



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE CIENCIAS RELIGIOSAS Y EDUCACIÓN EN VALORES SAN PEDRO

CARRERA DE EMPRENDIMIENTO Y LIDERAZGO

PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNOLOGA EN EMPRENDIMIENTO Y LIDERAZGO

TEMA:

**ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE
POSTRES FRÍOS ARTESANALES D'YEY**

AUTORA:

YECSELY MONSERRATE ZAMBRANO LÓPEZ

TUTOR:

Mg. Omar García Cedeño

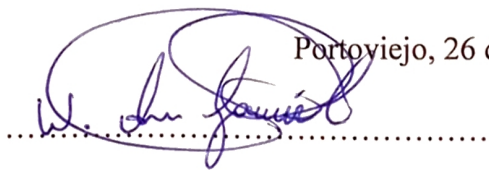
Portoviejo-Manabí-Ecuador

2024

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Mg. Omar García Cedeño, docente de la carrera de Emprendimiento y Liderazgo del Instituto Superior Tecnológico en Ciencias Religiosas y Educación en Valores San Pedro, en calidad de tutor del trabajo de titulación: ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE POSTRES FRÍOS ARTESANALES D'YEY, desarrollado por la estudiante Yecely Monserrate Zambrano López, cumple con los requisitos establecidos, a la vez que doy fe de:

- La verificación de que el trabajo desarrollado por la estudiante cumple con el diseño metodológico y rigor científico según la modalidad escogida por la autora.
- Asesoramiento oportuno a la estudiante en el desarrollo del trabajo de titulación.
- Confirmación de la Originalidad del Trabajo.



Portoviejo, 26 de septiembre de 2024

Mg. Omar García Cedeño

DOCENTE ISTSPE

AUTORIA

El presente Proyecto de investigación titulado: ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE POSTRES FRÍOS ARTESANALES D'YEY es absolutamente original, auténtico y personal. En tal virtud, el contenido, efectos legales y académicos que se desprenden del mismo son de exclusiva responsabilidad del autor.

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de tribunal calificador del Informe Final del Trabajo de Titulación presentado por la señora Yecely Monserrate Zambrano López, estudiante de la Carrera de Emprendimiento y Liderazgo, bajo la Modalidad Proyecto de Investigación, titulado ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE POSTRES FRÍOS ARTESANALES D'YEY, nos permitimos informar que el trabajo ha sido revisado y calificado como requisito previo a la obtención del Título de Tecnólogo en Emprendimiento y Liderazgo. Para cuya constancia suscribimos, juntamente con la señora presidenta del Tribunal.

Portoviejo, 26 de septiembre 2024



Primer miembro.



Segundo miembro



Tercer miembro

DERECHOS DEL AUTOR

Autorizo al Instituto Superior Tecnológico de Ciencias Religiosas y Educación en Valores San Pedro, para que haga uso de este Trabajo de Titulación como un documento disponible para la lectura, consulta y procesos de investigación. Cedo los derechos de mi trabajo de Titulación a favor del Instituto Superior Tecnológico de Ciencias Religiosas y Educación en Valores San Pedro, con fines de difusión pública. Además, autorizo su reproducción total o parcial dentro de las regulaciones de la institución.

Portoviejo, 26 de septiembre 2024



.....

Yecsely Monserrate Zambrano López

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto de titulación a Dios como una forma de agradecimiento por tu constante guía y protección. Sin tu amor incondicional y tu sabiduría, no hubiera sido posible culminar este camino académico.

A mis amados hijos, quienes son mi mayor fuente de inspiración y motivación. Gracias por ser mi razón de ser y por brindarme alegría y amor incondicional en cada paso de este proceso. Que este logro sea un ejemplo para ustedes de que, con esfuerzo y dedicación, todo es posible.

A mi querido esposo, quien ha sido mi pilar y mi apoyo incondicional en cada etapa de mi vida. Gracias por tu paciencia, comprensión y amor inquebrantable. Este proyecto también es tuyo, pues juntos hemos superado obstáculos y celebrado nuestros triunfos.

Que este trabajo sea una muestra de mi compromiso con el conocimiento, la excelencia y el amor por mi familia. Que Dios nos siga iluminando en cada paso que damos juntos. ¡Gracias por ser mi mayor tesoro y mi mayor bendición!

Con todo mi amor y gratitud,

Yecsely Monserrate Zambrano López

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento se dirige a quien ha forjado mi camino y me ha dirigido por el sendero correcto, a Dios por guiarme y darme fuerzas durante todo el proceso de realización de mi proyecto de titulación.

A mis profesores por su apoyo, dedicación y sabiduría impartida, la cual ha sido fundamental en mi formación académica.

A mi esposo, por su paciencia, comprensión y apoyo incondicional en cada momento de este desafío.

Gracias a todos ustedes, mi proyecto de titulación ha sido posible y exitoso. Su contribución y acompañamiento han sido clave en este logro, y por ello les estoy profundamente agradecido.

Que este proyecto sea solo el comienzo de muchos más éxitos. ¡Gracias por ser parte de mi camino académico y profesional!

Yecely Monserrate Zambrano López

ÍNDICE

CAPITULO 1	13
1.1. TEMA:	13
1.2. INTRODUCCIÓN	14
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.4. DELIMITACIÓN.....	18
1.5. ANTECEDENTES.....	20
1.6. JUSTIFICACIÓN	23
1.7. OBJETIVOS.....	25
1.7.1 OBJETIVO GENERAL	25
1.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	25
CAPITULO II.....	26
2.1. PLAN DE NEGOCIO.....	26
2.1.1 Descripción del negocio.....	26
2.1.2. Creación del negocio	26
2.1.3 Filosofía empresarial.....	27
2.1.5. Estructura organizacional	28
2.2. Plan comercial y de Marketing.....	30
2.2.1. Estrategia de producto.....	30
2.2.2. Estrategia de precio.....	31
2.2.3. Estrategia de promoción	33

2.2.4. Presupuesto de Marketing.....	34
2.3. Infraestructura y equipamiento.....	35
2.4. Análisis FODA.....	36
2.5. Estudio Técnico	37
2.5.1. Plan de inversiones	37
2.5.2. Financiamiento	39
2.5.3. Proyecciones de ventas.....	39
2.5.4. Costos y Gastos operativos	41
2.5.5. Punto de equilibrio	43
CAPITULO III	48
3.1 CONCLUSIONES	48
3.2 RECOMENDACIONES	49
BIBLIOGRAFÍA	50
ANEXOS.....	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Presupuesto de Marketing.....	34
Tabla 2 Análisis FODA.....	36
Tabla 3 Plan de inversiones	38
Tabla 4 Financiamiento.....	39
Tabla 5 Costos directo.....	41
Tabla 6 Costos indirectos.....	42
Tabla 7 Gastos de venta	42
Tabla 8 Gastos administrativos	43
Tabla 9 Total costos fijos.....	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 Ubicación geográfica.....	18
Ilustración 2 Estructura organizacional	29
Ilustración 3 Estrategia de producto	30
Ilustración 4 Estrategia de precio	32
Ilustración 5 Estrategia de promoción	33
Ilustración 6 Presentación de postre	52
Ilustración 7 Presentación de postre	52
Ilustración 8 Presentación de postre	53
Ilustración 9 Presentación de postre	53

RESUMEN

El presente proyecto de titulación tiene como objetivo desarrollar un plan de negocios para la creación y comercialización de postres fríos artesanales de gelatina en la comunidad Unión Manabita, ubicada en el cantón Quinindé, provincia Esmeraldas, Ecuador. Este trabajo surge ante la creciente demanda de productos alimenticios innovadores y saludables que satisfagan los gustos y preferencias de consumidores locales, así como ante la escasa oferta de postres artesanales en la región.

En primer lugar, se realizó un análisis de mercado que incluyó encuestas a los habitantes de la comunidad, así como a potenciales consumidores de áreas cercanas. Los resultados indicaron un interés significativo por productos de calidad, frescos y elaborados con ingredientes naturales. Este diagnóstico permitió identificar oportunidades y determinar la viabilidad de la propuesta.

A partir de esta información, se diseñó un plan que incluye la elaboración de una variedad de postres fríos de gelatina que incorporen sabores tradicionales y una presentación atractiva, apuntando a consumidores de todas las edades.

Asimismo, se estima la inversión inicial necesaria, la cual incluye costos de producción, marketing y distribución. La proyección financiera sugiere que, con una adecuada gestión y promoción, el negocio puede alcanzar la rentabilidad en un período de tiempo relativamente corto.

El impacto esperado de este proyecto va más allá de la creación de un nuevo producto, ya que se busca fomentar el desarrollo económico local, generar empleo y promover el consumo de productos artesanales, contribuyendo así a la valorización de la cultura gastronómica de la región. En conclusión, el plan de negocios para la comercialización de postres fríos artesanales de gelatina en la comunidad Unión Manabita

se presenta como una propuesta viable y de gran potencial, capaz de satisfacer las necesidades del mercado mientras se fomenta el emprendimiento local.

CAPITULO 1

1.1. TEMA:

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE POSTRES FRÍOS ARTESANALES D'YEY

1.2. INTRODUCCIÓN

Actualmente en el mundo los negocios se han tornado más complejos, esto se debe a que por la alta competitividad es cada vez más reñido, ya que los patrones que establecen los consumidores y/o clientes se tornan mucho más exigentes, por esta razón nace la importancia de realizar un proyecto atrayente de ciertos productos y/o servicios que marquen la diferencia.

Por consecuente este proyecto tiene como propósito crear una pequeña sociedad que se dedique a producir postres que se basen en recetas completamente caseras, por medio de un análisis que permitirá comprender diferentes estrategias para la creación y posicionamiento en el mercado meta en el Recinto Unión Manabita del cantón Quinindé, provincia Esmeraldas.

Este proyecto emprendedor relacionado a postres está elaborado para mostrar una oferta de la empresa que tiene como desenlace la elaboración de un plan de negocio para la comercialización de postres fríos artesanales. Por lo tanto, estos postres son una opción cada vez más popular entre los consumidores por su frescura y versatilidad, por lo que representan una oportunidad de negocio atractiva en el mercado actual

En el capítulo I, se abordarán aspectos como introducción al tema, la justificación de la elección del proyecto, se dará a conocer el porqué del proyecto con el planteamiento del problema en el mercado de postres fríos artesanales, los antecedentes que respaldan la viabilidad del negocio, así como los objetivos que se buscan alcanzar con la elaboración del plan de negocios.

El capítulo II, se puntualizará todo lo relacionado al plan de negocio, incluyendo aspectos como el plan estratégico, el plan de marketing, presupuesto de marketing, la

estructura organizativa y el estudio técnico para poder llevar a cabo la comercialización de los postres fríos artesanales de manera exitosa.

Finalmente, en el capítulo III se mostrarán los resultados alcanzados a través de la elaboración del plan de negocios, así como las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación realizada. Se espera que este proyecto favorezca a brindar información relevante y útil para emprendedores interesados en incursionar en el negocio de la comercialización de postres fríos artesanales.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Citando a (Alejandro, 2019) plantea en su investigación que, en el mundo los dulces tradicionales o golosinas, se relacionan con la oferta y demanda de los productos gastronómicos, las mismas que llevan consigo las memorias en el ámbito culinario. En el mundo existen muchos lugares privilegiados por tener manifestaciones gastronómicas que cautivan a gran afluencia de turistas nacionales e internacionales.

El incremento del mercado de bebidas y alimentos en Ecuador ha aumentado la demanda por productos innovadores y de excelente calidad. Dentro de este sector, los postres fríos artesanales han alcanzado notoriedad entre la clientela, esto se debe a su sabor único y a la posibilidad de personalización que prometen.

En el recinto de la Unión Manabita del cantón Quinindé, provincia Esmeraldas en la actualidad no es fácil encontrar pequeños negocios de heladería o alguna variedad de postres fríos artesanales, mucho menos elaborado con productos nacionales que sean reconocidos por la clientela por su atrayente sabor y su peculiar presentación.

Emprender es, quizás, el concepto que más se ha revalorizado durante la crisis. Ante la dificultad de encontrar trabajo, muchos ciudadanos han decidido iniciar su propio proyecto, pero la realidad es que los casos de éxito son minoría ya que, el 82% de las nuevas empresas no llegan a los cuatro años de vida (WELLINTON, 2019).

Unión manabita se encuentra en vía de desarrollo y crecimiento; los habitantes, turistas y otros pueblos cercanos no cuentan con un lugar llamativo donde puedan satisfacer la necesidad de consumir algún producto delicioso como lo son los postres fríos artesanales.

El incremento poblacional demanda la creación de establecimientos con productos y servicios innovadores que brinden postres nuevos y exquisitos al paladar,

acompañado de un excelente servicio en la atención tanto para los habitantes del pueblo como para los visitantes, con un ambiente tranquilo y poder disfrutar de un espacio familiar.

Por lo tanto, el problema principal a resolver con este proyecto es la falta de oferta de postres fríos artesanales D'Yey en el mercado local. Esto representa una oportunidad de negocio para emprender la comercialización de estos productos, atendiendo a un segmento de consumidores exigentes que valoran la calidad, la innovación y la autenticidad en sus postres.

Además, la falta de competencia directa en este nicho de mercado ofrece una gran ventaja estratégica para que logre introducirse con éxito en este segmento, posicionándose como líder en la comercialización de postres fríos artesanales D'Yey en este sector.

1.4. DELIMITACIÓN

1.4.1 Espacio.

La elaboración de los postres artesanales se realizará en la comunidad Unión Manabita del Cantón Quinindé, provincia Esmeraldas lugar en el cual también se llevará a cabo la comercialización. Factores relevantes por los cuales se tomó en cuenta esta ubicación;

- El local estará ubicado en un punto estratégico del pueblo, el cual es el centro y la calle principal de la comunidad.
- El lugar es propio.
- Se cuenta con un área de 7 m² para la parte operativa y administrativa.

Ilustración 1 Ubicación geográfica



Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/place/La+Union+Manabita/@0.4998469,-79.4308681,406m/data=!3m1!1e3!4m6!3m5!1s0x8fd52d69f02f9ddf:0x437cfd18ba5f19b0!8m2!3d0.4998917!4d-79.4307963!16s%2Fg%2F11gzq0k034?hl=es&entry=ttu>

1.4.2 Tiempo: El presente proyecto se desarrollará durante el primer semestre del año 2024, iniciando en el mes de enero con la construcción de la información, seguido de los estudios pertinentes.

1.4.3 Contenido: Dentro de la implementación del proyecto se plantea el desarrollo de los algunos puntos como:

- Plan de negocio
- Plan estratégico
- Presupuesto de Marketing
- Estudio Técnico
- Evaluación Financiera
- Conclusiones
- Recomendaciones

1.4.4 Alcance: Estructurar el plan de negocio a implementar “postres fríos artesanales D’Yey”, con la finalidad de generar unos estudios con viabilidad positivos, para posteriormente poner en marcha la sociedad con obtención de resultados que contemplen el posicionamiento del negocio y la comercialización de los productos.

1.5. ANTECEDENTES

Como señala (Emprendedor, 2021) que, el emprendimiento nació al comienzo de la historia de la humanidad. Por lo tanto, es algo innato en las personas, aunque no es del interés de todo el mundo.

A lo largo de la historia las personas siempre han luchado por superarse y tener una mejor calidad de vida y por los crecientes problemas económicos, en los últimos años los emprendimientos se han convertido en algo muy importante.

(López, 2016) argumenta en su investigación lo siguiente, “Por la relevancia que los emprendimientos ya generaban en 1997 el Global Entrepreneurship Monitor, a través de la ESPOL, realiza un estudio donde se muestra que para los años 2013 y 2014 Ecuador se posicionaba como el país de más alta tasa de actividad emprendedora a nivel de América Latina y el Caribe. En el mencionado estudio se destacan aspectos relevantes sobre los emprendimientos en Ecuador entre los que se destacan que el 60,8% de los emprendimientos son generados por la necesidad, ante un 39,2% que es generado por la oportunidad, la mayor concentración de emprendimientos son en MiPymes con el 99,8%, mientras que la gran empresa lo representa apenas el 0,2%. Estas empresas generan el 74% de las plazas de trabajo aportando impuestos para el país que en el 2014 llegaron a un total de 13.600 millones de USD, aporte a la economía ecuatoriana que representa aproximadamente tres veces los ingresos petroleros netos”.

En la ciudad de Quinindé a diario se visualiza un formidable incremento de emprendimientos, debido a la falta de puestos laborales. La falta de empleo es un problema que sufren la mayoría de habitantes del país, es por ese motivo que los

integrantes de la localidad se ocupan a promover su negocio propio. Convirtiéndose en su propio jefe y es una atractiva tendencia porque de esta manera se logra disponer de mayor tiempo y así poder desarrollar otras actividades. Adicionalmente las personas producen sus propios ingresos ya sea porque se posee la oportunidad de crear un emprendimiento o por la necesidad de adquirir capital debido a la escasez de oportunidades laboral.

Frente a esto se analiza que varios de los emprendimientos no alcanzan a adquirir un elevado margen de utilidad o rendimiento. Inclusive numerosos emprendedores no consiguen sobrepasar el medio año posteriormente de haber comenzado sus labores. Existen diversas razones por la cual estos emprendimientos no pueden tener éxito. Como, por ejemplo: la falta de dinero para la inversión, el no crear un plan financiero y estrategias correctas, otro de los motivos es la falta de conocimiento sobre la publicidad y el marketing que se debe realizar a los emprendimientos para poder llegar a la clientela y así su negocio pueda ser conocido y recurrido.

Por esta razón nació el motivo de la creación de una heladería dedicada a realizar y comercializar postres fríos artesanales realizado con materia prima ecuatoriana que impone impulsará el crecimiento y desarrollo económico local. En el cual se le brinda a la clientela productos nuevos y alcance de todo bolsillo en distintas presentaciones.

Según (yurak, 2021) argumenta que, “en Ecuador existe una gran diversidad de helados artesanales elaborados a base de leche, agua o crema, que son el deleite de los ciudadanos. Aunque las preparaciones varían, desde la elaboración en paila, hasta los métodos industrializados, en nuestro país los preferidos son los helados artesanales a base de productos naturales, pues sus distintos sabores cada día nos sorprenden más”.

Reiterando que a pesar de que se hable de distintas presentaciones y sabores los postres están dirigidos hacia un mismo público. De manera más directa la población preferente son las mujeres y niños por la dulzura con la que se producen.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se efectúa con la finalidad de crear una pequeña empresa que se dedicará a la elaboración de postres fríos artesanales y se preocupa por prestar la mejor atención y el mejor servicio a los clientes. Se brindará una gran variedad de postres, con una excelente calidad.

La grave situación económica que afronta nuestro país permite que se planteen alternativas para generar fuentes de empleo mediante la creación de empresas, las cuales permitan el desarrollo del país. En este contexto la creación de la empresa de elaboración y comercialización postres fríos de variedad de sabores de frutas es una nueva alternativa en cuanto se refiere a productos innovadores.

Se conoce que los helados y postres tienen un gran consumo en Unión Manabita - Quinindé, ya que lo consumen niños, jóvenes y adultos, el consumo de los postres es general y de agrado para la comunidad puesto que satisface los antojos y tiene un alto nivel nutricional.

Postres Fríos Artesanales D`Yey ambiciona satisfacer cada una de las necesidades de la comunidad, ofreciendo un producto de muy buena calidad y sobre todo muy delicioso con precios cómodos y al alcance del bolsillo de toda la clientela que desee consumirlo.

D`Yey desea prestar un excelente servicio y la mejor atención, puesto que los clientes son una parte fundamental en el mercado y el producto es de agrado para toda la comunidad.

Dada las circunstancias actuales y la necesidad de ofrecer excelentes productos y la mejor atención al público se crea esta nueva propuesta que salga de lo tradicional y lo informal para lograr impactar y crecer en el mercado, ofreciendo nuevos y excelentes

productos que satisfagan las necesidades de los turistas y clientes, generando una estabilidad laboral y económica.

En definitiva, la elaboración de un plan de negocios para la comercialización de postres fríos artesanales nos permitirá aprovechar una oportunidad de negocio atractiva y rentable, diferenciarnos de la competencia, satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores, y contribuir al crecimiento y consolidación de nuestra empresa en el mercado de alimentos y bebidas.

1.7. OBJETIVOS

1.7.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocio que permita la comercialización de postres fríos artesanales D'Yey en una zona rural llamada Unión Manabita, del cantón Quinindé, provincia Esmeraldas, identificando oportunidades de mercado y asegurando su viabilidad económica.

1.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Ejecutar una investigación de mercado para medir la aceptación del producto.
- Formular la estrategia de comercialización del producto innovador y fríos artesanales D'Yey.
- Diseñar una propuesta de marketing para impulsar las ventas de postres artesanales saludables.
- Evaluar la factibilidad y la rentabilidad del proyecto.

CAPITULO II

2.1. PLAN DE NEGOCIO

2.1.1 Descripción del negocio

Postres fríos artesanales

"D'Yey"

Es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de postres fríos para satisfacer el paladar de los consumidores, los mismo que son fabricados cumpliendo con todas las normas de higiene. Nuestra misión es ofrecer a nuestros clientes opciones deliciosas y creativas, utilizando ingredientes de alta calidad y preparados con todo el cariño y cuidado que merecen.

Nuestro equipo de trabajo está conformado por, la creadora de los helados o chef, el experto en ventas - atención al cliente, y un administrador general.

Estamos ubicados en el centro del recinto, en una zona de alto tráfico peatonal y vehicular, lo que nos permite tener una excelente visibilidad y acceso para nuestros clientes. Además, contamos con un local acogedor y moderno donde los clientes pueden disfrutar de nuestros postres en un ambiente agradable.

2.1.2. Creación del negocio

La idea de crear Postres fríos artesanales "D'Yey" nació de la pasión de nuestra fundadora, por la heladería y su deseo de compartir su talento con el mundo. Durante años, Yecsely ha perfeccionado sus recetas y técnicas en la elaboración de postres fríos.

Después de recibir el apoyo de amigos y familiares que probaban sus creaciones y quedaban encantados, Yecsely decidió convertir su pasión en un negocio. Así, nació Postres fríos artesanales "D'Yey", con la visión de convertirse en un referente en la

industria de la repostería artesanal, ofreciendo postres fríos únicos y deliciosos para satisfacer los paladares más exigentes.

2.1.3 Filosofía empresarial

La filosofía empresarial engloba valores y principios que encaminan a la toma de decisiones de una organización (Correa, 2023).

- **Misión**

Los postres D'Yey es una empresa dedicada a la producción y comercialización de postres artesanales con materia prima de alta calidad, siempre pensando en el bienestar del consumidor.

- **Visión**

Crear momentos de felicidad y placer a través de nuestros deliciosos helados de gelatina. Ser reconocidos por la calidad de nuestros productos y la innovación en sabores y presentaciones.

- **Valores institucionales**

Los valores institucionales de los postres D'Yey son los siguientes:

- Calidad: Nos comprometemos a ofrecer postres de gelatina de la más alta calidad, utilizando ingredientes frescos y naturales en su elaboración.
- Innovación: Buscamos constantemente nuevas formas de sorprender a nuestros clientes con sabores únicos y originales, así como con presentaciones creativas.
- Sostenibilidad: Nos preocupamos por el medio ambiente y trabajamos de forma responsable para reducir nuestro impacto ambiental en la producción y distribución de nuestros helados.

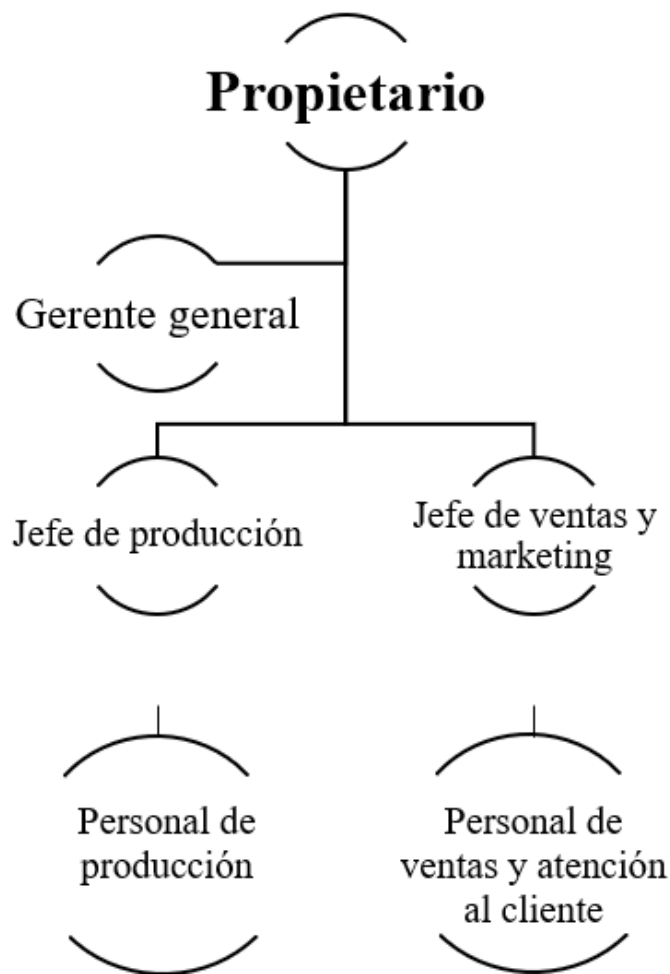
- Ética: Nos regimos por principios éticos sólidos en todas nuestras operaciones, asegurando una relación honesta y transparente con nuestros clientes, proveedores y empleados.
- Pasión: Nos apasiona lo que hacemos y nos esforzamos por transmitir esa pasión en cada uno de nuestros productos, brindando una experiencia única a quienes disfrutan de nuestros helados.
- Compromiso social: Nos comprometemos a contribuir positivamente a la comunidad en la que operamos, apoyando iniciativas sociales y culturales que promuevan el bienestar de sus habitantes.

Estos valores guían nuestra forma de trabajar y nos impulsan a seguir creciendo y mejorando en la fabricación y comercialización de helados de gelatina de la más alta calidad.

2.1.5. Estructura organizacional

La estructura organizacional del negocio envuelve distintos puestos y responsabilidades que se acuerdan para certificar el buen funcionamiento del negocio y el agrado de los consumidores.

Ilustración 2 Estructura organizacional



Fuente: Investigación
Autora: Yecselly Zambrano López

Descripción de funciones

Propietario: Ente responsables del negocio, encargado de tomar decisiones y de supervisar el correcto funcionamiento del lugar.

Gerente general: Se encarga de inspeccionar y sistematizar todas las operaciones del negocio, incluyendo la gestión de personal, finanzas, marketing y ventas.

Jefe de producción: Es el responsable de la producción de los postres, supervisar el control de calidad y gestionar el inventario de ingredientes.

Jefe de ventas y marketing: Es el encargado de desarrollar estrategias de ventas, promoción y marketing para atraer clientes y aumentar las ventas de los postres.

Personal de ventas y atención al cliente: Son los empleados delegados para atender a los clientes, tomar pedidos, servir helados y certificar de que disfruten de una experiencia agradable.

Personal de producción: Son las personas encargadas de la fabricación de los postres, siguiendo recetas e instrucciones específicas para garantizar la calidad y el sabor de los productos.

2.2. Plan comercial y de Marketing

El plan es una importante herramienta de gestión de Marketing. Ya que este documento es el que orienta las estrategias y acciones del área para que cumpla de manera eficiente sus objetivos y contribuya al crecimiento de la empresa. (Rockcontent, 2021)

2.2.1. Estrategia de producto

(Posgrado, 2020) Una estrategia de producto engloba acciones que se crean en el área del marketing para ejecutar un bien o servicio, teniendo en cuenta las necesidades y preferencias del cliente potencial.

Ilustración 3 Estrategia de producto



Fuente: <https://d1ih8jugeo2m5m.cloudfront.net/2022/02/estrategia-de-producto-1200x685.jpg>

Autor: Andy López

A continuación, se detallarán algunas estrategias de producto:

- ✓ **Innovación en sabores:** ofrecer sabores únicos y creativos que no se encuentran en el mercado.
- ✓ **Productos estacionales:** crear postres fríos que utilicen ingredientes frescos y de temporada.
- ✓ **Postres personalizados:** ofrecer la opción de personalizar los postres para eventos especiales o preferencias individuales.
- ✓ **Postres saludables:** Desarrollar productos con ingredientes naturales, bajos en calorías y grasas, para atraer a los clientes que buscan opciones saludables.
- ✓ **Ofrecer tamaños y porciones variadas:** ofrecer diferentes tamaños y porciones para satisfacer diferentes necesidades y preferencias.
- ✓ **Enfocarse en ingredientes de alta calidad:** utilizar ingredientes frescos y de alta calidad para diferenciarse de la competencia.

2.2.2. Estrategia de precio

La estrategia de precio son metodologías y un grupo de procesos que usan en las empresas para determinar el costo de los servicios y productos. (INTERNET, 2022)

El establecer el precio de un bien o servicios es la clave principal para la rentabilidad y el éxito de una organización, es decir, del total de sus ventas en productos o servicios dependerá su nivel de ingresos.

Ilustración 4 Estrategia de precio



Fuente: <https://www.questionpro.com/blog/es/estrategia-de-precios/>
Autora: Cristina Ortega

Aquí presento algunas estrategias de precio para comercialización de postres fríos de gelatina:

- ✓ **Estrategia de penetración:** Se trata de ofrecer precios bajos para atraer clientes y ganar participación en el mercado. Al lanzar la línea de postres, los precios pueden ser más bajos de lo que serán una vez que la marca esté establecida, incentivando las ventas iniciales y la prueba del producto.
- ✓ **Estrategia de premium:** Establece precios altos para maximizar las ganancias, especialmente si refleja la calidad artesanal y los ingredientes premium utilizados en la elaboración de los postres de alta calidad.
- ✓ **Estrategia de precios psicológicos:** Utiliza precios en los que terminan en 0.99 o 0.95 para crear la percepción de que los postres son más económicos.
- ✓ **Estrategia de precios promocionales y descuentos:** Ofrece precios especiales para promocionar nuevos productos o aumentar las ventas. Para llevar a cabo esta estrategia se pueden realizar descuentos temporales, 2x1, o promociones especiales para eventos o festividades.
- ✓ **Estrategia de precios por segmento:** Establece precios diferentes para diferentes segmentos de clientes, según sus necesidades y disposición a pagar.

- ✓ **Estrategia de precios dinámicos:** Ajusta tus precios según la demanda y la disponibilidad.

2.2.3. Estrategia de promoción

La estrategia de promoción hace referencia a una técnica viable en el que se usa la publicidad para influir a un público objetivo sobre un producto o servicio, con la finalidad de ganar más compradores y fidelizar a los clientes. (Euroinnova, 2022)

Ilustración 5 Estrategia de promoción



Fuente: <https://www.questionpro.com/blog/es/estrategia-de-marketing-que-es/>

Autora: Cristina Ortega

Para promocionar los postres fríos artesanales de gelatina, se puede desarrollar un conjunto de estrategia de marketing. A continuación, se describen las siguientes:

- ✓ **Promociones y descuentos:** Ofrece descuentos o promociones especiales para atraer a los clientes.
- ✓ **Publicidad en redes sociales:** Utiliza plataformas como Instagram, Facebook y Twitter para mostrar tus postres y promociones.
- ✓ **Programa de fidelidad:** Crear un programa de fidelidad para recompensar a los clientes repetidos.
- ✓ **Correo electrónico:** Envía correos electrónicos con promociones y noticias a tus suscriptores.
- ✓ **Publicidad en línea:** Utiliza publicidad en línea o anuncios en redes sociales.

- ✓ **Concurso y sorteos:** Organiza concursos o sorteos para generar interés y promocionar tus postres.
- ✓ **Promoción en eventos corporativos:** Ofrece tus postres en eventos corporativos para llegar a nuevos clientes.

2.2.4. Presupuesto de Marketing

La tabla desglosa los costos asociados a diferentes actividades y estrategias de marketing, proporcionando una visión clara de cómo se asignarán los recursos.

Tabla 1 Presupuesto de Marketing

Categoría	Descripción	Monto estimado (USD)
1. Publicidad Impresa.		
Flyers y Folletos.	Diseño e impresión de material promocional.	\$20,00
Carteles y Banners	Diseño e impresión para el punto de venta.	\$30,00
Subtotal Publicidad Impresa.		\$50,00
2. Creación de Contenidos		
Fotografía y Video	Producción de contenido visual para redes y sitio web	\$30,00
Redacción de Contenidos	Creación de textos y descripciones para marketing	\$20,00
Subtotal Creación de Contenidos		\$50,00
TOTAL		\$100,00

Fuente: Investigación
Autora: Yecselly Zambrano López

2.3. Infraestructura y equipamiento

Según (FERROVIAL, 2024) describe que, la infraestructura es un conjunto de instalaciones, servicios y medios técnicos que sobrellevan el desarrollo de actividades en una empresa u otro tipo de organización.

La infraestructura y equipamiento necesarios para un proyecto de postres fríos artesanales con gelatina pueden variar dependiendo del tamaño y alcance del proyecto. A continuación, presento algunos elementos básicos que podrían ser necesarios:

- **Infraestructura:**

- ✓ **Local o espacio de trabajo:** Un lugar limpio, ventilado y con acceso a servicios básicos como agua y electricidad.
- ✓ **Área de preparación:** Un espacio para preparar los postres, con mesas, sillas y utensilios necesarios.
- ✓ **Área de almacenamiento:** Un espacio para almacenar ingredientes, materiales y productos terminados.
- ✓ **Área de venta:** Un espacio para vender los productos, si se planea vender directamente a los clientes.

- **Equipamiento:**

- ✓ **Utensilios de cocina:** Ollas, sartenes, cucharas, espátulas, etc.
- ✓ **Equipos de refrigeración:** Neveras, congeladores, etc.
- ✓ **Equipos de procesamiento:** Licuadoras, mezcladoras, etc.
- ✓ **Materiales para envases:** Tazas, cubiertos, etiquetas, etc.
- ✓ **Equipo de seguridad:** Guantes, delantal, gorro, etc.
- ✓ **Equipo de limpieza:** Trapos, detergentes, etc.

En cuanto a la comunidad Unión Manabita del cantón Quinindé, es importante considerar las condiciones locales y adaptar la infraestructura y equipamiento según sea necesario. Algunos factores a considerar son:

- ✓ **Acceso a servicios básicos:** Agua, electricidad, etc.
- ✓ **Disponibilidad de materiales y suministros:** Ingredientes, utensilios, etc.
- ✓ **Condiciones climáticas:** Temperatura, humedad, etc.
- ✓ **Necesidades y preferencias de la comunidad:** Tipo de productos, precios, etc.

Es importante realizar un estudio de factibilidad y consultar con expertos locales para determinar las necesidades específicas del proyecto

2.4. Análisis FODA

Tabla 2 Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Productos únicos y deliciosos	Creciente demanda de postres saludables y frescos.	Falta de experiencia en marketing y publicidad.	Cambios en las preferencias de los consumidores.
Ingredientes de alta calidad	Expansión a nuevos mercados y canales de distribución.	Posibles problemas de conservación y transporte.	Aumento de los costos de ingredientes y producción.
Proceso de elaboración artesanal	Desarrollo de nuevos productos y sabores.	Posicionamiento en el mercado.	Entrada de nuevas marcas en el mercado.
Productos únicos y deliciosos	Uso de redes sociales para promocionar el producto.	Dependencia de proveedores de ingredientes.	

Fuente: Investigación
Autora: Yecselly Zambrano López

Este análisis FODA ayudará a identificar los puntos fuertes y débiles del proyecto, así como las oportunidades y amenazas del mercado. Con esta información, se podrá desarrollar estrategias para aprovechar las fortalezas, mejorar las debilidades, aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas.

2.5. Estudio Técnico

Este estudio técnico de un proyecto es el responsable de verificar la viabilidad técnica de la elaboración del producto, las inversiones necesarias para realizar dicha producción tanto en tecnología, infraestructura como en personal y materiales (Rubio, 2019).

2.5.1. Plan de inversiones

Todo presupuesto involucra un plan para la ejecución de objetivos, en específico de tipo financiero, para llevarlos a cabo en un tiempo determinado en donde se instauran opciones y los recursos precisos para lograrlo.

Objetivos del Proyecto

- ✓ Corto Plazo: Establecer la marca y lograr el reconocimiento en la comunidad local.
- ✓ Mediano Plazo: Ampliar la línea de productos y aumentar las ventas en un 30%.
- ✓ Largo Plazo: Expandir el negocio a otras comunidades y considerar la venta en línea.

Análisis de Mercado

- ✓ Demanda: La comunidad cuenta con una población joven y familias que buscan opciones de postres.
- ✓ Competencia: Análisis de futuros competidores locales y regionales, así como sus precios y ofertas.
- ✓ Propuesta de Valor: Productos artesanales, frescos y libres de conservantes.

Tabla 3 Plan de inversiones

PLAN DE INVERSIONES		
PARTIDA	DESCRIPCIÓN	MONTO ESTIMADO
1. Establecimiento del Negocio.		
1.1 Registro de la empresa	Costo de trámites legales y registro.	\$100,00
1.2 Licencias y permisos	Licencia comercial y permisos sanitarios.	\$150,00
Subtotal Establecimiento		\$250,00
2. Equipamiento y Utensilios		
2.1 Equipos de cocina	Congeladores, batidoras, moldes.	\$2.000,00
2.2 Utensilios de cocina	Espátulas, cuchillos, cucharas y todo tipo de recipientes.	\$300, 00
2.3 Mobiliario	Mesas, sillas, estantes, adornos, pinturas, etc.	\$3.500, 00
2.4 Equipo tecnológico	Computadora, impresora	\$ 600,00
Subtotal Equipamiento		\$6.400, 00
3. Materia Prima		
3.1 Ingredientes	Frutas, lácteos, azúcares, gelatinas, grageas, adobos (Mensual)	\$350,00
3.2 Envases	Vasos, tapas, tarrinas, cucharas y servilletas desechables. (Mensual)	\$150,00
Subtotal Materia Prima		\$500,00
4. Marketing y Publicidad		
4.1 Publicidad inicial	Folletos, redes sociales, promociones, radio.	\$350,00
Subtotal Marketing		\$350,00
5. Operación		
5.1 Local	Propio	
5.2 Servicios básicos	Agua, luz, internet (mensual)	\$60,00
5.3 Mano de obra	Salarios para el personal	\$500,00
Subtotal Operación		\$560,00
TOTAL, INVERSIÓN INICIAL		\$8.060,00

Fuente: Investigación
Autora: Yecely Zambrano López

2.5.2. Financiamiento

Tabla 4 Financiamiento

FINANCIAMIENTO			
Fuente de financiamiento	Descripción	Monto estimado (USD)	Porcentaje del total (%)
3. Capital propio.	Ahorro personal.	\$5.600,00	69,13%
4. Préstamos Bancarios.	Dinero obtenido a través de una institución financiera.	\$1.500,00	18,51%
5. Inversores externos.	Capital aportado por inversionistas interesados en el proyecto.	\$1.000,00	12,34%
6. Financiamiento total.		\$8.100,00	100%

Fuente: Investigación
Autora: Yecselly Zambrano López

2.5.3. Proyecciones de ventas

Para poder desarrollar proyecciones de ventas para un negocio de postres fríos artesanales con gelatina, es primordial meditar diferentes elementos clave, como el mercado objetivo, el precio del producto, la capacidad de producción y la estación.

Definición del Producto y Precio

Producto: Postres fríos artesanales con gelatina.

Precio Unitario: \$2.50.

Estimación de Ventas Mensuales

a) Volúmen de Ventas

Ventas Diarias Estimadas: 40 postres/día

Días de Venta al Mes: 20 días

$$\text{Ventas Mensuales} = \text{Ventas Diarias} \times \text{Días de Venta}$$

$$\text{Ventas Mensuales} = 40 \text{ postres/día} \times 20 \text{ días} = 800 \text{ postres/me}$$

b) Ingresos mensuales

$$\text{Ingresos mensuales} = \text{Ventas Mensuales} \times \text{Precio Unitario}$$

$$\text{Ingresos mensuales} = 800 \text{ postres} \times \$2,50 = \$2.000,00$$

Proyección Anual de Ventas

Para obtener una visión completa de las proyecciones anuales, multiplique las ventas por los 12 meses del año.

$$\text{Ingresos Anuales} = \text{Ingresos Mensuales} \times 12$$

$$\text{Ingresos anuales} = \$2.000,00 \times 12 = \$ 24,000,00$$

Consideraciones adicionales

- ✓ **Estacionalidad:** Examinar épocas del año en que las ventas aumentan (feriados, fiestas locales).
- ✓ **Promociones:** Planificar ofertas especiales o descuentos para atraer y fidelizar la clientela.
- ✓ **Feedback del cliente:** Recoger opiniones para ajustar el producto y las estrategias según la demanda.

Tener en cuenta que estas proyecciones son un estimado básico y pueden ajustarse según la realidad del mercado y la respuesta del público. Es importante ser flexible y adaptar las estrategias según el comportamiento del cliente y la competencia.

2.5.4. Costos y Gastos operativos

Para gestionar adecuadamente un negocio de postres fríos artesanales con, es fundamental categorizar y controlar diferentes tipos de costos. Aquí tienes una tabla detallada para cada categoría: costos directos, costos indirectos, gastos de venta y gastos administrativos.

Los costos directos son aquellos que se logran atribuir derechamente a la fabricación de los postres. Estos costos varían en función del volumen de producción.

Tabla 5 Costos directo

Costos directo		
Categoría	Descripción	Costo Total Mensual (USD)
Materias Primas	Ingredientes principales	\$350,00
Envases	Envases desechables, etiquetas, y otros	\$150,00
Costos de Energía	Electricidad para refrigeración y cocción.	\$30,00
Mano de obra	Servicio de producción	\$200,00
Total, de Costos Directos		\$730,00

Fuente: Investigación
Autora: Yecely Zambrano López

Los costos indirectos son aquellos que no se consiguen atribuir directamente a producción, pero son ineludibles para la marcha del negocio.

Tabla 6 Costos indirectos

Costos indirectos		
Categoría	Descripción	Costo Total (USD)
Publicidad y Marketing	Campañas publicitarias y materiales promocionales	\$350,00
Servicio	Internet.	\$30,00
Mobiliario.	Mesas, sillas, estantes, adornos, pinturas, etc.	\$3.500,00
Total, de Costos Indirectos		\$3.880,00

Fuente: Investigación
Autora: Yecselly Zambrano López

Gastos de Venta

Los gastos de venta son los costos asociados directamente con el proceso de comercialización y venta de los postres.

Tabla 7 Gastos de venta

Gastos de venta		
Categoría	Descripción	Gasto Total (USD)
Publicidad y Marketing	Campañas publicitarias y materiales promocionales.	\$350,00
Total, de Costos Indirectos		\$350,00

Fuente: Investigación
Autora: Yecselly Zambrano López

Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son aquellos relacionados con la gestión y administración general del negocio.

Tabla 8 Gastos administrativos

Gastos administrativos		
Categoría	Descripción	Costo Total (USD)
Salarios Administrativos	Sueldos del personal administrativo	\$300,00
Licencia comercial	Licencia comercial y permisos sanitarios.	\$150,00
Equipo tecnológico.	Computadora e impresora.	\$600,00
Total, de Gastos administrativos		\$450,00

Fuente: Investigación
Autora: Yecselly Zambrano López

Esta estructura te ofrece una visión clara y organizada de los diferentes tipos de costos y gastos asociados con la operación de un negocio de postres fríos artesanales. Esto te ayudará a planificar y gestionar eficazmente los recursos financieros de tu negocio.

2.5.5. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el punto en el que los ingresos de una organización son similares a sus gastos generales. En este punto, la entidad financiera no está generando ganancias ni pérdidas, y se dice que está equilibrando los gastos (EC, 2023).

Formula de punto de equilibrio

$$PE = CF / (PV - CV)$$

Donde:

- **PE** = Punto de equilibrio (unidades)
- **CF** = Costos fijos
- **PV** = Precio de venta por unidad
- **CV** = Costos variables por unidad

Tabla 9 Total costos fijos

Costos fijos	USD
Salarios	\$500,00
Servicios	\$60,00
Interés préstamo	\$10,00
Total	\$570,00

Fuente: Investigación
Autora: Yecselly Zambrano López

Precio de venta por unidad: \$ 2,50

Costo variable por unidad: \$ 1,00

$$PE: TCF / (PV - CVu)$$

$$PE: \$570,00 / (\$2,50 - \$1,00)$$

$$PE: \$570,00 / \$1,50$$

PE: 380 Unidades al mes.

Esto quiere decir que la empresa necesita vender al menos 380 unidades por mes para alcanzar el punto de equilibrio y no obtener pérdidas ni ganancias.

En términos de ingresos, el punto de equilibrio sería:

$$PE = 380 \text{ unidades} \times \$2.50/\text{unidad}$$

$$PE = \$950$$

Es importante tener en cuenta que el punto de equilibrio puede variar dependiendo de cambios en los costos y precios. Es recomendable revisar y actualizar el cálculo regularmente para asegurarse de que la empresa esté en camino de alcanzar sus objetivos.

2.5.6. Análisis de Rentabilidad

- **Ingresos totales:** \$24.000,00
- **Costo de venta:** \$730 x 12 = **8.760,00**
- **Utilidad bruta**

$$\text{Beneficio Bruto} = \text{Ingresos Totales} - \text{Costos de Ventas}$$

$$\$24.000,00 - 8.760,00 = 15.240,00$$

- **Gastos operativos:** \$4.440,00
- **Beneficio operativo**

$$\text{Beneficio Operativo} = \text{Beneficio Bruto} - \text{Gastos Operativos}$$

$$\$15.240,00 - \$4.440,00 = 10.800,00$$

- **Beneficio neto**

$$\text{Beneficio Neto} = \text{Beneficio Operativo} - \text{Intereses e Impuestos}$$

$$\mathbf{\$10.790,00}$$

RATIOS

- **Margen de beneficio neto**

$$\text{Margen de Beneficio Neto} = (\text{Beneficio Neto} / \text{Ingresos Totales}) \times 100$$

$$\text{Margen de Beneficio Neto} = 44\%$$

- **Rentabilidad sobre el Capital (ROE):**

$$\text{ROE} = (\text{Beneficio Neto} / \text{Capital Propio}) \times 100$$

$$\text{ROE} = \$10.790,00 / 5.600,00 \times 100$$

$$\text{ROE} = 192\%$$

En conclusión, el negocio es extremadamente rentable.

2.5.7. Análisis del Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

FORMULA VAN

$$\text{VAN} = (\text{CF}_1 / (1 + r)^1) + (\text{CF}_2 / (1 + r)^2) + \dots + (\text{CF}_n / (1 + r)^n)$$

Tabla 10 Flujo de caja

AÑOS	INGRESOS	GASTOS	TOTAL
Primer año	24.000,00	10.000,00	14.000,00
Segundo año	25.000,00	8.000,00	17.000,00
Tercer año	26.000,00	7.000,00	19.000,00

Fuente: Investigación

Autora: Yecselly Zambrano López

Tasa de descuento 10%

Cálculo de VAN

Primer año: $14.000,00 / (1 + 0,10)^1 = 12,727$

Segundo año: $17.000,00 / (1 + 0,10)^2 = 14,049$

Tercer año: $19.000,00 / (1 + 0,10)^3 = 14,274$

VAN: $12,727 + 14,049 + 14,274 = 41.054$ **RENTABLE**

CAPITULO III

3.1 CONCLUSIONES

- Se ejecutó a fondo una investigación de mercado que muestra una alta aceptación del producto entre consumidores interesados en opciones artesanales. Los resultados indican que existe una demanda significativa para postres de gelatina con sabores naturales y saludables, también sugieren que el precio y la disponibilidad son factores cruciales que deben ser gestionados cuidadosamente para captar completamente el interés del mercado objetivo.
- Se formuló la estrategia de comercialización la cual debe centrarse en resaltar las características únicas del producto, como su elaboración artesanal y sus ingredientes saludables, para diferenciarlo en un mercado competitivo.
- Al diseñar una propuesta de marketing efectiva se debe enfatizar los beneficios saludables del producto y su calidad artesanal, utilizando estrategias de publicidad digital y promociones en eventos locales para aumentar la visibilidad y atraer a los consumidores.
- El análisis de la factibilidad y la rentabilidad muestra que el proyecto de postres artesanales de gelatina "D'Yey" tiene un potencial positivo de rentabilidad, siempre que se mantengan los costos bajo control y se implementen estrategias de precios efectivas. La viabilidad financiera es prometedora, con un tiempo razonable para alcanzar el punto de equilibrio y oportunidades claras para el crecimiento en el mercado de postres saludables.

3.2 RECOMENDACIONES

- Realizar encuestas y grupos focales para obtener una visión clara de las preferencias y expectativas de los consumidores, ajustando el producto según los comentarios para maximizar la aceptación en el mercado.
- Enfatizar las características únicas del producto en todas las comunicaciones mediante una fusión de canales en línea y físicos para asegurar una cobertura amplia y efectiva.
- Desarrollar campañas de marketing digital que destaquen los beneficios saludables del producto y ofrecer promociones atractivas para captar la atención y fomentar la prueba entre nuevos clientes.
- Implementar un control de costos riguroso y ajustar las estrategias de precios según el análisis financiero para asegurar la rentabilidad del proyecto y alcanzar el punto de equilibrio en un plazo razonable.

BIBLIOGRAFÍA

- Alejandro, G. L. (06 de septiembre de 2019). *UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI*.
<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/894/1/348%20Los%20procesos%20de%20elaboraci%C3%B3n%20de%20dulces%20tracionales%20y%20el%20valor%20gastron%C3%B3mico%20de%20la%20ciudad%20de%20Tulc%C3%A1n.pdf>
- Correa, J. G. (20 de Marzo de 2023). *Filosofía de empresa*.
<https://es.linkedin.com/pulse/filosof%C3%ADa-de-empresa-misi%C3%B3n-visi%C3%B3n-y-valores-javier-garc%C3%ADa-correa>
- EC, F. r. (13 de Junio de 2023). *¿Qué es el punto de equilibrio?*
<https://facturasrapidasec.com/que-es-el-punto-de-equilibrio/>
- Emprendedor, E. (28 de marzo de 2021). *Historia del emprendimiento*.
<https://www.emprendedor.pe/columnas/historia-del-emprendimiento/>
- Euroinnova. (12 de 09 de 2022). *Euroinnova Business School*.
<https://www.euroinnova.com/blog/que-es-una-estrategia-de-promocion>
- FERROVIAL. (2024). *Infraestructuras*.
<https://www.ferrovial.com/es/recursos/infraestructura/#:~:text=Infraestructura%20es%20un%20conjunto%20de,soportan%20el%20desarrollo%20de%20actividades.>
- INTERNET, L. U. (30 de 11 de 2022). *¿Cuáles son las principales estrategias de precios?* <https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/estrategias-precios/>

- López, R. S. (16 de Agosto de 2016). *Eumed.net*.
<https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/08/emprendimientos.html#:~:text=En%20el%20Ecuador%20la%20génesis,acuáticas%2C%20llevaban%20y%20traían%20mercaderías.>
- Posgrado, I. E. (06 de Noviembre de 2020). *¿Qué es una estrategia de producto?*.
<https://iep.edu.es/que-es-una-estrategia-de-producto-claves/>
- Rockcontent. (24 de Septiembre de 2021). <https://rockcontent.com/es/blog/plan-de-marketing/>
- Rubio, A. N. (11 de jun de 2019). *RPJMConsultoría - Asesoría financiera empresarial y personal*. <https://www.rpjmconsultoria.com/post/estudio-tecnico>
- WELLINTON, J. P. (09 de SEPTIEMBRE de 2019). *UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL*.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/44258/1/TESIS%20PESÁNTEZ-RODRÍGUEZ.pdf>
- yurak. (11 de marzo de 2021). *Helados Artesanales*.
<https://yurakproducciones.wordpress.com/2021/03/11/helados-artesanales/>

ANEXOS

Ilustración 6 Presentación de postre



Ilustración 7 Presentación de postre



Ilustración 8 Presentación de postre



Ilustración 9 Presentación de postre

