Pastel de manzana (Completo)	14,73		14	168	2474,64	2506,81	2539,40	2572,41	2605,85
Pastel de queso (8 porciones)	3,56	10	291	3497	12458,57	12620,53	12784,60	12950,80	13119,16
Pastel de queso (Completo)	28,50		13	156	4446,00	4503,80	4562,35	4621,66	4681,74

Coffeecake (16 porciones)	2,32	10	291	3497	8124,30	8229,92	8336,90	8445,28	8555,07
Coffeecake (Completo)	37,17		17	204	7582,68	7681,25	7781,11	7882,27	7984,74
Batido de Banana con Yogur (3 porciones)	0,92	13	394	4731	4352,91	4409,50	4466,83	4524,89	4583,72
Batido de fresas y almendras (2 porciones)	3,23	10	291	3497	11278,29	11424,90	11573,43	11723,88	11876,29
Limonada rosada	2,52	10	291	3497	8812,80	8927,37	9043,42	9160,99	9280,08
Tazas de avena (12 porciones)	2,06	11	343	4114	8465,14	8575,19	8686,67	8799,59	8913,99
Pan de Calabaza (12 porciones)	1,36	9	257	3086	4204,29	4258,94	4314,31	4370,39	4427,21
Pan de jengibre (16 porciones)	1,01	9	257	3086	3112,71	3153,18	3194,17	3235,70	3277,76
Galletas de avena y pasas (24 porciones)	0,73	13	394	4731	3430,29	3474,88	3520,05	3565,81	3612,17
Café latté (2 porciones)	3,23	10	291	3497	11278,29	11424,90	11573,43	11723,88	11876,29
Cacao caliente de avellana (2 porciones)	3,38	8	240	2880	9720,00	9846,36	9974,36	10104,03	10235,38
Café helado definitivo	2,73	7	223	2674	7300,80	7395,71	7491,85	7589,25	7687,91
Café de chocolate picante (4 porciones)	2,12	7	223	2674	5656,11	5729,64	5804,13	5879,58	5956,02
Total		137	4073	48871	116940,06	118460,28	120000,26	121560,27	123140,55

Nota: Elaboración propia

Costos de operaciones

En la siguiente tabla se muestra el costo de operaciones anual en un lapso de tiempo que abarca desde el año 2023 hasta el 2027.

Tabla 47

Costos de operaciones

Producto	C. Unit	Cantidad	Costo	2023 \$	2024 \$	2025 \$	2026 \$	2027 \$
	\$	al mes	mensual \$					
Pastel de manzana (10 porciones)	0,49	240	117,84	1414,08	1428,22	1442,50	1456,93	1471,50
Pastel de manzana (Completo)	4,91	14	68,74	824,88	833,13	841,46	849,87	858,37
Pastel de queso (8 porciones)	1,19	291	346,07	4152,86	4194,39	4236,33	4278,69	4321,48
Pastel de queso (Completo)	9,50	13	123,50	1482,00	1496,82	1511,79	1526,91	1542,18
Coffeecake (16 porciones)	0,77	291	225,68	2708,10	2735,18	2762,53	2790,16	2818,06
Coffeecake (Completo)	12,39	17	210,63	2527,56	2552,84	2578,36	2604,15	2630,19
Batido de banana con yogur (3 porciones)	0,31	394	120,91	1450,97	1465,48	1480,14	1494,94	1509,89
Batido de fresas y almendras (2 porciones)	1,08	291	313,29	3759,43	3797,02	3834,99	3873,34	3912,08
Limonada rosada	0,84	291	244,80	2937,60	2966,98	2996,65	3026,61	3056,88
Tazas de avena (12 porciones)	0,69	343	235,14	2821,71	2849,93	2878,43	2907,22	2936,29
Pan de Calabaza (12 porciones)	0,45	257	116,79	1401,43	1415,44	1429,60	1443,89	1458,33

Pan de jengibre (16 porciones)	0,34	257	86,46	1037,57	1047,95	1058,43	1069,01	1079,70
Galletas de avena y pasas (24 porciones)	0,24	394	95,29	1143,43	1154,86	1166,41	1178,08	1189,86
Café latté (2 porciones)	1,08	291	313,29	3759,43	3797,02	3834,99	3873,34	3912,08
Cacao caliente de avellana (2 porciones)	1,13	240	270,00	3240,00	3272,40	3305,12	3338,18	3371,56
Café helado definitivo	0,91	223	202,80	2433,60	2457,94	2482,52	2507,34	2532,41
Café de chocolate picante (4 porciones)	0,71	223	157,11	1885,37	1904,23	1923,27	1942,50	1961,93
Mano de obra directa								
Chef especialista	604,64	1	604,64	7255,68	7715,68	7792,84	7870,77	7949,47
Total				46235,70	47085,50	47556,36	48031,92	48512,24

Nota: Elaboración propia

La proyección a partir del año 2024 con respecto a los productos se realiza por medio de un incremento del 1% el cual representa el aumento de precios que podrían sufrir ciertos ingredientes y por lo tanto inferir en el costo del producto, mientras que los datos de la mano de obra directa se tomaron de la tabla 45.

Costeo de platos

El costo de los platos se ha definido de la siguiente manera, Para el plato “Pastel de manzana de masa gruesa (10 porciones)” se ha determinado un costo por ingredientes de \$4,91 para el cual se pretende tener una ganancia del 200% lo que da un precio final de \$14,73 y un precio por porción de \$1,47. Para más información ver anexo 15. En el caso del plato “Pastel de queso con manzana (8 porciones)” se ha

determinado un costo por ingredientes de \$9,5, para el cual se pretende tener una ganancia del 200% lo que da un precio final de \$28,5 y un precio por porción de \$3,56 Para más información ver anexo 16. El costo para el plato “Coffeecake de remolino de nueces y albaricoque (16 porciones)” se ha determinado un costo por ingredientes de \$12,39, para el cual se pretende tener una ganancia del 200% lo que da un precio final de \$37,17 y un precio por porción de \$2,32. Para más información ver anexo 17. Para la bebida “Batidos de banana con yogur (3 porciones)” se ha determinado un costo por ingredientes de \$0,92, para el cual se pretende tener una ganancia del 200% lo que da un precio final de \$2,76 y un precio por porción de \$0,92. Para más información ver anexo 18. Así también el “Batido de fresas y almendras (2 porciones)” tiene un costo por ingredientes de \$2,15, para el cual se pretende tener una ganancia del 200% lo que da un precio final de \$6,45 y un precio por porción de \$3,23. Para más información ver anexo 19. En el caso de la limonada rosada se ha determinado un costo por ingredientes de \$0,84 para el cual se pretende tener una ganancia del 200% lo que da un precio final de \$2,52. Para más información ver anexo 20. Para las “Tazas de avena horneada con mantequilla de maní y banana (12 porciones)” se ha determinado un costo por ingredientes de \$8,23 para el cual se pretende tener una ganancia del 200% lo que da un precio final de \$24,68 y un precio por porción de \$2,06. Para más información ver anexo 21. Para el “Pan de calabaza (12 porciones)” se ha determinado un costo por ingredientes de \$5,45 para el cual se pretende tener una ganancia del 200% lo que da un precio final de \$16,35 y un precio por porción de \$1,36. Para más información ver anexo 22, De igual manera para el producto “Pan de jengibre (16 porciones)” se ha determinado un costo por ingredientes de \$5,38 para el cual se pretende tener una ganancia del 200% lo que da un precio final de \$16,14 y un precio por porción de \$1,01. Para más información ver anexo 23. Para el producto “Galletas de avena y pasas (24 porciones)” se ha determinado un costo por ingredientes de \$5,80 para el cual se pretende tener una ganancia del 200% lo que da un precio final de \$17,40 y un precio por porción de \$0,73. Para más información ver anexo 24. Para el producto “Café latté (2 porciones)” se ha determinado un costo por ingredientes de \$2,15 para el cual se pretende tener una ganancia del 200% lo que da un precio final de \$6,45 y un precio por porción de \$3,23. Para más información ver anexo 25. Así mismo para el producto “Cacao caliente de avellana (2 porciones)” se ha determinado un costo por ingredientes de \$5,80 para el cual se pretende tener una ganancia del 200% lo que da un precio final de \$17,40 y un precio por porción de \$0,73. Para más

información ver anexo 26. Para el producto “Café helado definitivo” se ha determinado un costo por ingredientes de \$0,91 para el cual se pretende tener una ganancia del 200% lo que da un precio final de \$2,73. Para más información ver anexo 27. Por último, para el producto “Café de chocolate picante (2 porciones)” se ha determinado un costo por ingredientes de \$2,82 para el cual se pretende tener una ganancia del 200% lo que da un precio final de \$8,46 y un precio por porción de \$4,23. Para más información ver anexo 28.

Gastos

El detalle de la proyección de gastos durante el primer año se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 48

Gastos

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1
Gastos administrativos													
Sueldo Gerente	604,64	604,64	604,64	604,64	604,64	604,64	604,64	604,64	604,64	604,64	604,64	604,64	7255,68
Sueldo P M	592,18	592,18	592,18	592,18	592,18	592,18	592,18	592,18	592,18	592,18	592,18	592,18	7106,10
Sueldo P M	311,71	311,71	311,71	311,71	311,71	311,71	311,71	311,71	311,71	311,71	311,71	311,71	3740,55
Servicios básicos	138,00	138,00	138,00	138,00	138,00	138,00	138,00	138,00	138,00	138,00	138,00	138,00	1656,00
Servicio de Internet	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00
Útiles de oficina	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	420,00
Útiles de limpieza	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	180,00
Arriendo	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	8400,00
Depreciación	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	574,50
Total gastos Administrativos	2464,40	2464,40	2464,40	2464,40	2464,40	2464,40	2464,40	2464,40	2464,40	2464,40	2464,40	2464,40	29572,83
Gastos de publicidad													
Publicidad	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00

Total gastos de publicidad	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00
Gastos financieros														
Intereses del préstamo	361,06	353,69	346,21	338,59	330,85	322,97	314,97	306,82	298,54	290,12	281,55	272,84	3818,21	
Total gastos financiero	361,06	353,69	346,21	338,59	330,85	322,97	314,97	306,82	298,54	290,12	281,55	272,84	3818,21	

Nota: Elaboración propia

La tabla 48 muestra los gastos financieros que representa la puesta en marcha del proyecto detallado de manera mensual.

Así también, en la siguiente tabla se muestran valores de los gastos financieros que representa la puesta en marcha del proyecto detallado de manera anual desde el año 2023 hasta el año 2027.

Tabla 49

Resumen de gastos

Resumen de gastos	2023	2024	2025	2026	2027
Gastos administrativos	29572,83	30816,79	31119,21	31424,66	31733,16
Sueldo Gerente	7255,68	7715,68	7792,84	7870,77	7949,47
Sueldo Personal de mostrador	7106,10	7556,10	7631,66	7707,98	7785,06
Sueldo Personal de mostrador	3740,55	3965,55	4005,21	4045,26	4085,71
Servicios básicos	1656,00	1672,56	1689,29	1706,18	1723,24

Servicio de Internet	240,00	242,40	244,82	247,27	249,74
Útiles de oficina	420,00	424,20	428,44	432,73	437,05
Útiles de limpieza	180,00	181,80	183,62	185,45	187,31
Arriendo	8400,00	8484,00	8568,84	8654,53	8741,07
Depreciación	574,50	574,50	574,50	574,50	574,50
Gastos de publicidad	360,00	363,60	367,24	370,91	374,62
Publicidad	360,00	363,60	367,24	370,91	374,62
Gastos financieros	3818,21	2538,52	973,15	0,00	0,00
Intereses del préstamo	3818,21	2538,52	973,15	-	-
Total gastos	33751,04	33718,91	32459,60	31795,57	32107,78

Nota: Elaboración propia

Estado de pérdidas y ganancias

En la siguiente tabla se muestra el estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias el cual proporciona una vista detallada de los ingresos, los costos, los gastos, así como la utilidad del proyecto por cada año, en un lapso de tiempo que abarca desde el año 2023 hasta el año 2027.

Tabla 50*Estado de pérdidas y ganancias*

Rubro		2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos						
Ventas Totales		116940,06	118460,28	120000,26	121560,27	123140,55
Total de ingresos		116940,06	118460,28	120000,26	121560,27	123140,55
(-) Costos operacionales		46235,70	47085,50	47556,36	48031,92	48512,24
(=) Utilidad bruta en ventas		70704,36	71374,78	72443,91	73528,35	74628,31
(-) Gastos de administración		29572,83	30816,79	31119,21	31424,66	31733,16
(-) Gastos de publicidad		360,00	363,60	367,24	370,91	374,62
(=) Utilidad antes de impuestos		40771,53	40194,39	40957,46	41732,78	42520,53
(-) Gastos financieros		3818,21	2538,52	973,15	0,00	0,00
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores		36953,32	37655,87	39984,31	41732,78	42520,53
(-) Participación a trabajadores	15%	5543,00	5648,38	5997,65	6259,92	6378,08
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta		31410,32	32007,49	33986,66	35472,86	36142,45
(-) Impuesto a la renta	22%	6910,27	7041,65	7477,07	7804,03	7951,34
(=) Utilidad neta del ejercicio		24500,05	24965,84	26509,60	27668,83	28191,11

Nota: Elaboración propia

Flujo de caja

En la siguiente tabla se muestra el flujo de caja del proyecto, el cual detalla los movimientos de entradas y salidas de efectivo durante un período de tiempo que abarca desde el año 2023 hasta el año 2027.

Tabla 51

Flujo de caja anual

Rubros	Año 0	2023	2024	2025	2026	2027			
Flujo operacional							VAN	VAN	B/C
Ingreso por ventas		116940,06	118460,28	120000,26	121560,27	123140,55	431387,40	431387,40	1,21
(-) Egresos en efectivo		75594,03	90144,66	91158,33	92727,70	94109,46	-316572,51	-356091,73	
Gastos operacionales		46235,70	47085,50	47556,36	48031,92	48512,24			
Gastos de administración		28998,33	30242,29	30544,71	30850,16	31158,66			
Gastos de publicidad		360,00	363,60	367,24	370,91	374,62			
Impuesto a la renta		0,00	6910,27	7041,65	7477,07	7804,03			
Participación de trabajadores		0,00	5543,00	5648,38	5997,65	6259,92			
(=) Flujo neto operacional		41346,03	28315,62	28841,93	28832,57	29031,09			
Flujo de inversión									
Ingresos de efectivo									
Ventas de activos fijos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00			

(-) Egresos de efectivo

Compras de activos fijos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
--------------------------	------	------	------	------	------

(=) Flujo neto de inversión	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
------------------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Flujo de financiamiento**Ingresos de efectivo**

Prestamos recibidos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
---------------------	------	------	------	------	------

(-) Egresos de efectivo

Pagos de préstamos o principal	5732,51	7012,21	8577,58	0,00	0,00
--------------------------------	---------	---------	---------	------	------

Pagos de intereses	3818,21	2538,52	973,15	0,00	0,00
--------------------	---------	---------	--------	------	------

(=) Flujo neto de financiamiento	-21322,30	-9550,73	-9550,73	-9550,73	0,00	0,00	-39519,23
---	------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-------------	-------------	-----------

Flujo neto de caja	-21322,30	31795,30	18764,90	19291,20	28832,57	29031,09	
		10473,00					

Nota: Elaboración propia

Balance general

La siguiente tabla se muestra el balance general o estado de situación financiera del proyecto, el cual detalla el valor de las cuentas de los activos, pasivos y el patrimonio neto para los años 2023, 2024, 2025, 2026 y 2027.

Tabla 52

Balance general

Activos	2023	2024	2025	2026	2027
Activos corrientes					
Banco	48217,60	66982,50	86273,70	115106,27	144137,36
Total activos corriente	48217,60	66982,50	86273,70	115106,27	144137,36
Activos fijos					
Equipamiento de cocina	3310,00	3310,00	3310,00	3310,00	3310,00
Accesorios y utensilios básicos	105,00	105,00	105,00	105,00	105,00
Equipos de oficina	620,00	620,00	620,00	620,00	620,00
Equipos de comunicación	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Muebles y enseres	505,00	505,00	505,00	505,00	505,00
(-) Depreciación acumulada	-574,50	-1149,00	-1723,50	-2298,00	-2872,50
Total activos fijos	4205,50	3631,00	3056,50	2482,00	1907,50
Activos Diferidos					
Mejoras en propiedad arrendada	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Patentes de funcionamiento	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Total activos diferidos	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Total activos	52543,10	70733,50	89450,20	117708,27	146164,86
Pasivos					
Pasivos corrientes					
Cuentas por pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Participación a trabajadores por pagar	5543,00	5648,38	5997,65	6259,92	6378,08
Impuesto a la renta por pagar	6910,27	7041,65	7477,07	7804,03	7951,34
Total pasivos corrientes	12453,27	12690,03	13474,71	14063,95	14329,42
Pasivos de largo plazo					
préstamo bancario	15589,79	8577,58	0,00		
Total pasivos de largo plazo	15589,79	8577,58	0,00	0,00	0,00

Total pasivos	28043,05	21267,61	13474,71	14063,95	14329,42
Patrimonio					
Capital Social	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad del ejercicio	24500,05	24965,84	26509,60	27668,83	28191,11
Utilidades retenidas	0,00	24500,05	49465,89	75975,49	103644,32
Total patrimonio	24500,05	49465,89	75975,49	103644,32	131835,44
Total pasivo + patrimonio	52543,10	70733,50	89450,20	117708,27	146164,86
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Nota: Elaboración propia

Evaluación Financiera

Cálculo del VAN, TIR, B/C Y PRI

En la siguiente tabla se muestran los valores correspondientes a la tasa de descuento, la inversión inicial, los flujos anuales y el valor resultante en los criterios de evaluación financiera.

Tabla 53

Evaluación financiera

Tasa de descuento (%)	20,32
Inversión inicial (\$)	-21322,30
Flujo 1 (\$)	31795,30
Flujo 2 (\$)	18764,90
Flujo 3 (\$)	19291,20
Flujo 4 (\$)	28832,57
Flujo 5 (\$)	29031,09
VAN (\$)	45221,25
TIR (%)	124
B/C (\$)	1,21
PRI	0,83

Nota: Elaboración propia

En el caso de la tasa de descuento como el proyecto está financiado por medio de un préstamo la tasa de descuento será el costo de dicho préstamo, es decir 20,32%

Valor actual neto (VAN).

Como se muestra en la tabla 53 el cálculo del VAN dio un resultado mayor a 0 de \$45221,25 lo que significa que los flujos de efectivo generados por el proyecto son mayores que los flujos de efectivo invertidos en el proyecto, y el proyecto se considera potencialmente rentable, esto muestra que el proyecto tiene la capacidad de generar un retorno económico que supera a lo invertido.

Tasa interna de retorno (TIR).

La tabla 53 muestra que el TIR es de 124% siendo mayor que la tasa de descuento, este porcentaje significa que los flujos de efectivo del proyecto generan más retorno que el costo de financiamiento, lo que vuelve a esta inversión una potencialmente rentable.

Periodo de recuperación de la inversión (PRI).

En la tabla 53 se aprecia que el PRI es de 0,83, esto quiere decir que al proyecto le tomará un periodo de tiempo equivalente a 8 meses y 3 días aproximadamente para recuperar la inversión inicial, lo que indica a la vez que los flujos de efectivo comienzan a generar ganancias rápidamente, por lo que la inversión inicial se recupera en un período de tiempo potencialmente corto.

Costo/veneficio (B/C).

El valor de la relación costo beneficio según la tabla 53 es mayor que \$1 con un valor de \$1,21, lo que significa que se está esperando \$1,21 de beneficio por cada \$1 en los costes.

Ratios

En la siguiente tabla se presentan los valores de 3 razones financieras de manera anual las cuales tienen la finalidad de ayudar en la evaluación de la viabilidad, rentabilidad y el riesgo del proyecto, dichas razones son las siguientes: Margen bruto, margen neto y ROA (Retorno sobre activos).

Tabla 54*Razones financieras*

Indicador		2023	2024	2025	2026	2027
Margen bruto	Utilidad Bruta/ Ventas = %	34,87	33,93	34,13	34,33	34,53
Margen neto	Utilidad Neta / Ventas = %	21	21	22	23	23
ROA	Utilidad Neta / Activo Total = \$	0,47	0,35	0,30	0,24	0,19

Nota: Elaboración propia

El margen bruto muestra cuánto se gana en relación con los costos directos de producción, en la tabla se puede apreciar un descenso en el primer año, pero un aumento sostenido a partir del segundo año, lo que indica que a partir del segundo año hay un mayor margen para cubrir los gastos operativos y generar ganancias. Así también está el margen neto, el cual muestra el porcentaje de ingresos que queda como ganancia neta después de deducir todos los costos, el cual no muestra cambios durante los 2 primeros años, pero a partir del tercer año muestra un ligero aumento, esto significa que la gestión de costos y la rentabilidad en relación con los ingresos totales es estable. Por último, está el ROA este indicador refleja la capacidad de una empresa para generar beneficios en relación con sus activos, este indicador muestra un descenso sostenido en el tiempo proyectado, lo que indica que la eficiencia en la utilización de los activos para generar ganancias podría bajar considerablemente en dicho tiempo.

Punto de equilibrio

En la siguiente tabla se muestra el punto de equilibrio del ejercicio.

Tabla 55*Punto de equilibrio*

Costos variables	
Materia prima (\$)	38980,02
Servicios básicos (\$)	1656,00
Total costos variables (\$)	40636,02
Costos operativos (\$)	79052,24

Costos fijos (\$)	7255,68
Ventas totales (\$)	116940,06
Punto de equilibrio (\$)	11119,72
En porcentaje (% PE)	10

Nota: Elaboración propia

El punto de equilibrio tiene un valor de \$11119,72 y de manera porcentual 10%, con la siguiente fórmula; $PE = (Cf / (1 - Cv / Vt))$, para este caso el punto en el que la empresa no gana ni pierde dinero es de \$11119,72, lo que significa que el negocio necesita generar ingresos por dicho valor para cubrir exactamente sus costos totales.

Escenarios

En la siguiente tabla se muestran 3 escenarios en los que se puede presentar la empresa, los cuales son, escenario pesimista, normal y optimista, los cuales modelan situaciones posibles en 4 variables clave que son el VAN, el TIR, el B/C y el PRI.

Tabla 56

Escenarios

	Escenario pesimista	Escenario normal	Escenario optimista
Tasa de descuento (%)	20	20	20
Inversión inicial (\$)	-21322,3	-21322,3	-21322,3
Flujo 1 (\$)	18987,83	31.795,30	35008,12
Flujo 2 (\$)	9536,53	18.764,90	22142,24
Flujo 3 (\$)	10853,95	19.291,20	23973,57
Flujo 4 (\$)	18539,13	28.832,57	33309,62
Flujo 5 (\$)	18989,45	29.031,09	33904,69
VAN (\$)	19659,05	45221,25	54995,33
TIR (%)	66	124	152
B/C (\$)	1,1	1,21	1,3
PRI	1,2	0,83	0,5

Nota: Elaboración propia

En el escenario pesimista el valor del VAN es menor a la inversión inicial, el porcentaje del TIR es alto y superior a la tasa de descuento, el valor del B/C es de 1,01 lo que indica que los retornos son apenas mayores a la inversión y el valor del PRI es de 1,2 lo que indica que se tardara 1 año y 2 meses recuperar la inversión inicial, estos resultados indican que este escenario el negocio no es muy rentable. El escenario normal expone previsiones financieras que ya se han visto, la cual muestra que el negocio es financieramente rentable. Por último, el escenario optimista muestra un valor del VAN que casi duplica a la inversión inicial, un porcentaje del TIR muy alto, un valor del B/C significativamente mayor al escenario normal y un valor del PRI que muestra que la recuperación de la inversión inicial se daría en apenas 6 meses.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

La idea de crear un bakery café dirigido al público diabético en el cantón Salitre surge debido al dilema que existe en las personas con dicha enfermedad al salir con amigos o familia y no poder degustar platos dulces como postres o productos similares por la preocupación de que estos podrían resultar perjudiciales para su salud. Por lo cual, a través de varios estudios tales como: Estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, financiero y evaluación financiera, se ha logrado comprender y evaluar los aspectos fundamentales que influye en la puesta en marcha del negocio.

El estudio de mercado ha revelado que existe una demanda por productos catalogados como adecuados para diabéticos, no obstante, actualmente no existe una oferta de dichos productos, de igual manera, se ha podido constatar que no existen competidores directos y que hay un alto grado de aceptación por parte de la población, esto muestra que el proyecto tiene altas probabilidades de desarrollarse en el mercado ya que, sería el único de este tipo que está dirigido a este segmento del mercado, el cual muestra estar desatendido en la localidad.

Así también el estudio técnico ha permitido determinar estratégicamente la mejor ubicación para el negocio, mediante al análisis de las características y método de evaluación, cuyos resultados revelan que la Av. 24 de mayo y General Vernaza es el mejor lugar para la puesta en marcha del proyecto, así también se determinó el diseño interior y distribución de la planta para asegurar un entorno cómodo que permita a los trabajadores desenvolverse eficientemente y que a la vez ofrezca una experiencia agradable y atractiva a los clientes en el establecimiento, de igual manera este estudio ha permitido determinar la capacidad instalada del proyecto así como establecer los procesos de producción generales e individuales para cada producto, a fin de poder ofrecer al público productos de alto valor nutricional y calidad.

El estudio administrativo ha permitido sentar las bases del diseño y estructuración organizacional, por lo cual, en la búsqueda de una operación eficiente y una buena cultura organizacional, se ha diseñado el organigrama, la misión, visión, objetivos, valores corporativos, políticas de convivencia adecuadas, servicio y atención al cliente. Así como el desarrollo de los manuales de funciones para cada

cargo y horarios laborales, esto a fin de brindar identidad al negocio y dar a conocer el compromiso del mismo con la excelencia en la producción, además de establecer un perfil para cada cargo y desarrollar una coordinación eficiente entre los procesos de todas las áreas en cada venta.

Con respecto al estudio financiero y la evaluación financiera, este permitió determinar los detalles en cuanto a la inversión inicial requerida y el financiamiento, así como el desarrollo de proyecciones con respecto a los ingresos, costos, gastos, la elaboración del estado de pérdidas y ganancias, el flujo de caja, el balance general, punto de equilibrio y ratios financieros. El análisis y evaluación de dichos aspectos ha demostrado que el proyecto es factible desde una perspectiva económica, puesto que el cálculo del VAN muestra un resultado mayor a 0 de \$45221,25, de igual manera el cálculo del TIR muestra un valor considerablemente alto de 124%, el cual es mucho mayor al porcentaje de descuento que es 20,32%, mientras que el cálculo del B/C da un valor de 1.21 lo que muestra que por cada dólar invertido hay un retorno de \$1,21, por último el cálculo del PRI da un resultado de 0,83 lo que equivalente a 8 meses y 3 días que corresponden al tiempo de recuperación en años, todos estos valores indican que el proyecto generará retornos y recuperará la inversión inicial en un período bastante corto. Estos resultados respaldan que el emprendimiento del bakery café dirigido a personas con diabetes es una iniciativa factible, prometedora y alineada con las necesidades del mercado actual del cantón Salitre.

Recomendaciones

Con el objetivo obtener otros puntos de vistas y perspectivas que fundamenten más a fondo la investigación se recomienda que para futuros estudios similares, el desarrollo de la investigación se realice tomando en cuenta la opinión de profesionales de la salud, esto mediante entrevistas a médicos, nutricionistas o médicos que se enfocan en tratar a pacientes con diabetes para obtener una perspectiva profesional acerca de las necesidades específicas de las personas diagnosticadas con dicha enfermedad con respecto a su alimentación y la aceptación que una cafetería/panadería con opciones específicas para este público puede llegar a tener. Así también, otro aspecto para tener en cuenta en futuras investigaciones relacionadas es el desarrollo de pruebas y degustaciones de los productos propuestos al público investigado, esto a fin de conocer sus reacciones y comentarios los cuales podrían llegar a ofrecer información valiosa sobre la aceptación y el potencial éxito de los productos. Por otro

lado, otra recomendación es la realización de entrevistas a empresarios del sector de mercado al que se quiere entrar, ya que, la información obtenida acerca de sus recorridos, experiencias y consejos pueden proporcionar ideas y estrategias valiosas para la investigación.

REFERENCIAS

- Acosta, R., Campaña, M., Melendres, E., y Flores, M. (2022). *Gestión y auditoria de proyectos de desarrollo económico y social*. Guayaquil, Ecuador: Editorial Grupo Compás. Recuperado de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2023-01-18-130050-L2022-004.pdf>
- Alan, D., y Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala, Ecuador: Editorial UTMACH. Recuperado de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-y-FundamentosDeLainvestiacionCientifica.pdf>
- Amaya, A., Ortega, M., y Mancilla, J. (2021). Cómo, qué y por qué ocuparnos de la alimentación. *Journal of Behavior and Feeding*, 1(1), 51-59. Recuperado de <http://www.jbf.cusur.udg.mx/index.php/JBF/article/view/15/7>
- Ambuila, S. (2020). *Estudio de factibilidad para la creación de la panadería “El paraíso del diabético S.A.S.” para personas con diabetes en el municipio de Puerto Tejada – Cauca* (Proyecto de grado). Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Colombia. Recuperado de https://Repository.Unicatonica.Edu.Co/Bitstream/Handle/20.500.12237/2240/Estudio_Factibilidad_Creacion_Panaderia_Paraiso_Diabetico-SAS_Puerto-Tejada_Cauca.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y
- American Heart Association. (2021). ¿Qué es la diabetes y cómo puedo controlarla? Recuperado de https://www.heart.org/-/media/files/health-topics/answers-by-heart/answers-by-heart-spanish/what-is-diabetes-and-control-it_span.pdf
- Arboleda, M. (2021). *Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado*. Valle del Cauca, Colombia: Universidad Icesi. Recuperado de <https://www.icesi.edu.co/departamentos/images/departamentos/FCAE/economia/apuntesEconomia/breve-introduccion-conceptos-oferta-demanda-mercado.pdf>
- Asociación Americana de la Diabetes (2014). ¿Qué puedo comer? Recuperado de http://main.diabetes.org/dorg/lwt2d/packet-one/what_can_i_eat_sp-web.pdf?loc=lwt2d-es-packet1

- Asturias Corporación Universitaria (2018). Objetivos de la Administración. Recuperado de https://www.academia.edu/36716432/Objetivos_de_la_Administraci%C3%B3n
- Blanco, E., Chavarría, G., y Garita, Y. (2021). Estilo de vida saludable en diabetes mellitus tipo 2: beneficios en el manejo crónico. *Revista Médica Sinergia*, 6(2), e639. Recuperado de <https://doi.org/10.31434/rms.v6i2.639>
- Borja, A., Carvajal, H., y Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(24), 183-196. Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Bueno, R., Ramos, M., Berrelleza, C. (2018). *Elementos básicos de la administración*. México: Recuperado de https://dgep.uas.edu.mx/librosdigitales/6to_SEMESTRE/elementos_basicos__de_administracion.pdf
- Cao, C. (2019). Estudio. La definición website: <https://ladefinicion.com/estudio/>
- Carrillo, E., Ramones, G., Arteaga, G. (2022). Determinación de la demanda insatisfecha para la implementación de un emprendimiento de producción y comercialización de pollitos criollos. *Polo del Conocimiento*, 7(8). 808-822. Recuperado de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/download/4426/10534>
- Castillo, L. (2020). Estudios de Factibilidad de los Sistemas de Información. Recuperado de http://istjaq.edu.pe/nosotros/contenido_virtual/pe/computacion_informatica/subidas/sa_iii/ud05/Semana-2004-Estudio-de-Factibilidad-para-los-Sistemas-de-Informacion.pdf
- Código de Comercio. Registro Oficial Suplemento 497. 29 de mayo de 2019 (Ecuador). Recuperado de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/junio/Codigo_de_Comercio.pdf
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI]. Registro Oficial Suplemento 351. 29 de diciembre de 2010 (Ecuador). Recuperado de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-04/Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-COPCI.pdf>

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). MIPYMES en América Latina: Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf
- Constitución de la República del Ecuador [Const]. Art. 33, Art. 283, Art. 288, Art. 319, Art. 320. 20 de octubre de 2008 (Ecuador). Recuperado de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Coronado, A. (2021). *Evaluación y Riesgo Financiero en las Empresas del Sector Turístico del Fondo Emprender en la Guajira* (Tesis de maestría). Universidad de la Guajira, Riohacha. Recuperado de <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/515/Proyecto-investigacion-final-Albani-Coronado-24112021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cumberland Packing Corp (2018). Recipes. Recuperado de <http://www.sweetone.com/recipes/index.html>
- Cumberland Packing Corp (2023). Signature Sweet'N Low® Pink Lemonade. Recuperado de <https://www.sweetnlow.com/recipes/seasonal-drinks/signature-sweet-n-low-pink-lemonade>
- Cumberland Packing Corp (2023). Strawberry Almond Smoothie. Recuperado de <https://www.sweetnlow.com/recipes/shakes-smoothies/strawberry-almond-smoothie>
- Cumberland Packing Corp (2023). Slimmed-Down Irish Coffee. Recuperado de <https://www.sweetnlow.com/recipes/cocktails/slimmed-down-irish-coffee>
- Cumberland Packing Corp (2023). Hazelnut Hot Cocoa. Recuperado de <https://www.sweetnlow.com/recipes/beverage/hazelnut-hot-cocoa>
- Cumberland Packing Corp (2023). Ultimate Iced Coffee. Recuperado de <https://www.sweetnlow.com/recipes/coffees-teas/ultimate-iced-coffee>

- Cumberland Packing Corp (2023). Spicy-So-Nicey Chocolate Coffee. Recuperado de <https://www.sweetnlow.com/recipes/coffees-teas/spicy-so-nicey-chocolate-coffee>
- De Azkue, I. (2022). Mercado. Enciclopedia Humanidades website: <https://humanidades.com/mercado/>
- Fajardo, M., y Soto, C. (2018). *Gestión Financiera Empresarial*. Machala, Ecuador: UTMACH. Recuperado de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14357/1/Cap.Criterios-de-evaluacion-financiera.pdf>
- Ferraro, C., y Rojo, S. (2018). Las MIPYMES en América Latina y el Caribe: Una agenda integrada para promover la productividad y la formalización. Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_654249.pdf
- Gaibor, A. (2022). *Evaluación financiera de las inversiones en estudios de subsuelo y su importancia en un proceso de reversión de una operación petrolera* (Tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar, Quito. Recuperado de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/9023/1/T3957-MGFARF-Gaibor-Evaluacion.pdf>
- García, R. (2021). Proceso de selección 2021-2: Licenciatura en economía empresarial. Recuperado de <https://fca.uaq.mx/docs/ConvocatoriasLicenciatura/ofertaydemanda.pdf>
- Gilces, B., y Villacis, L. (2020). Mantener una alimentación sana, a través del consumo de alimentos nutritivos. *Revista ULEAM Bahía Magazine*, 1(2). 123-136. Recuperado de <https://revistas.uleam.edu.ec/documentosbahia/Articulo9.pdf>
- God's love we deliver (2020). Consejos Nutricionales para Diabetes. Recuperado de <https://www.glwd.org/wp-content/uploads/2020/11/Consejos-Nutricionales-para-Diabetes.pdf>
- González, M., y Blanco, M. (2022). Manual de capacitación: Estudio técnico. Recuperado de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/20751/BVE22088374e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Granada, J. y Cuatín, A. (2019). *Estudio de factibilidad para la creación de un CAFÉ-BAR como lugar de estudio en el centro de la ciudad de Pereira* (Tesis de pregrado). Universidad Tecnológica De Pereira, Colombia. Recuperado de <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/918431c5-6edf-4ddb-89e5-b3c1af656c87/content>
- Guasco, C., y Luna, K. (2022). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría integral para las Pymes en el Cantón Cañar. *Domingo de las Ciencias*, 8(1), 1071-1089. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8383501.pdf>
- Gutiérrez, W., Hernández, M., y Godínez, E. (2022). Hábitos dietéticos en un grupo pacientes con Diabetes Mellitus tipo 2 del Estado de México. *Archivos en Medicina Familiar*, 24(3), 171-175. Recuperado de <https://www.medigraphic.com/pdfs/medfam/amf-2022/amf223g.pdf>
- Heartland Consumer Products (2023). Tazas de avena horneada con mantequilla de maní y banana. Recuperado de <https://www.splendaen espanol.com/recipe/peanut-butter-banana-baked-oatmeal-cups/>
- Huerta, N. (2021). Introducción a la Nutrición y Dietética: Principios Generales. *Cronos*, 4(8). Recuperado de <https://revistamedica.com/nutricion-dietetica-principios-generales/>
<https://sd1abd48862f1f1fb.jimcontent.com/download/version/1613003225/module/10735970971/name/Definicion-de-Viabilidad.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2020). *Registro Estadístico de Defunciones Generales*. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Nacimientos_Defunciones/2020/Boletin_tecnico_EDG-2019-prov.pdf
- Ley de Compañías. Registro Oficial 312. 5 de noviembre de 1999 (Ecuador). Recuperado de https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. Suplemento del Registro Oficial 151. 28 de febrero 2020. Recuperado de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_Ley-Organica-Emprendimiento-Innovacion.pdf

Martín, N. (2021). ¿Por qué y para qué hacer un estudio de mercado? *Revista Digital Negoteck*, 1-8. Recuperado de <http://negoteck.com/wp-content/uploads/2021/06/Art-11-Porque-y-para-que-hacer-un-Estudio-de-Mercado.pdf>

Memorial Sloan Kettering Cancer Center. (2023). El azúcar en la sangre y la insulina. Recuperado de <https://www.mskcc.org/es/pdf/cancer-care/patient-education/blood-sugar?mode=large>

Merisant Company (2023). Apple Cheesecake. Recuperado de <https://equal.com/recipe/apple-cheesecake/>

Merisant Company (2023). Apricot Walnut Swirl Coffeecake. Recuperado de <https://equal.com/recipe/apricot-walnut-swirl-coffeecake/>

Merisant Company (2023). Coffee Latte. Recuperado de <https://equal.com/recipe/coffee-latte/>

Ministerio del Trabajo (2021). ¿Como hacer tu emprendimiento legal? Recuperado de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/PERSONAS-NATURALES.pptx?x42051>

Mogollón, I., Viteri, L., y Silvestre, L. (2020). *Administración y Planificación Estratégica*. Ecuador: Instituto Superior Tecnológico EuroAmericano. Recuperado de https://www.euroamericano.edu.ec/index.php/component/easyfolderlistingpro/?view=download&format=raw&data=eNpFT0FOwzAQ_Iq1H4hTaIHtqUgc uFRIPKDaxht3JceJbKcUIf6OHafiZO_MzuwMYdviT8QdQj86wwH2ER80g gxkOTaGY0fBUmym- ,,

Moncayo, Y., Salazar, M., y Avalos, V. (2021). El estudio de mercado como estrategia para el desarrollo de productos en el sector rural. Caso de estudio Parroquia Bayushig. *Polo del Conocimiento*, 6(3), 2204-2220. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7926892.pdf>

- Morales, L. (2020). *Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante saludable en la ciudad de Tunja* (Tesis de pregrado). Universidad Antonio Nariño, Colombia. Recuperado de <http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/2498/1/2020LuisEduardoMoralesRuizpdf>
- Pascual, V., Pérez, A., Carretero, J., Caixàs, A., Gómez, R., y Pérez, P. (2020). *Actualización en el tratamiento dietético de la prediabetes y diabetes tipo 2*. [Madrid]. IM&C. Recuperado de https://www.fesemi.org/sites/default/files/documentos/varios/final_trat_diet_diabetes_interactivo_v25_compressed.pdf
- Pérez, J., y Merino, M, (15 de diciembre de 2021). Definición de Viabilidad. Definición De website: <https://definicion.de/viabilidad/>
- Quiñonez, E. (2018). *Desarrollo de un plan negocios para una pastelería para diabéticos, ubicada en el Guasmo Sur, Guayaquil, Guayas* (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/42561>
- Quiroa, M. (4 noviembre 2019). Mercado. Economipedia website: <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
- Real Academia Española. (s.f.). Panadería. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 26 de mayo de 2023, de <https://dle.rae.es/panaderia>
- Reyes, L. y Zúñiga, T. (2022). *Plan de negocio para la creación de una empresa de repostería saludable en el municipio de Palmira Valle del Cauca* (Proyecto de grado). Universidad Antonio Nariño, Colombia. Recuperado de http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/6911/1/2022_Tatiana-Andrea-Zuñiga-Otero.pdf
- Rodríguez, J. (20 de enero de 2023). Qué es la factibilidad de un proyecto, cómo se estudia y ejemplos. Hubspot website: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-factibilidad>
- Rojas, C. (2020). El Estudio Técnico o Plan Operativo del Plan de Negocio. Recuperado de <https://ietcvirginiagomez.edu.co/wp->

content/uploads/2020/09/estudio-tecnico-y-estudio-administrativo-del-plan-de-negocio-11b-c.pdf

Sánchez, H., Reyes, C., y Mejía, K. (2018) *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima, Perú. Recuperado de <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>

Secretaría Nacional de Planificación (2021) Plan de Creación de Oportunidades 2021 – 2025 (Ecuador). Recuperado de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacion-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>

Sociedad Mexicana de Nutrición y Endocrinología. (2021). ¿Qué es la diabetes? Recuperado de https://endocrinologia.org.mx/pdf_pacientes/17_Diabetes_Prediabetes.pdf

Sociedad Mexicana de Nutrición y Endocrinología. (2021). 7 mitos sobre la insulina. Recuperado de https://endocrinologia.org.mx/pdf_pacientes/13_Mitos_sobre_insulina.pdf

Solórzano, M., y Verduga, A. (2021). El emprendimiento y su relación con el desarrollo local de la parroquia Bachillero, cantón Tosagua, provincia de Manabí. *Polo del Conocimiento*, 6(11), 170-169. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8219410.pdf>

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022). Constitución electrónica de compañías. Gob.ec website: <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-electronica-companias>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. (2020). Guía para la Formulación de proyectos. Recuperado de http://sgc.uaeh.edu.mx/planeacion/images/documentos/Guia_elaboracion_proyectos.pdf

Velásquez, R. (2020). *Plan De Mejoramiento Para La Cafetería San Alejoss* (Tesis de pregrado). Universidad Santo Tomás, Colombia. Recuperado de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/31602/2020raulalejandrovelasquez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Virreira, M. (2020). *Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión Métodos y Aplicaciones*. Santa Cruz, Bolivia: Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra. Recuperado de https://www.upsa.edu.bo/images/libro_evaluacion-financiera-de-proyectos-de-inversion.pdf

ANEXOS

Anexo 1. Pastel de manzana de masa gruesa

Ingredientes para el relleno de pie: 3-1/2 libras de manzanas rojas para cocinar, peladas, sin corazón y rebanadas, 1/3 taza de azúcar, 1/4 taza de harina para todo uso, 1 cucharada de jugo de limón, 1 cucharadita de sustituto de azúcar Sweet One®, 1 cucharadita de canela molida, 1 cucharadita de cáscara de limón rallada, 1/4 cucharadita de nuez moscada molida, 1/4 cucharadita de sal

Ingredientes para el pastel: 1 taza de harina para todo uso, 1/8 de cucharadita de sustituto de azúcar Sweet One®, 1/3 taza de margarina, 2-3 cucharadas de agua fría, 1-2 cucharaditas de leche descremada.

Preparación: Precaliente el horno a 450°F. En un tazón grande, combine todos los ingredientes para el relleno. Vierta en una fuente para hornear cuadrada de 9 pulgadas. En un tazón mediano, combine 1 taza de harina y 1/8 de cucharadita de sustituto de azúcar Sweet One®. Con una batidora de repostería o dos cuchillos en forma de tijera, corte la margarina hasta que la mezcla se asemeje a migas gruesas. Agregue agua fría, 1 cucharada a la vez, hasta que la mezcla se mantenga unida. En una superficie ligeramente enharinada con un rodillo enharinado, extienda la masa en un cuadrado de 10 pulgadas. Coloque la masa sobre las manzanas. Doble el voladizo hacia abajo; hacer borde estriado. Haz varios cortes en la masa para que salga el vapor. Pintar la masa con leche desnatada. Hornee unos 10 minutos; reduzca la temperatura del horno a 350°F. Hornea de 35 a 40 minutos o hasta que estén doradas. Rinde 10 porciones. (Cumberland Packing Corp, 2018)

Anexo 2. Pastel de queso con manzana

Ingredientes para 8 porciones:

Corteza: 1-1/2 tazas de migas de galleta Graham, 1/4 taza de mantequilla, derretida, 3 sobres Edulcorante Igual.

Tarta de queso: 2 paquetes (8 onzas cada uno) de queso crema bajo en grasa, ablandado, 24 sobres de edulcorante Igual, 1-2/3 tazas de puré de manzana sin azúcar, 2 huevos enteros, 2 claras de huevo, 2 cucharadas de jugo de limón, 2 cucharadas de maicena, 3/4 cucharadita de canela molida, 1/2 cucharadita de

especias para pastel de manzana, 1 cucharadita de extracto de vainilla, 1 taza de crema agria reducida en grasa, menta fresca, opcional

Preparación: Precaliente el horno a 325°F. Para la corteza, combine todos los ingredientes. Presione la mezcla sobre el fondo y 1 pulgada hacia arriba de un molde desmontable de 9 pulgadas. Hornear 10 minutos. Deje enfriar sobre una rejilla mientras prepara el Cheesecake. Para la tarta de queso, bata el queso crema y Equal en un tazón a velocidad media de la batidora hasta que quede suave y bien combinado. Mezcle el puré de manzana, los huevos, las claras de huevo y el jugo de limón hasta que se mezclen. Agregue la maicena, la canela, las especias para pastel de manzana y la vainilla. Incorpore la crema agria hasta que se mezclen. Vierta la mezcla de cheesecake sobre la masa horneada. Hornee de 45 a 50 minutos o hasta que el centro del pastel esté casi firme. Enfriar sobre una rejilla. Pase suavemente una espátula de metal alrededor del borde del molde para aflojar el pastel. Deje que el cheesecake se enfríe por completo. Cubra y refrigere varias horas o toda la noche antes de servir. (Merisant Company, 2023)

Anexo 3. Coffeecake de remolino de nueces y albaricoque

Ingredientes para 16 porciones:

Relleno de nueces: 1/2 taza de mermelada de albaricoque sin azúcar, 12 sobres de edulcorante Igual, 4 cucharaditas de canela molida, 1/2 taza de nueces picadas

Pastel de café: 2-1/2 tazas de mezcla para hornear reducida en grasa (Bisquick®), 48 sobres de edulcorante Equal, 2 cucharadas de maicena, 1 taza de yogur griego sin grasa con sabor a vainilla lite, 6 cucharadas de aceite vegetal, 1/3 taza de leche descremada, 2 huevos, 1 cucharadita de extracto de vainilla, 1/2 cucharadita de extracto de almendras, 1/3 taza de mermelada de albaricoque sin azúcar, opcional.

Preparación: Precaliente el horno a 350°F. Rocíe un molde para pasteles Bundt™ de 9 tazas con aceite en aerosol; dejar de lado. Para el relleno de nuez, combine todos los ingredientes en un tazón pequeño; dejar de lado. Para Coffeecake, combine la mezcla para hornear, Equal y maicena. Agregue los ingredientes restantes, mezcle hasta que quede suave. Extienda 1/3 de la masa

en el molde preparado. Vierta la mitad del relleno de nuez sobre la masa. Repita las capas, terminando con la masa. Hornee de 40 a 45 minutos o hasta que el pastel de café esté dorado por encima y al insertar un palillo en el centro, éste salga limpio. Enfriar en la sartén 10 minutos. Invierta sobre una rejilla y enfríe. Vierta 1/3 taza de mermelada de albaricoque sobre la torta de café, si lo desea. Servir tibio. (Merisant Company, 2023)

Anexo 4. Batido de Banana con Yogur

Ingredientes para 3 porciones: 1 banana, 1 taza de yogur, bajo en grasa, de sabor natural o del sabor de su preferencia, sin azúcar, 1 taza de leche, sin grasa, 1/4 Cdta de extracto de vainilla, 4 cubitos de hielo, picados. Preparación: Licue todos los ingredientes hasta quedar suave y cremoso. (Asociación Americana de la Diabetes, 2014, p.12)

Anexo 5. Batido de fresas y almendras

Ingredientes para 2 porciones: 1 taza de fresas congeladas, ½ banana pequeña, congelada, 1 taza de leche de almendras sin azúcar, ¼ taza de tofu sedoso ligero, 2 paquetes de edulcorante sin calorías Sweet'N Low®, ⅛ cucharadita de extracto de almendras.

Preparación: Coloque las bayas, el plátano, la leche de almendras, el tofu, el edulcorante sin calorías Sweet'N Low® y el extracto de almendras en una licuadora o licuadora y mezcle hasta que quede suave. Servir inmediatamente. (Cumberland Packing Corp, 2023)

Anexo 6. Limonada rosada

Ingredientes por porción: 1 rodaja de limón, opcional, para decorar, 1 taza de fresas congeladas, descongeladas, 2 paquetes de edulcorante sin calorías Sweet'N Low®, ¼ taza de agua fría, ¼ taza de jugo de limón fresco, 1 ramita de menta, opcional, para decorar.

Preparación: En una taza medidora grande, combine el jugo de limón y el agua. Agrega el Sweet'N Low®, revolviendo hasta que se disuelva. Vierta 1 cucharada de líquido de las fresas descongeladas en un vaso alto. Llena el vaso con hielo. Vierta la mezcla de jugo de limón. Si lo desea, decore con la rodaja de limón y la ramita de menta. Disfruta las fresas o guárdalas para otro uso. (Cumberland Packing Corp, 2023)

Anexo 7. Tazas de avena horneada con mantequilla de maní y banana

Ingredientes para 12 porciones: Taza de 1/2 con puré de banana madura, 1/2 taza de SLENDA® jarabe de uso múltiple, 3/4 taza de leche de almendras sin endulzar, 2 huevos, 2 tazas de avena en todo el laminado, 1 cucharadita de polvo para hornear, 1/4 cucharadita de sal kosher, 3 cucharadas de mantequilla de maní sin endulzar, 3 cucharitas de chocolate sin azúcar.

Preparación: Precaliente el horno a 350 ° f. Rocía una lata de Muffin de 12 cuentas con spray para cocinar sin palillos. En un bol, bate el puré de banana y el jarabe multiusos SLENDA juntos. Agregue la leche y los huevos de almendras y mezcle bien. Agrega avena, polvo para hornear y sal, revolviendo hasta que estén completamente incorporados. Pliega 3 cucharadas de mantequilla de maní y 3 cucharadas de chocolate en trocitos. Recolecta la masa por igual en cada taza de Muffin. Si lo desea, espolvoree algunos trozos de banana y trocitos de chocolate en la parte superior de cada uno. Hornea durante 18-22 minutos o hasta que la avena se dore. Retírelo del horno y deje enfriar. Después de enfriarlos, deben liberarse fácilmente de la lata de Muffin. Si es necesario, desliza un cuchillo de mantequilla alrededor de los costados para ayudarlos a liberarse. Si lo deseas, rocía un poco de mantequilla de maní sobre la parte superior de cada uno. (Heartland Consumer Products, 2023)

Anexo 8. Pan de Calabaza

Ingredientes para 12 porciones: 1-1/2 tazas de harina para todo uso tamizada, 1 cucharadita de bicarbonato de sodio, 1/2 cucharadita de canela molida, 1/4 cucharadita de polvo de hornear, 1/4 cucharadita de clavo molido, 1/4 cucharadita de sal, 1/3 taza de margarina en barra reducida en calorías, suavizada, 1/2 taza de azúcar granulada, 1 1/2 cucharaditas de sustituto de azúcar Sweet One®, 2 huevos grandes, 1/2 cucharadita de extracto de vainilla, 1 taza de calabaza cocida o enlatada, 1/3 taza de leche descremada, 1/4 taza de nueces, finamente picadas.

Preparación: Precaliente el horno a 350F. Rocíe un molde para pan de 8-1/2 x 4-1/2 x 2-3/4 pulgadas con spray antiadherente para cocinar; dejar de lado. En un tazón pequeño, tamice la harina, el bicarbonato de sodio, la canela, el polvo de hornear, el clavo y la sal. En un tazón grande, bate la margarina, el azúcar y

el sustituto de azúcar Sweet One®. Batir los huevos y la vainilla, luego la calabaza. Revuelva los ingredientes secos en la mezcla de calabaza alternativamente con la leche, revolviendo solo hasta que se mezclen después de cada adición. Agrega las nueces. Vierta en el molde preparado. Hornee de 50 a 60 minutos o hasta que, al insertar un palillo de madera en el centro, éste salga limpio. Voltee sobre una rejilla y enfríe. (Cumberland Packing Corp. 2018)

Anexo 9. Pan de jengibre

Ingredientes para 16 porciones: 2 tazas de harina para todo uso, 1-1/2 cucharaditas de bicarbonato de sodio, 1-1/2 cucharaditas de jengibre molido, 1 cucharadita de canela molida, dividida, 1/4 de cucharadita de cada uno: pimienta de Jamaica molida, clavo molido, sal, 1/2 taza de margarina reducida en calorías, 1/4 taza de azúcar morena, envasada a la medida, 1-1/2 cucharadita de sustituto de azúcar Sweet One®, 2 claras de huevo grandes, 1/4 taza de melaza, 3/4 taza de suero de leche.

Preparación: Precalentar el horno a 350°. Rocíe un molde para hornear cuadrado de 8 pulgadas con aceite en aerosol antiadherente. En un tazón pequeño, tamice la harina, el bicarbonato de sodio, el jengibre, la canela, la pimienta de Jamaica, el clavo y la sal. En un tazón grande con una batidora eléctrica a velocidad media, pon crema de margarina, azúcar morena y el sustituto de azúcar Sweet One®. Batir las claras de huevo y luego la melaza hasta que estén bien mezclados. Agregue gradualmente los ingredientes secos alternativamente con el suero de leche, revolviendo solo hasta que se mezclen después de cada adición y terminando con el suero de leche. Vierta la mezcla en el molde preparado. Hornee durante 45 minutos o hasta que, al insertar un palillo en el centro, éste salga limpio. Enfriar sobre rejilla 10 minutos. (Cumberland Packing Corp, 2018)

Anexo 10. Galletas de avena y pasas

Ingredientes para 2 docenas de galletas: 1/2 taza de margarina reducida en calorías, suavizada, 1/3 taza de azúcar granulada, 2 1/4 cucharaditas de sustituto de azúcar Sweet One®, 2 claras de huevo grandes, 2 cucharaditas de extracto de vainilla, 1/2 taza de harina para todo uso, 1 cucharadita de

bicarbonato de sodio, 1/4 cucharadita de sal, 1-1/2 tazas de copos de avena de cocción rápida o normal, 1/4 taza de pasas sin semillas.

Preparación: Precaliente el horno a 350°F. En un tazón grande con una batidora eléctrica a velocidad media, bate la margarina, el azúcar y el sustituto de azúcar Sweet One® hasta que estén bien mezclados. Batir las claras de huevo y la vainilla, luego la harina, el bicarbonato de sodio y la sal. Agregue la avena arrollada y las pasas. Deje caer la masa en cucharaditas redondeadas sobre una bandeja para hornear galletas sin engrasar, presionando ligeramente hacia abajo con el dorso de una cuchara. Hornee de 6 a 8 minutos o hasta que estén dorados alrededor de los bordes. Retire las bandejas para hornear galletas a las rejillas de alambre y deje enfriar 1 minuto. Con una espátula, retire suavemente las galletas a las rejillas de alambre y enfríe completamente. Hace 2 docenas de galletas. (Cumberland Packing Corp, 2018)

Anexo 11. Café latté

Ingredientes para 2 porciones: 1/3 taza de espresso molido regular O café tostado oscuro, 1/8 de cucharadita de canela molida, 1-1/2 tazas de agua, 1 paquete de edulcorante Equal®, 2/3 taza de leche descremada, Canela molida, opcional.

Preparación: Coloque el espresso y la rama de canela en la canasta del filtro de la cafetera de goteo. Prepara café con agua. Revuelva Equal en el café hasta que se disuelva. Vierta en 2 tazas o vasos. Caliente la leche en una cacerola pequeña a fuego medio hasta que hierva. Batir vigorosamente la leche hasta que esté muy espumosa. Divida la leche en partes iguales entre las tazas de café. Espolvorea con canela adicional antes de servir, si lo deseas. Variación: Para una bebida fría, prepare el café como se indica, agregando canela y Equal después de prepararlo. Añadir leche fría. Vierta en tazas llenas de hielo. (Merisant Company, 2023)

Anexo 12. Cacao caliente de avellana

Ingredientes por porción: 2 cucharadas de cacao en polvo, tamizado, 1 paquete de edulcorante sin calorías Sweet'N Low, 1 taza de leche descremada, ½ cucharadita de extracto de avellana, ¼ de cucharadita de extracto puro de vainilla, Malvaviscos (opcional).

Preparación: En una cacerola pequeña, mezcle el cacao y Sweet'N Low. Batir la leche, aumentar el fuego a medio y llevar a fuego lento, batiendo ocasionalmente. Retire del fuego y agregue los extractos de avellana y vainilla. Adorne con malvaviscos, si lo desea. (Cumberland Packing Corp, 2023)

Anexo 13. Café helado definitivo

Ingredientes por porción: Cubitos de hielo de café, 1 taza de café preparado en frío, 2 paquetes de edulcorante sin calorías Sweet'N Low®, Leche, opcional

Preparación: El café preparado en frío vertido sobre cubitos de hielo de café es el mejor café helado. Se necesita un poco de planificación, pero su rico sabor completo hace que la espera valga la pena. El café ideal para esta bebida fría es una mezcla de granos tostados a media temperatura con acidez moderada. El uso de un tueste oscuro y frijoles con alto contenido de ácido produce un resultado más intenso y amargo. Llene un vaso alto con cubitos de hielo de café. Vierta el café preparado en frío. Endulza al gusto con Sweet'N Low. Agregue leche a su gusto. (Cumberland Packing Corp, 2023)

Anexo 14. Café de chocolate picante

Ingredientes para 4 porciones: 2 tazas de café fuerte caliente, 2 cucharadas de chispas de chocolate agridulce, 8 sobres de edulcorante sin calorías Sweet'N Low®, 1/2 cucharadita de canela molida, Una pizca de polvo de chile ancho o chipotle, si lo desea, 1 taza de leche descremada caliente, 1/2 taza de cobertura de crema batida de lata de aerosol, 4 granos de café, si lo desea.

Preparación: Bate el café, el chocolate, Sweet'N Low®, la canela y el chile en polvo en un recipiente resistente al calor hasta que estén bien mezclados. Agregue la leche. Vierta en 4 tazas. Cubra con crema batida y espolvoree con canela adicional. Cubra cada uno con un grano de café, si lo desea. (Cumberland Packing Corp, 2023)

Anexo 15. Receta de pastel de manzana de masa gruesa (10 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Precio
Manzanas	3-1/2 libras	1,75
Azúcar	1/3 taza	0,07
Harina	2-1/4 tazas	0,8
limón	1	0,1
Canela	1 cucharada	0,15
Nuez moscada	1/4 cucharada	0,04
Sal	1/4 cucharada	0,02
Edulcorante	1 cucharada	1,43
Mantequilla	1/3 taza	0,35
Agua	2-3 cucharadas	0
Leche descremada	1-2 cucharadas	0,2
Costo producto completo		4,91
Costo porción		0,49
Ganancia producto completo		9,82
Ganancia porción		0,98
Precio de venta final Producto completo		14,73
Precio de venta final porción		1,47

Nota: Elaboración propia

Anexo 16. Receta de pastel de queso con manzana (8 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Precio
Migas de galleta	1-1/2 tazas	0,15
Mantequilla	1/4 tazas	0,2
Edulcorante	27 sobres	2,57
Queso crema bajo en grasa	16 onzas	1,6
Pure de manzana	1-2/3 tazas	0,4
huevos	2	0,3
Jugo de limón	2 cucharadas	0,2
Maicena	2 cucharadas	0,13
Canela molida	3/4 cucharada	0,2
Especias	1/2 cucharada	0,2
Extracto de vainilla	1 cucharada	0,05

Crema agria reducida en grasa	1 taza	3,5
Costo producto completo		9,5
Costo porción		1,19
Ganancia producto completo		19
Ganancia porción		2,38
Precio de venta final Producto completo		28,5
Precio de venta final porción		3,56

Nota: Elaboración propia

Anexo 17. Receta de coffeecake de remolino de nueces y albaricoque (16 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Precio
Mermelada de albaricoque sin azúcar	1/2 taza	0,5
Edulcorante	60 sobres	5,7
Canela molida	4 cucharadas	1,3
Nueces picadas	1/2 taza	1,5
Mezcla para hornear bajo en grasa	2-1/2 taza	1
Maicena	2 cucharadas	0,13
Yogurt sabor a vainilla sin grasa	1 taza	0,9
Aceite vegetal	6 cucharadas	0,12
Leche descremada	1/3 taza	0,09
huevos	2	0,3
Extracto de vainilla	1 cucharada	0,05
Extracto de almendras	1/2 cucharada	0,8
Costo producto completo		12,39
Costo porción		0,77
Ganancia producto completo		24,78
Ganancia porción		1,55
Precio de venta final Producto completo		37,17
Precio de venta final porción		2,32

Nota: Elaboración propia

Anexo 18. Receta de batido de banana con yogur (3 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Precio
Banana	1	0,1
Yogurt natural sin azúcar	1 taza	0,56
Leche descremada	1 taza	0,25
Extracto de vainilla	1/4 cucharada	0,01
Cubos de hielo	4	0
Costo producto completo		0,92
Costo porción		0,31
Ganancia producto completo		1,84
Ganancia porción		0,61
Precio de venta final Producto completo		2,76
Precio de venta final porción		0,92

Nota: Elaboración propia

Anexo 19. Receta de batido de fresas y almendras (2 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Precio
Fresas	5	0,25
Banana	1#/2	0,05
Leche de almendras	1 taza	0,84
Tofu	1/4 taza	0,6
Edulcorante	2 sobres	0,19
Extracto de almendras	1/8 cucharada	0,22
Costo producto completo		2,15
Costo porción		1,08
Ganancia producto completo		4,3
Ganancia porción		2,15
Precio de venta final Producto completo		6,45
Precio de venta final porción		3,225

Nota: Elaboración propia

Anexo 20. Receta de limonada rosada

Ingredientes	Cantidad	Precio
Limón	4	0,3
Fresas	5	0,25
Edulcorante	2 sobres	0,19
Agua fría	1/2 taza	0
Menta	1 ramita	0,1
Costo producto		0,84
Ganancia		1,68
Precio de venta final		2,52

Nota: Elaboración propia

Anexo 21. Receta de tazas de avena horneada con mantequilla de maní y banana (12 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Precio
Banana	1#/2	0,05
Edulcorante	1/2 taza	4,75
Leche de almendras	3/4 taza	0,27
Huevos	2	0,3
Avena	2 tazas	0,92
Polvo para hornear	1 cucharada	0,23
Sal Kosher	1/4 cucharada	0,06
Mantequilla de maní sin endulzar	3 cucharadas	0,85
Chocolate sin azúcar	3 cucharadas	0,8
Costo producto completo		8,23
Costo porción		0,69
Ganancia producto completo		16,46
Ganancia porción		1,37
Precio de venta final Producto completo		24,69
Precio de venta final porción		2,06

Nota: Elaboración propia

Anexo 22. Receta de pan de calabaza (12 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Precio
Harina	1-1/2 tazas	0,47
Bicarbonato de sodio	1 cucharada	0,18
Canela molida	1/2 cucharada	0,15
Polvo de hornear	1/4 cucharada	0,1
Clavo molido	1/4 cucharada	0,3
Sal	1/4 cucharada	0,01
Mantequilla reducida en calorías	1/3 taza	0,36
Azúcar granulada	1/2 taza	0,1
Edulcorante	1-1/2 cucharadas	2,14
Huevos	2	0,3
Extracto de vainilla	1/2 cucharada	0,03
Calabaza cocida	1 taza	0,38
Leche descremada	1/3 taza	0,35
Nueces	1/4 taza	0,58
Costo producto completo		5,45
Costo porción		0,45
Ganancia producto completo		10,9
Ganancia porción		0,91
Precio de venta final Producto completo		16,35
Precio de venta final porción		1,36

Nota: Elaboración propia

Anexo 23. Receta de pan de jengibre (16 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Precio
Harina	2 tazas	0,62
Bicarbonato de sodio	1-1/2 cucharadas	0,27
Jengibre molido	1-1/2 cucharadas	0,33
Canela molida	1 cucharada	0,33
Pimienta de jamaica molida	1/4 cucharada	0,06
Clavo molido	1/4 cucharada	0,3
Sal	1/4 cucharada	0,01
Mantequilla reducida en calorías	1/2 taza	0,54

Azúcar morena	1/4 taza	0,06
Edulcorante	1-1/2 cucharadas	2,14
Claros de huevos	2	0,3
Melaza	1/4 taza	0,3
Leche descremada	3/4 taza	0,12
Costo producto completo		5,38
Costo porción		0,34
Ganancia producto completo		10,76
Ganancia porción		0,67
Precio de venta final Producto completo		16,14
Precio de venta final porción		1,01

Nota: Elaboración propia

Anexo 24. Receta de galletas de avena y pasas (24 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Precio
Mantequilla reducida en calorías	1/2 taza	0,54
Azúcar granulada	1/3 taza	0,07
Edulcorante	2-1/4 cucharadas	3,21
Claros de huevo	2	0,3
Extracto de vainilla	2 cucharadas	0,11
Harina	1/2 taza	0,16
Bicarbonato de sodio	1 cucharada	0,18
Sal	1/4 cucharada	0,01
Copos de avena	1-1/2 tazas	0,78
Pasas	1/4 taza	0,44
Costo producto completo		5,80
Costo porción		0,24
Ganancia producto completo		11,60
Ganancia porción		0,48
Precio de venta final Producto completo		17,40
Precio de venta final porción		0,73

Nota: Elaboración propia

Anexo 25. Receta de café latté (2 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Precio
Espresso molido	1/3 taza	1,53
Canela molida	1/8 cucharada	0,4
Agua	1-1/2 taza	0
Edulcorante	1 sobre	0,1
Leche descremada	2/3 taza	0,12
Costo producto completo		2,15
Costo porción		1,08
Ganancia producto completo		4,30
Ganancia porción		2,15
Precio de venta final Producto completo		6,45
Precio de venta final porción		3,23

Nota: Elaboración propia

Anexo 26. Receta de cacao caliente de avellana (2 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Precio
Cacao en polvo	2 cucharadas	0,17
Edulcorante	1 sobre	0,1
Leche descremada	1 taza	0,35
Extracto de avellana	1/2 cucharada	0,79
Extracto puro de vainilla	1/4 cucharada	0,64
Malvaviscos pequeños	5	0,2
Costo producto completo		2,25
Costo porción		1,13
Ganancia producto completo		4,50
Ganancia porción		2,25
Precio de venta final Producto completo		6,75
Precio de venta final porción		3,38

Nota: Elaboración propia

Anexo 27. Receta de café helado definitivo

Ingredientes	Cantidad	Precio
Hielo de café	6	0,25
Café preparado frio	1 taza	0,39
Edulcorante	2 sobres	0,2
Leche	1/4 tasa	0,07
Costo producto		0,91
Ganancia		1,82
Precio de venta final		2,73

Nota: Elaboración propia

Anexo 28. Receta de café de chocolate picante (4 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Precio
Café fuerte caliente	2 tazas	0,8
Chispas de chocolate agridulce	2 cucharadas	0,45
Edulcorante	8 sobres	0,8
Canela molida	1/2 cucharada	0,17
chile ancho	1 pisca	0,15
Leche descremada caliente	1 taza	0,35
Crema batida de lata de aerosol	1/2 taza	0,1
Costo producto completo		2,82
Costo porción		0,71
Ganancia producto completo		5,64
Ganancia porción		1,41
Precio de venta final Producto completo		8,46
Precio de venta final porción		2,12

Nota: Elaboración propia



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Terán Quinto, Fabian Elias**, con C.C: # 0927438069 autor del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad para la creación de un Bakery Café dirigido a las personas con diabetes en el cantón Salitre**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 5 de septiembre del 2023

f. Fabian Terán Q

Nombre: **Terán Quinto, Fabian Elias**

C.C: **0927438069**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Estudio de factibilidad para la creación de un Bakery Café dirigido a las personas con diabetes en el cantón Salitre.		
AUTOR(ES)	Fabián Elías, Terán Quinto		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Rubén Patricio, Barberán Arboleda		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado en Administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	5 de septiembre del 2023	No. DE PÁGINAS:	146
ÁREAS TEMÁTICAS:	Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Financiero		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Estudio, Factibilidad, Diabetes, Emprendimiento, Bakerycafe, Panadería, Cafetería, Evaluación		
RESUMEN:	<p>Mediante el presente estudio se busca determinar la factibilidad de un bakery café (cafetería/panadería) dirigido a las personas con diabetes, en el cantón Salitre, cuyo propósito es proporcionar a su población productos del segmento de panadería y cafetería con contenidos bajos en grasas y azúcar que aporten a la salud de las personas con dicha enfermedad, para el desarrollo del mismo se llevó a cabo una investigación de mercado en base a una encuesta con el objetivo de conocer la opinión e intereses de las personas sobre este emprendimiento, así como determinar el estado actual del mercado con respecto a productos dirigidos al público diabético, así también se realizaron estudios del tipo técnico y administrativo para definir la estructura de la empresa en aspectos de localización, tamaño, recursos, procesos y diseño, a fin de crear una cultura y ambiente de trabajo funcional que permita una operación eficiente, aportando de manera positiva tanto en la producción de alimentos como en el servicio al cliente. Además, se realizaron estudios financieros y evaluación financiera, esto a fin de analizar la viabilidad económica del negocio, en el cual se determinó detalles de la inversión inicial, se realizaron proyecciones de ingresos, costos, gastos, estados financieros, flujos de caja y balance general, de igual manera se realizó una evaluación financiera donde se comprobó la viabilidad mediante el cálculo del valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación costo/beneficio, el periodo de recuperación de la inversión, el punto de equilibrio, el análisis de ratios y escenarios.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-9736401	E-mail: fabian.teran@cu.ucsg.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: David Coello Cazar		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			