



INSTITUTO SUPERIOR
Tecnológico de Ciencias Religiosas y
Educación en Valores
SAN PEDRO

CARRERA DE EMPRENDIMIENTO Y LIDERAZGO

PROYECTO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de

TECNÓLOGO EN EMPRENDIMIENTO Y LIDERAZGO

MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS.

TEMA

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE EMPANADAS DE PLATANO VERDE EN CHARLOTTE-USA**

AUTOR

Miguel Eduardo Chávez Toala

TUTOR

Mg. Eduardo Vinicio Rivas Araúz

Portoviejo-Manabí-Ecuador

2024

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Mg. Eduardo Rivas Arauz, docente de la carrera de Emprendimiento y Liderazgo del Instituto Superior Tecnológico de Ciencias Religiosas y Educación en Valores San Pedro, en calidad de tutor del trabajo de titulación: **ESTUDIO DE MERCADO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EMPANADAS DE PLATANO VERDE EN CHARLOTTE-USA**, desarrollada por el estudiante Miguel Eduardo Chávez Tóala, cumple con los requisitos establecidos, a la vez que doy fe de:

- La verificación de que el trabajo desarrollado por los estudiantes cumple con el diseño metodológico y rigor científico según la modalidad escogida por los autores.
- Asesoramiento oportuno al estudiante en el desarrollo del trabajo de titulación.
- Confirmación de la originalidad del trabajo

Portoviejo, 30 de septiembre de 2024

Mg. Eduardo Vinicio Rivas Arauz

TUTOR

AUTORÍA

El presente Proyecto de Plan de Negocios titulado: **ESTUDIO DE MERCADO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EMPANADAS DE PLATANO VERDE EN CHARLOTTE-USA** 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.

f.

Miguel Eduardo Chávez Toala

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de tribunal calificador del Informe Final del Trabajo de Titulación presentado por Miguel Eduardo Chávez Toala, estudiante de la Carrera de Emprendimiento y Liderazgo, bajo la Modalidad Proyecto Plan de negocios, titulado **ESTUDIO DE MERCADO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EMPANADAS DE PLATANO VERDE EN CHARLOTTE-USA**, nos permitimos informar que el trabajo ha sido revisado y calificado de acuerdo al Artículo 31 literal c del Reglamento de Régimen Académico, emitido por el CES como requisito previo a la obtención del Título de Tecnólogo en Emprendimiento y Liderazgo. Para cuya constancia suscribimos, juntamente con el señor presidente del Tribunal.

Portoviejo, 7 de octubre de 2024



Mg. Raúl Chum Molina

Primer miembro

Ing. Patricia Chávez Suárez

Segundo Miembro

Mg. Julio Pérez Marcos

Tercer Miembro

DERECHOS DE 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, 30 de septiembre de 2024

f. _____

Miguel Eduardo Chávez Toala

DEDICATORIA.

A mis hijas y amada mujer, inspiración de mi vida y de mis anhelos.

AGRADECIMIENTO

Esta meta cumplida es una bendición de Dios que me permite fortalecer mi vida profesional y cumplir mis sueños de emprendedor, siendo mi paso por el Instituto un encuentro entre mi curiosidad por saber más y el conocimiento, de la mano de valores sociales y profesionales que han transformado mi forma de pensar y sentir ante un mundo laboral competitivo y un ambiente familiar que requiere de cada uno de nosotros entrega y amor.

Dejo constancia de mi agradecimiento a mis excelentes maestros que me apoyaron, guiaron y mantuvieron mis motivaciones latentes durante el proceso de enseñanza aprendizaje.

A mi familia y a mis Padres, Mama Lala y Papá Justo, dos seres que me enseñaron a luchar y perseverar, a levantarme y valorar lo sencillo, lo simple, lo bueno.

Gracias, por tanto,

RESUMEN

El consumo de alimentos nutricionales y de fácil elaboración está en tendencia, debido a la rutina de las familias que buscan consumir productos y que les proporcionen valor agregado más si está relacionado con la salud lo tradicional y artesanal.

Este concepto actual brinda una oportunidad de negocio para la producción de empanadas de plátanos de verde en la ciudad de Charlotte de Carolina del Norte donde existen familias que gustan de este producto y lo han hecho parte de su rutina alimenticia ya sea como plato principal o de degustación.

Con este plan de negocios se busca presentar la factibilidad de este proyecto productivo de emprendimiento unipersonal considerando aspectos tales como: estado situacional, estudio técnico y análisis financiero para lograr presentar este producto con un enfoque tradicional e innovador en el entorno en que se desarrolla el plan de negocios.

El presente trabajo de titulación lleva el nombre de **“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EMPANADAS DE PLATANO VERDE EN CHARLOTTE-USA**, el mismo que es de tipo exploratoria – descriptiva, se inicia a partir de una metodología que incluye información primaria y secundaria, estableciendo como métodos principales: el inductivo y deductivo, así como la técnica de la encuesta.

Se presenta en el primer capítulo el planteamiento del problema, con los respectivos objetivos que delimiten el plan de negocios con una presentación de otras investigaciones y la justificación de la importancia y relevancia de este trabajo.

Seguidamente el capítulo dos describe el plan de negocios con su estudio técnico que contiene estrategias de marketing, distribución, precio, infraestructura y equipamiento organización, y un análisis situacional que permite establecer las bondades y oportunidades del plan y sus posibles amenazas y debilidades para luego establecer el

financiamiento y análisis financiero que permite determinar la factibilidad del plan de negocios.

Se concluye con las conclusiones y recomendaciones donde luego de haber realizado el respectivo estudio de mercado se determina que el plan de negocios de empanadas de plátanos de verde en la ciudad de Charlotte de Carolina del Norte de Estados Unidos es viable por presentar una tasa de retorno del 357% y un valor actual neto de \$272,794.97.

ABSTRACT

The consumption of nutritional and easy-to-prepare foods is in trend, due to the routine of families who seek to consume products that provide added value, especially if it is related to health, traditional and artisanal.

This current concept provides a business opportunity for the production of green plantain empanadas in the city of Charlotte, North Carolina, where there are families who like this product and have made it part of their dietary routine, either as a main dish or as a tasting.

This business plan seeks to present the feasibility of this productive project of a sole proprietorship, considering aspects such as: situational status, technical study and financial analysis to present this product with a traditional and innovative approach in the environment in which the business plan is developed.

This thesis is called "MARKET STUDY FOR THE PRODUCTION AND MARKETING OF GREEN PLANTAIN EMPANADAS IN CHARLOTTE-USA", which is exploratory-descriptive, and is based on a methodology that includes primary and secondary information, establishing the following main methods: inductive and deductive, as well as the survey technique.

The first chapter presents the problem statement, with the respective objectives that define the business plan with a presentation of other research and the justification of the importance and relevance of this work.

Next, chapter two describes the business plan with its technical study that contains marketing, distribution, price, infrastructure and equipment organization strategies, and a situational analysis that allows establishing the benefits and opportunities of the plan and

its possible threats and weaknesses, and then establishing the financing and financial analysis that allows determining the feasibility of the business plan.

It concludes with the conclusions and recommendations where after having carried out the respective market study it is determined that the business plan for green plantain empanadas in the city of Charlotte, North Carolina, United States is viable because it presents a return rate of 357% and a net present value of \$272,794.97.

INDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	I
AUTORÍA	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	III
DERECHOS DE AUTOR.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
CAPITULO 1	1
1.1 Tema.....	1
1.2 Introducción.....	1
1.3 Planteamiento del problema.....	2
1.4 Delimitación.....	2
1.5 Antecedentes.....	3
1.6 Justificación.....	5
1.7 Objetivos.....	6
1.7.1 Objetivo general.....	6
1.7.2 Objetivos específicos.....	6
CAPITULO II.....	7
2.1 Plan de negocios.....	7
2.1.1 Descripción del negocio.....	7
2.1.2. Creación del negocio.....	8
2.1.3 Filosofía empresarial.....	9
2.1.4. Estructura organizacional.....	10
2.2. Plan comercial y de Marketing	11
2.2.1. Estrategia de producto.....	11
2.2.2. Estrategia de promoción.....	16
2.2.3. Estrategia de precio.....	16
2.2.4. Presupuesto de Marketing.....	18
2.3. Infraestructura y equipamiento	18
2.4. Análisis FODA	19
2.5. Estudio Técnico.....	21
2.5.1. Plan de inversiones.....	21
2.5.2. Financiamiento.....	22
2.5.2.1 Crédito comercial.....	22
2.5.2.2 Ahorro Personal.....	23
2.5.3. Proyecciones de ventas.....	23
2.5.4. Costos y Gastos operativos.....	24
2.6 Análisis de rentabilidad.....	25
2.6.1 . Punto de equilibrio.....	25
2.6.2. Análisis del Valor Actual Neto (VAN).....	27
2.6.3 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	28
CAPITULO III.....	31

3.1 CONCLUSIONES.....	31
3.2 RECOMENDACIONES.....	31
Referencias Bibliográficas	33
Anexos	35

INDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 1: <i>Preferencia de contenido de empanadas de platano verde</i>	12
Figura 2: <i>Horarios de consumos de empanadas de plátano verde en el día</i>	12
Figura 3: <i>Preferencia del tamaño de empanada de plátano verde</i>	13
Figura 4: <i>Preferencia de cocción de la empanada</i>	14
Figura 5: <i>Preferencia de aderezo acompañante para la empanda de plátano verde</i>	15
Figura 6: <i>Preferencia de lugar de compra de empanadas</i>	15
Figura 7: <i>Preferencia de precios de empanadas de potenciales clientes</i>	17

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Presupuesto de marketing</i>	18
Tabla 2: <i>Plan de inversión de producción de empanadas</i>	21
Tabla 3: <i>Cuadro analítico de proyección de cantidad de venta mensual .de empanadas</i> ...	23
Tabla 4: <i>Proyección de ventas</i>	24
Tabla 5: <i>Cálculo de Costos y Gastos Operativos Mensual</i>	24
Tabla 6: <i>Proyección de gastos</i>	25
Tabla 7: <i>Resumen de Ventas y costos en 5 años</i>	25
Tabla 8: <i>Costos fijos</i>	26
Tabla 9: <i>Costos variables</i>	26
Tabla 10: <i>Cálculo de los Flujos de Caja Descontados</i>	27
Tabla 11: <i>Descuento de caja al valor presente usando la tasa de descuento del 5.5%</i>	28

CAPITULO I

1.1 Tema

El tema de la presente investigación para el plan de negocios es el siguiente: “Estudio de Mercado Para La Producción Y Comercialización De Empanadas De Plátano Verde e En Charlotte-Usa “Mayol”.

1.2 Introducción

Actualmente el sector gastronómico ha ido creciendo en la ciudad de Charlotte y en especial en la comida latinoamericana por la afluencia de migrantes de esta región, sin embargo, existen nichos sin atender en todo su potencial ya que los gustos de las personas son variados. Además, los hogares están preparando menos alimentos en casa debido a las actividades de los miembros de la familia principalmente, y por ello están alimentándose en restaurantes. Este fenómeno social se torna una oportunidad para la producción y comercialización de empanadas de plátano verde, ya que es un producto que puede ser consumido como desayuno, plato de entrada de almuerzo, degustación a media mañana o plato de merienda, las mismas son de fácil cocción, y se pueden acompañar con varios aderezos y disfrutar en compañía de familiares y amigos.

El presente trabajo de investigación busca determinar la factibilidad de la producción y comercialización de empanadas de verde (conocido en el Ecuador como plátano verde verde) en Charlotte. Para cumplir el objetivo propuesto se comienza con el estudio de mercado, donde se identifica la competencia, en la cual se ha evidenciado que, a pesar de ofrecerse productos similares, no existe un producto que tenga las mismas características planteadas en la empanada, por otra parte, se realiza un diagnóstico que permite determinar el estado situacional del negocio. En el ámbito organizacional, se encuentra que los cargos que se necesitan no deben cumplir con especificaciones muy

estrictas y las funciones que realizan son claras y aplicables sin dificultad. Así mismo el estudio técnico, describe aspectos de vital importancia para el proceso productivo con un concepto innovador. Posteriormente, a partir de la ejecución del estudio financiero, se determina que el proyecto analizado es viable para los emprendedores por los resultados positivos, concluyendo que el proyecto es rentable y se puede ejecutar.

1.3 Planteamiento del problema

La venta de empanadas de plátano verde presenta entre sus debilidades el no contar con una organización de sus actividades que permitan optimizar recursos, mejorar la difusión y asegurar la rentabilidad lo cual permitirá hacer crecer la masa de clientes en la ciudad de Charlotte donde viven muchos ciudadanos de origen ecuatoriano, y países latinoamericanos que gustan de este producto

A pesar de su excelente sabor y versatilidad los productores y comerciantes no cuentan con un estudio que les permita determinar la factibilidad de su producción y comercialización, competencia, ingresos y gastos, así como fuentes de financiamiento.

1.4 Delimitación

La presente investigación se llevará a cabo en la ciudad de Charlotte, del condado de Mecklenburg del estado de Carolina del Norte de los Estados Unidos. El estudio abarca un periodo de 6 meses, y se enfocará en la población de 5 a 100 años, cuya población universal aproximada en el 2024 es de 923.164 habitantes (World Population Review, 2024), de los cuales los latinos representan el 15% esto se traduce en aproximadamente 137.552 ciudadanos (<https://lanoticia.com>, 2023) de cuyo dato se extraerá la muestra.

Para calcular el tamaño de la muestra de una población de 137,552, se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

Donde:

- (n) es el tamaño de la muestra.
- (N) es el tamaño de la población (137,552).
- (Z) es el valor Z correspondiente al nivel de confianza (por ejemplo, 1.96 Para un nivel de confianza del 95%).
- (p) es la proporción esperada de la población (0.5).
- (e) es el margen de error (por ejemplo, 0.05 para un margen de error del 5%).

Cálculo:

$$n = \frac{(137552-1) \cdot 0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}{137552 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}$$

1. ($Z^2 = 1.96^2 = 3.8416$)
2. ($p \cdot (1 - p) = 0.5 \cdot 0.5 = 0.25$)
3. ($N - 1 = 137552 - 1 = 137551$)
4. ($e^2 = 0.05^2 = 0.0025$)

Sustituyendo estos valores en la fórmula:

$$n = \frac{137551 \cdot 0.0025 + 3.8416 \cdot 0.25}{137552 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}$$

$$n = \frac{343.8775 + 0.9604}{132,276.8}$$

$$n = \frac{344.8379}{132,276.8}$$

$$n \approx 383.6$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra necesaria es aproximadamente **384** personas.

Los recursos con los que se realizará la investigación son: Humanos: investigador, ciudadanos de Charlotte, de infraestructura que corresponde a la maquinaria e insumos utilizados y financieros compuesto de ahorro y crédito personal.

1.5 Antecedentes

La historia de la producción de empanadas de plátano verde es fascinante y diversa, ya que este un lo ha evolucionado en diferentes regiones del mundo. Aquí te dejo un resumen con referencias bibliográficas:

“La empanada tiene sus raíces en la cocina española, donde se conocía como “empanar” o “envolver en pan”. Sin embargo, la versión moderna de la empanada se originó en América Latina, donde se agregaron nuevos ingredientes y sabores a la receta original” (<https://laverdaderahistoriade.com/empanada/>, s.f.).

“Durante la Edad Media, con la expansión del Imperio Romano, las empanadas se difundieron por toda Europa y adquirieron diferentes nombres y formas en cada región. Por ejemplo, en España se conocen como “empanadillas”, mientras que en Francia reciben el nombre de “tourtes”. Durante el periodo colonial fue el punto de inflexión para la popularización de las empanadas en esta región. Los colonizadores introdujeron ingredientes europeos y técnicas culinarias que se fusionaron con los productos autóctonos, dando lugar a una nueva versión de las empanadas. A medida que las empanadas se extendieron por América Latina, cada país y región fue adaptando la receta y creando su propia versión. Por ejemplo, en Argentina las empanadas son conocidas por su relleno de carne picada, cebolla y especias, mientras que en Chile se caracterizan por su masa más delgada y rellenos variados como mariscos, queso o carne. Mientras tanto, en México, la empanada se hace con masa de maíz y se rellena con una variedad de ingredientes, desde carne hasta queso. Además de su evolución a nivel regional, las empanadas han sido influenciadas por otras culturas culinarias a nivel mundial. Por ejemplo, en Asia existen las empanadas chinas llamadas “jiaozi” y en el Medio Oriente se encuentran las “samosas”, que son similares en forma y concepto. (Rey vino blanco, 2018, p. 102)

Sobre los procesos productivos de las empanadas se han realizado varios estudios entre ellos tenemos en el 2019 el realizado por Luis Tovar y Juan Corredor de España a través de su tema “Plan de negocios para la creación de una fábrica de empanadas a base

de papas”, que incluyó un análisis de mercado, aspectos administrativos y financieros. Daniela Bedoya de Bogotá en el mismo año realizó una investigación sobre la estandarización del proceso productivo en empanadas artesanales donde se buscó identificar y mejorar las operaciones para reducir los tiempos muertos y optimizar la producción. Así mismo en el año 2018 la Universidad IEA de Medellín realizó un estudio para evaluar la viabilidad de un restaurante en Medellín dedicado a la producción y comercialización de empanadas, analizando el mercado y las tendencias de consumo cuyo nombre fue “Plan de negocios para un restaurante dedicado a la producción y comercialización de empanadas”. Este trabajo aplicó la investigación mixta cualitativa y cuantitativa.

1.6 Justificación

La elaboración de empanadas ha tenido un crecimiento significativo en las últimas décadas dado su popularidad en diversas regiones. Esta investigación de plan de negocio se justifica por:

- Oportunidad de demanda creciente por ser un alimento de fácil preparación y accesible por su costo que se puede utilizar como plato principal del desayuno, o aperitivo.
- Oportunidad de innovación dado la versatilidad de la empanada siempre se permite la innovación mediante nuevas texturas y sabores.
- Impacto socioeconómico, los emprendimientos producen un impacto a nivel económico ya que se incorporan al proceso productivo generando empleo y ampliación de oferta de productos alimenticios en el mercado. A nivel social fortalece la dignidad humana con el empleo y mejoramiento de la calidad de vida de los empleados y del propio empresario.

- Impacto en la salud, por ser un alimento con ingredientes de alto valor nutricional conteniendo calorías, proteínas, grasas, carbohidratos, fibras, azúcares, vitaminas C y A, potasio, magnesio, fósforo y calcio, se constituye en la materia prima directa de la producción de empanadas.
- Relevancia académica por ser una fuente de consulta y guía para otros investigadores y docentes del área de emprendimiento.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo general

- Determinar la factibilidad de la implementación de la producción y comercialización de empanadas en la ciudad de Charlotte.

1.7.2 Objetivos específicos

- Identificar el perfil del potencial consumidor de empanadas del mercado de Charlotte.
- Definir los medios de comercialización del producto en el mercado de Charlotte.
- Determinar la viabilidad económica de la producción de empanada en Charlotte.

CAPITULO II

2.1 Plan de Negocio

2.1.1 Descripción del negocio

Es un emprendimiento unipersonal destinado a la producción y comercialización de empanadas artesanales de plátano verde con queso, carne, vegetales, y camarón siendo el objetivo ofrecer a los clientes un producto fresco y con recetas tradicionales e ingredientes de alta calidad. Está dirigido a clientes de todas las edades, con ventas al por menor y mayor, precios accesibles, y entrega a domicilio. El proceso productivo es artesanal y la conservación está bajo normas de calidad como son temperatura adecuada, empaque apropiado y traslado seguro. El negocio atenderá en horas laborables en un ambiente familiar de calidez donde puedan compartir los miembros de la familia sintiendo la sencillez y armonía de lo tradicional.

Nuestra propuesta de valor se basa en la producción de la empanada de manera artesanal con materia prima traída del Ecuador como son el plátano verde y el queso, manteniendo así su sabor tradicional ecuatoriano.

El plátano verde también conocido como plátano macho, es un alimento versátil y lleno de beneficios para la salud entre las cuales se señala:

Contribución a la Salud Cardiovascular:

- Dentro de una dieta equilibrada, el consumo de plátano verde resulta beneficioso para la salud cardiovascular. Porque son ricos en **potasio**, un mineral esencial para mantener el ritmo cardíaco normal y regular la presión arterial.

Apoyo al Aparato Muscular:

- El potasio no solo es bueno para el corazón, sino también para los músculos. Participa en reacciones químicas clave, como la contracción muscular y la síntesis de proteínas.

Vitamina B6 para el Bienestar General:

- Los plátanos verdes contienen **vitamina B6**, que es esencial para mantener la función neurológica normal, regular el azúcar en sangre, producir hemoglobina y descomponer proteínas.

Apoyo al Tránsito Intestinal:

- Aunque los plátanos verdes son más difíciles de digerir que los maduros, su consumo dentro de una dieta equilibrada puede ayudar a mantener un buen tránsito intestinal.

Sensación de Saciedad y Energía:

- El almidón resistente presente en el plátano verde prolonga la sensación de saciedad, lo que puede ser útil si estás cuidando tu peso. Además, este plátano verde aporta energía gracias a su contenido de carbohidratos. En resumen, el plátano verde es un verdadero superalimento.

2.1.2. Creación del negocio

El negocio tiene sus orígenes en el año 1998 en Ecuador, donde se producían empanadas en pequeñas cantidades, luego por motivo de migración de su dueño se vendían en España y finalmente en Charlotte donde se expende el producto a familiares y amigos. Actualmente se pretende vender el producto a mayor escala.

2.1.3 Filosofía empresarial

Misión

La empresa “Mayol” produce empanadas de alta calidad, para satisfacer el gusto y necesidades de nuestros clientes, innovando constantemente para construir experiencias culinarias memorables y contribuir al bienestar de nuestra comunidad manteniendo el respeto a la tradición y al medio ambiente.

Visión:

La empresa “Mayol” busca ser una empresa líder en producción y venta de empanadas en Charlotte, reconocida por su calidad, innovación, y buen trato manteniendo la autenticidad, sabor, excelencia y compromiso con el medio ambiente.

Valores empresariales

Los valores empresariales son principios fundamentales que guían el comportamiento y las decisiones de una empresa. “Mayol” cuenta con los siguientes valores empresariales prioritariamente:

- Calidad, cuidando los ingredientes, el proceso de elaboración y atención al cliente.
- Tradición._ respetando las recetas y técnicas tradicionales de la empanada ecuatoriana.
- Innovación._ incorporando nuevas ideas de producción, presentación y trato al cliente.
- Integridad._ Siendo honestos y transparentes con nuestros clientes, proveedores y empleados.
- Responsabilidad._ siendo respetuosos con los procesos de elaboración de empanadas y relación con la comunidad y el medio ambiente.

- Autenticidad._ siendo auténticos en la producción de las empanadas y la conexión con la cultura.

2.1.4. Estructura organizacional.

Gerente General._ es el propietario y dirige la parte administrativa de la empresa, se encarga además de sus procesos laborales. Organiza la empresa y sus empleados, establece el entramado de niveles jerárquicos y es, en definitiva, el esqueleto sobre el que se sostiene la empresa

Director de Producción._ Se encarga de planificar, organizar y supervisar los procesos de producción, gestionar los recursos, asegurar el cumplimiento de regulaciones, normas de seguridad , de medio ambiente, cuidar la calidad de los productos, con cualidades de: comunicación efectiva, conocimiento de procesos de producción y tecnología, liderazgo y gestión de equipo, y competencia de planificación y organización.

Director de venta y marketing._ Se encarga de controlar el cumplimiento de las metas de ventas, relación con los clientes, identificar nuevas oportunidades de ventas y supervisarlas, realizar campañas de publicidad, investigar tendencias del mercado y comportamiento del consumidor, supervisar la creación de contenidos, gestionar la presencia en línea de la empresa (redes sociales, sitios web, etc.), identificar oportunidades de innovación y crecimiento. Cuenta con cualidades de: comunicación, análisis, creatividad, conocimientos de herramientas y tecnologías de marketing (digitales y tradicionales) y resolución de problemas.

Director de contabilidad y finanzas._ Se encarga de garantizar la precisión y cumplimiento de los registros y normas contables, desarrollar procedimientos contables, preparar y presentar informes financieros, realizar las declaraciones tributarias y laborales, gestionar los permisos administrativos, custodiar la información, supervisar la gestión del

dinero, analizar el desempeño financiero de la empresa, gestionar la relación con inversionistas y bancos, identificar oportunidades de ahorro y reducción de costos, evaluar riesgos financieros con conocimientos contables y finanzas. Con cualidades de: integridad y ética profesional, con comunicación efectiva, capacidad de toma de decisiones, liderazgo, visión a largo plazo y orientación hacia la creación de valor.

2.2. Plan comercial y de Marketing

El plan comercial es un documento que describe la estrategia de marketing y ventas de una empresa, incluyendo los objetivos, tácticas y recursos necesarios para alcanzar las metas establecidas" (Kotler & Armstrong, 2020, p. 47).

2.2.1. Estrategia de producto

"La estrategia de producto es el arte de encontrar el equilibrio entre lo que el mercado necesita, lo que la empresa puede ofrecer y lo que los competidores no pueden igualar" (Aaker, 2017, p. 215).

"Una estrategia de producto efectiva implica entender las necesidades y deseos de los clientes, y desarrollar un producto que satisfaga esas necesidades de manera única y valiosa" (Philip Kotler, 2020, p. 342).

Para lograr esta efectividad en la estrategia del producto empanadas "Mayol", se consideran los siguientes elementos:

- **Identificar la necesidad alimenticia de los clientes.**__ a través de la encuesta como se indica en la figura 1 los clientes requieren de manera preferente empanadas de queso con un 71% y de carne en un 23%, las cuales consumen en el desayuno en un 60% y en la cena en un 25%, en una presentación mediana

señalados en los gráficos 2 y 3 respectivamente, empaquetada en un grupo de 10 empanadas para cocinar o fritas a los datos de preferencia del cliente.

Figura 1

Preferencia de contenido de empanada de plátano verde

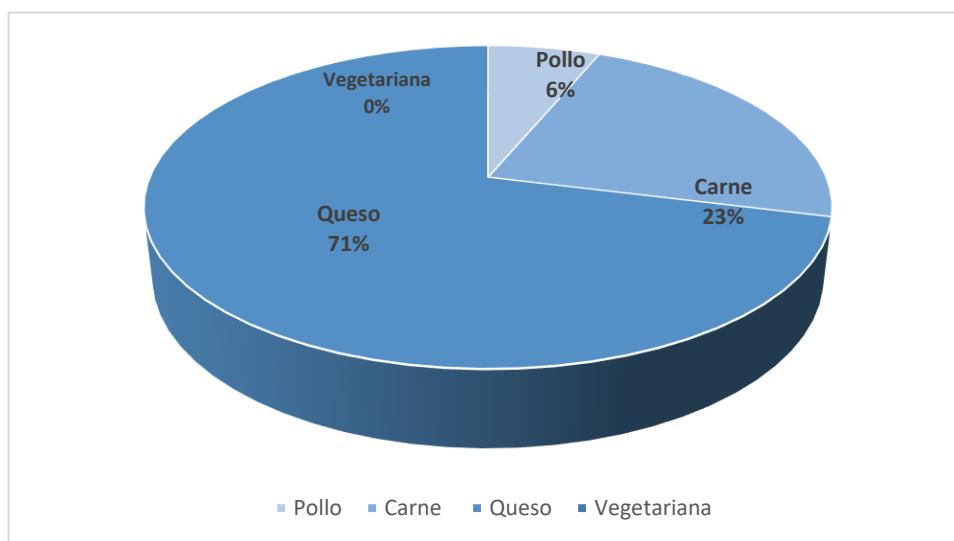


Figura 2

Horario de consumo de empanadas de plátano verde en el día

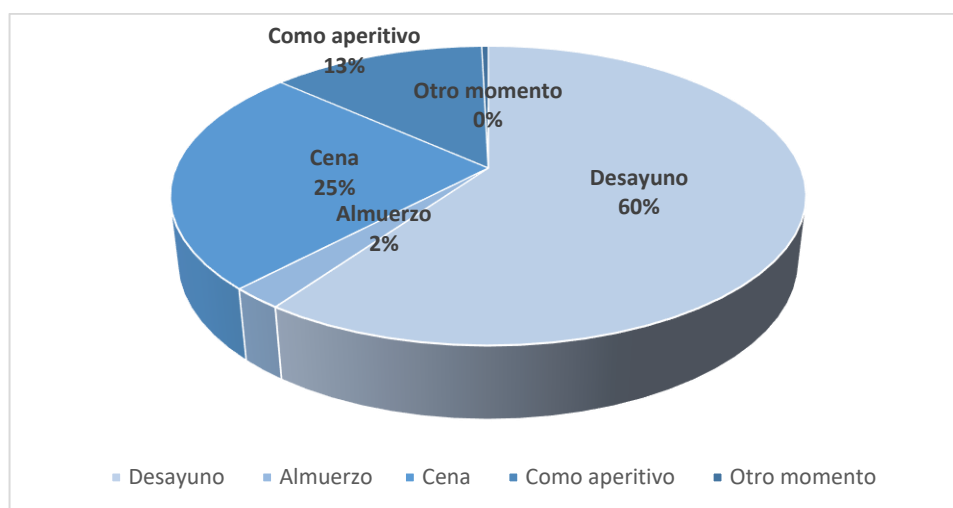
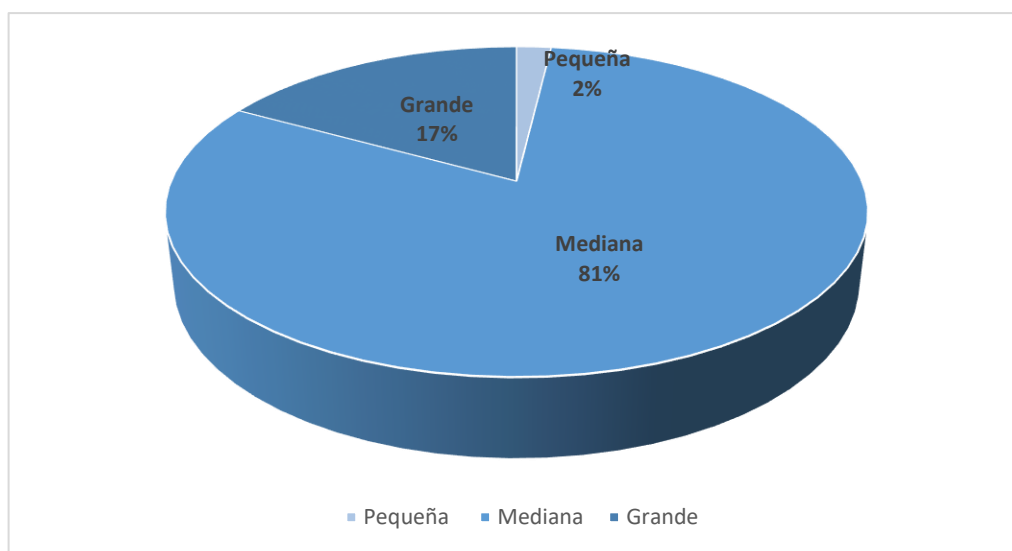


Figura 3

Preferencia del tamaño de empanada de plátano verde



Identificar a los clientes potenciales._ Se ha considerado como cliente potencial a ciudadanos de 5 a 100 años.

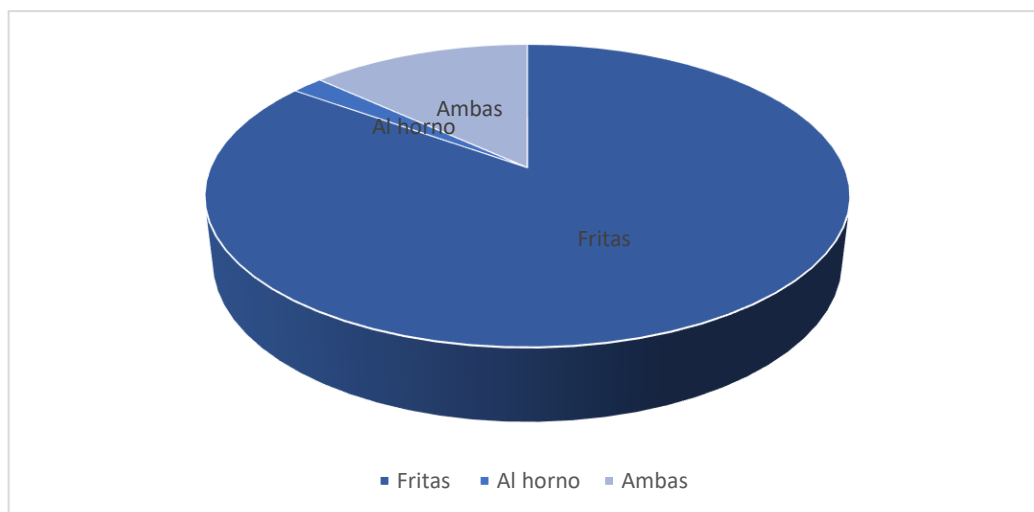
Determinar la diferenciación del producto frente a la competencia._ Se ha establecido como elemento diferenciador el proceso artesanal que se realiza para la elaboración de las empanadas de plátano verde frente aquellas que son elaboradas de manera industrial, uno de ellos la cocción que se realiza de manera tradicional fritas siendo está de mayor preferencia para los clientes y al horno como una innovación.

Establecer objetivos de negocios, para lo cual se ha mantenido el proceso de elaboración y cuidado en el uso de los elementos para la elaboración de la empanada de verde.

Cuidar la calidad del producto manteniendo su sabor y cuidando su proceso de elaboración, higiene y manipulación.

Figura 4

Preferencia de cocción de la empanada



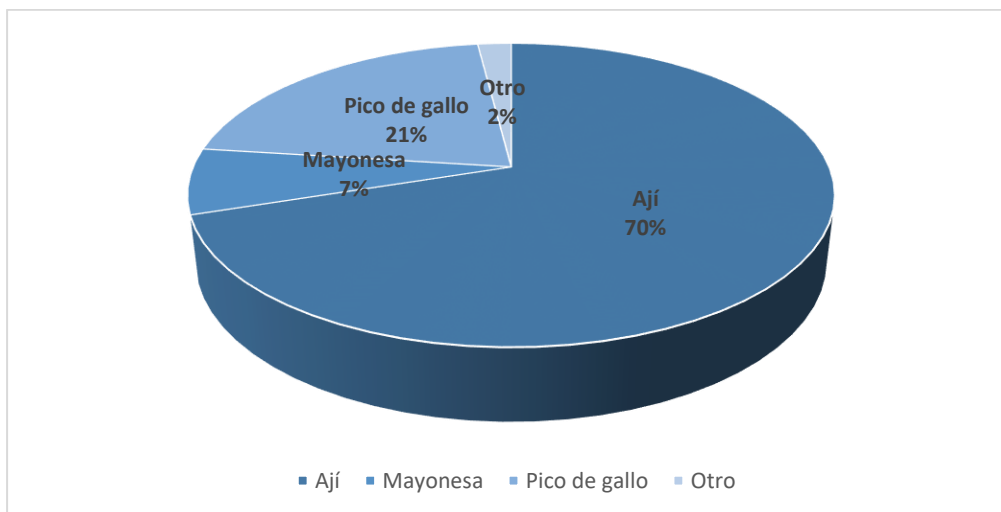
Optimizar los procesos de producción, cuidando el inventario y controlando los costos.

Aplicar la creatividad para innovar con recetas que mantengan la tradición de la empanada y que permitan incorporar otros ingredientes como el pollo, el camarón y vegetales para atraer clientes.

Ofrecer una variedad de sabores en el producto de empanadas a través de opciones de relleno, considerando que los encuestados prefieren en un 71% empanadas de queso y un 23% de carne como se muestra en la figura 2 y las prefieren acompañadas con ají según criterio de los clientes en un 70%, según se señala en la figura 4.

Figura 5

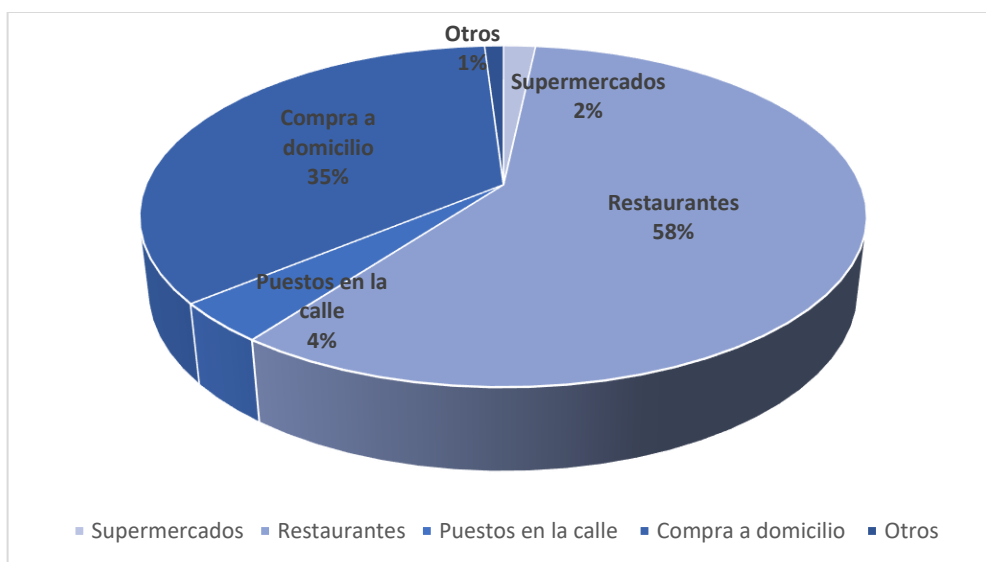
Preferencia de aderezo acompañante para la empanda de plátano verde



Aplicar canales de distribución tales como lo señala la figura 5 con ventas directas en el local donde prefieren degustarlas los clientes en un 59%, tiendas minoristas, y plataformas en líneas, ventas a domicilio escogida por los clientes en un 35%.

Figura 6

Preferencia de lugar de compra de empanadas



2.2.2. Estrategia de promoción

"La promoción efectiva requiere una comprensión profunda de las necesidades y comportamientos del consumidor, así como una estrategia integrada que combine los canales de comunicación adecuados para alcanzar los objetivos de marketing" (Kotler Keller Brady, 2022, p. 542).

"La estrategia de promoción debe ser ágil y adaptarse a los cambios en el mercado y en el comportamiento del consumidor, utilizando datos y análisis para optimizar la efectividad de las campañas y maximizar el retorno de la inversión" (Aaker D, 2020, p. 321).

La Estrategia de promoción del proyecto contiene las siguientes técnicas:

- Apertura de cuenta en redes sociales: Facebook, Instagram, tik tok.
- Creación de cuenta de correo electrónico.
- Creación y legalización de marca.
- Promociones y descuentos en días especiales, cumpleaños y feriados para atraer clientes.
- Presencia en ferias de emprendedores que muestren la relación con la comunidad y aprovechar el espacio para dar a conocer las bondades del producto.
- Servicio de entrega a domicilio a través del sistema de delivery.

2.2.3. Estrategia de precio

"La estrategia de precio es el proceso de fijar el precio de un producto o servicio de manera que se equilibre la demanda y la oferta, se maximice el beneficio y se logren los objetivos de la empresa" (Philip Kotler, 2020, p. 342).

El precio o es un elemento clave en la estrategia de marketing, ya que influye en la percepción del valor del producto por parte del consumidor y en la capacidad de la empresa para generar ingresos y beneficios" (B, 2003, p. 189).

El proyecto de producción de empanadas considera establecer el precio basado en:

“Costos.- Calcula todos los costos de producción (ingredientes, mano de obra, empaques, etc.) y añade un margen de beneficio, asegurando la obtención de ganancia” (<https://Maquiempandas.com>, 2022).

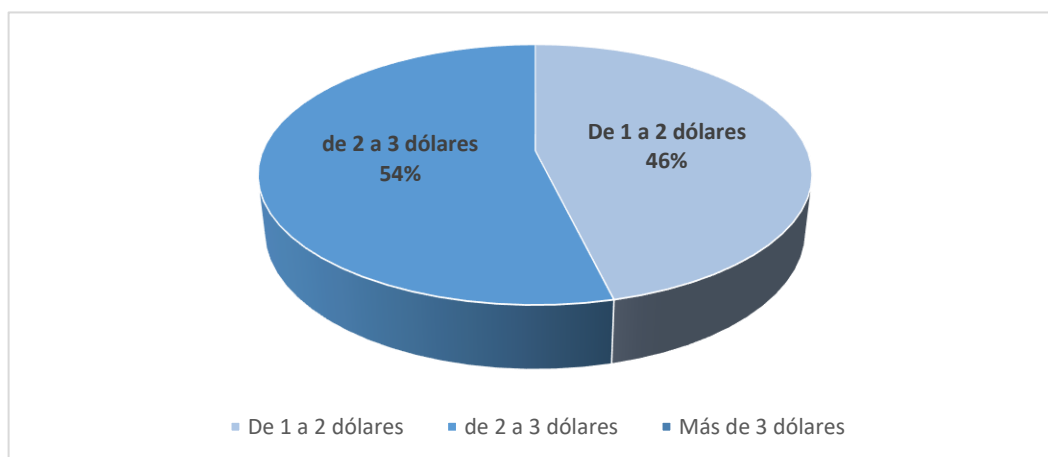
Por otro lado, la estrategia de precios también varía a lo largo del ciclo de vida del producto. Kotler, en su libro “Marketing Management,” “destaca cómo los precios deben ajustarse a medida que un producto atraviesa las siguientes etapas: inicio, madurez y declinación” (p. 88).

“La investigación de mercado permite comprender la percepción de los consumidores sobre los precios y determinar cómo se comparan con los de la competencia” (Academia de marketing., 2023, p. 57).

En consecuencia, considerando estos criterios: de costo, del ciclo de vida y del estudio de mercado se ha establecido el precio de \$3.00 teniendo en cuenta los costos y según encuesta realizada a potenciales clientes que indican según figura 7 en un 54% que están dispuestos a pagar este valor.

Figura 7

Preferencia de precios de empanadas de potenciales clientes



2.2.4. Presupuesto de Marketing

"Un presupuesto de marketing efectivo debe ser flexible y adaptable a los cambios en el mercado y en la empresa, y debe incluir una asignación clara de recursos para cada actividad de marketing, así como un sistema de control y seguimiento para medir el rendimiento" (Aaker D, 2020, p. 421).

"El presupuesto de marketing es un plan detallado que asigna recursos financieros a las diferentes actividades de marketing, con el fin de alcanzar los objetivos de marketing y maximizar el retorno de la inversión" (Philip Kotler, 2020, p. 549).

Tabla 1

Presupuesto de marketing

Estrategia	Actividad	Valor
Investigación de mercado	Encuesta de mercado	\$ 200.00
Desarrollo de marca	Diseño de logo	\$ 200.00
	Materiales de marketing (folletos, tarjetas de presentación)	\$ 300.00
Publicidad digital	Campañas en redes sociales (Facebook, Instagram)	\$ 500.00
Publicidad física	Anuncios publicitarios	\$ 400.00
Promociones y descuentos	Ofertas de lanzamiento	\$ 200.00
Total		\$1800.00

2.3. Infraestructura y equipamiento

La infraestructura se refiere al espacio adecuado para la producción y comercialización de empanadas, la cual se ha organizado de la siguiente manera:

- Zona de preparación
- Zona de almacenamiento de materia prima
- Zona de envase y etiquetado a través de un sistema de envasado de calidad, identificando la fecha de elaboración y caducidad.

El equipamiento comprende:

- Mesa de trabajo
- Amasadora
- Hornos industriales
- Freidoras
- Equipos de refrigeración

2.4. Análisis FODA

El análisis FODA de la producción y comercialización de empanadas:

2.4.1 Fortalezas

- **Calidad del Producto:** Uso de ingredientes frescos y recetas tradicionales que garantizan un sabor auténtico.
- **Variedad de Sabores:** Ofrecer una amplia gama de empanadas con diferentes rellenos para atraer a diversos gustos.
- **Experiencia en el Sector:** Contar con personal capacitado y con experiencia en la producción de alimentos.
- **Flexibilidad en la Producción:** Capacidad para adaptar la producción según la demanda del mercado.

2.4.2 Oportunidades

- **Crecimiento del Mercado:** Aumento de la demanda de alimentos rápidos y convenientes.
- **Expansión Geográfica:** Posibilidad de abrir nuevas sucursales o franquicias en diferentes regiones.
- **Innovación en Productos:** Introducción de nuevas variedades de empanadas.
- **Marketing Digital:** Utilización de redes sociales y plataformas en línea para promocionar y vender empanadas.

2.4.3 Debilidades

- **Dependencia de Proveedores:** Riesgo de interrupciones en el suministro de materias primas.
- **Costos de Producción:** Altos costos iniciales para la adquisición de equipos y establecimiento de la infraestructura.
- **Capacidad Limitada:** Restricciones en la capacidad de producción que pueden afectar la capacidad de satisfacer la demanda en picos altos.
- **Falta de Reconocimiento de Marca:** Necesidad de invertir en marketing para construir una marca reconocida.

2.4.4 Amenazas

- **Competencia Intensa:** Presencia de numerosos competidores en el mercado de alimentos rápidos.
- **Regulaciones Sanitarias:** Cumplimiento de estrictas normativas sanitarias y de seguridad alimentaria.
- **Variabilidad en los Precios de Insumos:** Fluctuaciones en los precios de los ingredientes que pueden afectar los márgenes de ganancia.

- **Cambios en las Preferencias del Consumidor:** Tendencias cambiantes en las preferencias alimentarias que pueden afectar la demanda.

2.5. Estudio Técnico

Según (Garcia, 2023) un estudio técnico proporciona "datos detallados y análisis específicos para la toma de decisiones informadas" (p. 45).

2.5.1. Plan de inversiones

El plan de negocios de empanadas de plátanos de verde se detalla en la siguiente tabla descriptiva.

Tabla 2

<i>Plan de Inversiones para Producción de Empanadas</i>		
1. Inversiones Iniciales		
•	Maquinaria y Equipos:	
○	Horno industrial:	\$ 2,000.00
○	Mezcladora de masa:	\$ 1,500.00
○	Freidora industrial:	\$ 1,200.00
○	Refrigerador: \$800	
○	Utensilios de cocina (cuchillos, tablas, etc.): \$	500.00
•	Instalaciones:	
○	Adecuación del local:	\$ 3,000.00
○	Mobiliario (mesas, sillas, estanterías):	\$ 1,000.00
•	Gastos de Constitución:	
○	Registro de la empresa:	\$ 300.00
○	Licencias y permisos:	\$ 200.00
•	Marketing y Publicidad:	
○	Diseño de logo y branding:	\$ 1,000.00
○	Publicidad inicial (volantes, redes sociales	\$ 800.00
2. Gastos Operativos Iniciales (Primeros 3 meses)		
•	Materia Prima:	
○	Ingredientes (harina, carne, vegetales, etc.)	\$ 1,500.00

- **Mano de Obra:**
 - Salarios (2 empleados): \$ 3,000.00
- **Servicios:**
 - Alquiler del local: \$ 1,200.00
 - Servicios públicos (agua, electricidad, gas): \$ 600.00
- **Otros Gastos:**
 - Transporte y distribución: \$ 300.00
 - Suministros de oficina: \$ 100.00

Resumen de Inversiones

•	Total, Inversiones Iniciales:	\$ 10,300.00
•	Total, Gastos Operativos Iniciales:	\$ 7,700.00
•	Total, General:	\$ 18,000.00

Este plan de inversiones proporciona información sobre los costos iniciales y operativos para iniciar el proyecto.

2.5.2. *Financiamiento*

La mayoría de los emprendedores se dedican a su negocio propio, por el contrario, hay emprendedores más conservadores, que realizan de manera paralela otras actividades, que garanticen un flujo seguro de ingresos, hasta cuando el negocio se consolide. Las fuentes de financiamiento más comunes que los emprendedores buscan son: crédito, recursos financieros que se obtiene de amigos y familiares y a través del ahorro propio según (Montero, 2005)

2.5.1.1 Préstamos Bancarios

“Préstamos bancarios es una operación financiera donde una entidad le concede a otra una cantidad de dinero en una cuenta a su disposición, comprometiéndose la segunda a devolver todo el dinero tomado, pagando además un interés por el uso de esa cantidad” . (Ralfino, 2021, p.125).

2.5.1.2 Ahorros Personales

Lo constituye el exceso de dinero que se destina para una meta futura.

El proyecto requiere una inversión inicial de \$18.000 dólares de los cuales serán financiados de la siguiente manera:

Préstamo bancario: \$10.000.00

Ahorro personal: \$ 8 000.00

2.5.3. Proyecciones de ventas

En base a la encuesta realizada a 384 potenciales clientes se ha proyectado las ventas para cinco años, previo a ello se establece la La proyección de ventas mensuales es la siguiente:

1776 empanadas a \$3.00 cada una.

Para proyectarla a 5 años consideramos la tasa de inflación en los Estados Unidos que es de 2.9%, con esta información realizamos el cálculo anual aplicando la fórmula de proyección de ventas.

Tabla 3

Cuadro analítico de proyección de cantidad de venta mensual de empanadas

Consumo por cliente	Datos de la frecuencia de consumo				Resumen de cantidad de ventas mensual		
	Frecuencia	Semanal	Mensual	Rara Vez	Cantidad	Semanal	Mensual
1	22	22			1	22	88
2 a 3	87	87			2	4	696
2 a 3	13		13		3		411
4 a 5	10		10		4		436
más de 5	29			2	5		145
	38	10	24	2			
	4	9	6	9			1776

Tabla 4*Proyección de ventas*

	Años	Ventas	(1+0.029)	Resultado
	1	63,936.00	(1+0.029)	65,790.14
	2	65,790.14	(1+0.029)	67,698.06
	3	67,698.06	(1+0.029)	69,661.30
	4	69,661.30	(1+0.029)	71,681.48
	5	71,681.48	(1+0.029)	73,760.24

2.5.4. Costos y Gastos operativos

Se ha determinado un conjunto de costos en materia prima directa e indirecta, así como gastos administrativos para la ejecución del plan de negocio.

Tabla 5*Cálculo de Costos y Gastos Operativos Mensual*

Categoría	Costo (USD)	Unitario	Cantidad	Costo Total (USD)
Materia Prima				
Verde (10 cajas x 48 unidades/1776)		0.17	1,366	223.72
Carne (410 empanadas, 23% de preferencia de encuestados) Carne a \$6.00x4 bolas		0.06	410	24.60
Queso		0.23	1,366	314.18
Aceite		0.03	1,776	53.28
Especias y condimentos		0.02	1,776	35.52
Total, Materia Prima				651.30
Mano de Obra				
Operarios				800.00
Total, Mano de Obra				800.00
Costos Indirectos				
Alquiler del local				1000.00
Servicios públicos				300.00
Mantenimiento de equipos				100.00
Empaques y etiquetas		0.1	177	17.70
Total, Costos Indirectos				1,417.70
Gastos Administrativos y de Ventas				
Marketing y publicidad				150.00
Transporte y distribución				100.00
Pago de Préstamo bancario				150.00

Costos de software y herramientas de gestión	100.00
Total, Gastos Administrativos y de Ventas	1,000.00
Total, General	3,869.00

Cálculo anual $\$3,869.00 \times 12 = \$46,428.00$

Para proyectar a 5 años consideramos la fórmula con una tasa de crecimiento del 2.1% en los Estados Unidos

Valor de gastos $(1+0.021)$

Tabla 6

Proyección de gastos

Años	Gastos	% de tasa de Crecimiento EE.UU	de en Resultado
1	46,428.00	$(1+0.021)$	47,402.99
2	47,402.99	$(1+0.021)$	48,777.67
3	48,777.67	$(1+0.021)$	50,192.23
4	50,192.23	$(1+0.021)$	51,647.80
5	51,647.80	$(1+0.021)$	53,145.59

Tabla 7

Resumen de Ventas y costos en 5 años

Años	Valor Ventas	Valor Costos	Diferencia
1	65,790.14	47,402.99	18,387.16
2	67,698.06	48,777.67	18,920.38
3	69,661.30	50,192.23	19,469.07
4	71,681.48	51,647.80	20,033.68
5	73,760.24	53,145.59	20,614.65

2.5. Análisis de Rentabilidad

2.5.1. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se ha aplicado considerando los costos fijos y variables como se describe en las tablas 8 y 9; y desarrollando la siguiente formula:

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio unitario de venta} - \text{Costo Variable unitario}}$$

Tabla 8

Costos fijos

Categoría	Costo Total (USD)
Alquiler del local	1,500.00
Servicios públicos	300.00
Mantenimiento de equipos	100.00
Marketing y publicidad	150.00
Pago de Préstamo bancario	150.00
Costos de software y herramientas de gestión	100.00
Total	2,300.00

Tabla 9

Costos variables

Categoría	Costo Unitario (USD)	Cantidad	Costo Total (USD)
Materia Prima			651.30
Operarios			800.00
Empaques y etiquetas	0.1	177	17.70
Transporte y distribución			100.00
Total			1,569.00

Costo variable Unitario: $1569/1776 = 0.88$

Desarrollo de la fórmula

$$PE = \frac{2,300.00}{3 - 0.88} = 1085$$

Análisis: El punto de equilibrio de la producción de empanadas es de 1085 unidades, esta cantidad permite cubrir los costos.

2.5.2. Análisis del Valor Actual Neto (VAN)

Cálculo del VAN

Datos

- **Inversión Inicial (I_0):** \$18,000
- **Flujo de Caja Inicial (F_0):** \$63,936
- **Tasa de Crecimiento Anual (g):** 2.1%
- **Tasa de Descuento r :** 5.5%
- **Número de Años (n):** 5

Fórmula del Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+r)^t}$$

Donde:

- (F_t) = Flujo de caja en el período (t)
- (r) = Tasa de descuento
- (t) = Período de tiempo
- (I_0) = Inversión inicial

Primero, calculamos los flujos de caja para cada año considerando la tasa de crecimiento del 2.1%:

Tabla 10

Cálculo de los Flujos de Caja Descontados

Año	Cálculo	Resultado
1	$F_1 = F_0 \times (1+g) = \$63,936 \times 1.021$	\$65,276.66
2	$F_2 = F_1 \times (1+g) = \$65,276.66 \times 1.021$	\$66,739.49
3	$F_3 = F_2 \times (1+g) = \$66,739.49 \times 1.021$	\$68,329.00
4	$F_4 = F_3 \times (1+g) = \$68,329.00 \times 1.021$	\$70,050.91
5	$F_5 = F_4 \times (1+g) = \$70,050.91 \times 1.021$	\$71,911.98

Tabla 11*Descuento de caja al valor presente usando la tasa de descuento del 5.5%*

Año	Cálculo	Resultado
1	$(1+0.055)^1 \$65,276.66$	\$61,870.06
2	$(1+0.055)^2 \$66,739.49$	\$59,927.89
3	$(1+0.055)^3 \$68,329.00$	\$58,073.78
4	$(1+0.055)^4 \$70,050.91$	\$56,304.88
5	$(1+0.055)^5 \$71,911.98$	\$54,618.36

Suma de valores presentes de los flujos de caja:

Total, Flujos de Caja Descontados=

\$61,870.06+

\$59,927.89+

\$58,073.78+

\$56,304.88+

\$54,618.36 = \$290,794.97

Finalmente, restamos la inversión inicial:

$VAN = \$290,794.97 - \$18,000 = \$272,794.97$

Interpretación del VAN

El resultado del VAN de \$272,794.97 indica que el proyecto es altamente rentable, ya que los flujos de caja descontados superan significativamente la inversión inicial.

2.5.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

La TIR se calcula resolviendo la siguiente ecuación para (r):

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

Interpretación:

- $TIR > \text{Tasa de Descuento}$: El proyecto es rentable.
- $TIR = \text{Tasa de Descuento}$: El proyecto no genera ni pérdidas ni ganancias.
- $TIR < \text{Tasa de Descuento}$: El proyecto no es rentable

Donde:

- (F_t) = Flujo de caja en el período (t)
- (r) = Tasa interna de retorno (TIR)
- (t) = Período de tiempo
- (I_0) = Inversión inicial

Pasos para Calcular la TIR

- Identificar los Flujos de Caja: Recopila los flujos de caja esperados para cada período.
- Establecer la Ecuación del VAN: Igualar el VAN a cero.
- Resolver para (r) : Utiliza métodos iterativos o una calculadora financiera para encontrar la TIR.

La empresa tiene una inversión inicial de \$18,000 y espera los siguientes flujos de caja durante 5 años:

Año 1: \$63,936.00

Año 2: \$65,276.66

Año 3: \$66,739.49

Año 4: \$68,329.00

Año 5: \$70,050.91

Para encontrar la TIR, igualamos el VAN a cero y resolvemos para (r) :

$$0 = (1+r)^{-1}63,936 + (1+r)^{-2}65,276.66 + (1+r)^{-3}66,739.49 + (1+r)^{-4}68,329.00 + (1+r)^{-5}70,050.91 - 18,000$$

Resolución

$$= \text{TIR}(-18000, 63936, 65276.66, 66739.49, 68329.00, 70050.91)$$

Resultado 357%.

Interpretación de la TIR Realizando el cálculo en Excel se determina que la tasa interna de retorno es del 357%, lo que indica que el proyecto observado en 5 años es rentable pues es mayor a la tasa de descuento del 5.5%.

CAPITULO III

3.1 CONCLUSIONES

Una vez concluido el presente proyecto de producción y comercialización de empanadas se concluye que:

- El estudio de mercado realizado determina que existe una demanda potencial para la producción y comercialización en la ciudad de Charlotte, considerando su proceso tradicional.
- Se establecieron los costos de producción, comercialización y distribución, con la proyección de ventas y el respectivo análisis financiero, los cuales determinaron que el proyecto es rentable, considerando precios razonables y cuidando la calidad del producto.
- La empresa cuenta con clientes filiales que valoran las empanadas en contenido y presentación existentes.
- Los clientes reportan satisfacción en el producto con las características en contenido y presentación.

3.2 RECOMENDACIONES

- Realizar encuestas de manera frecuente a fin de conocer las preferencias de los clientes y posicionamiento en el mercado del producto.
- Mantener control sobre el costo de producción de empanadas e información constante de la situación financiera de la empresa a fin de conocer las variaciones y tomar decisiones oportunas.
- Hacer uso de redes sociales para fortalecer la comunicación efectiva con los clientes y ampliar la cobertura de la empresa en Charlotte.

- Innovar en las prácticas de producción y comercialización permanentemente para lograr estar a la vanguardia de las exigencias del mercado cuidando siempre la empatía que la empresa debe tener con el medio ambiente y la tradición.

BIBLIOGRAFÍA

- (s.f.). <https://laverdaderahistoriade.com/empanada/>
- Aaker D, A. (2020). *Strategic Market Management*. Wiley .
- Aaker, D. A. (2017). *Strategic Market Management*. Nueva Jersey: Wiley.
- Academia de marketing*. (2023). Retrieved 24 de agosto de 2024, from <https://academiade-marketing.com/estrategia-de-precio-de-un-producto/>
- Condori, P. (2020). Universo, población y muestra. *Curso Taller*.
<https://doi.org/https://www.aacademica.org/cporfirio/18>
- Garcia, J. (2023). *Análisis técnico de la producción de empanadas* . Instituto de invesetigación alimentaria.42-57.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Fundamentos básicos de estadística*. México: McGraw-Hill.
- <https://lanoticia.com>. (2023). Retrieved 15 de agosto de 2024, from
<https://lanoticia.com/noticias/usa/nc/clt/cuantos-habitantes-hay-en-charlotte-y-que-porcentaje-son-de-origen-latino-en-2023/>
- <https://laverdaderahistoriade.com/empanada/>. (s.f.).
- <https://Maquiempandas.com>. (2022). Retrieved 24 de agosto de 2024, from
<https://maquiempandas.com/costos-de-produccion-de-fabrica-de-empanadas/>
- Kotler Keller Brady, G. y. (2022). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P. &. ((2020).). *Principios de marketing*. (17ª ed.). Pearson.
- Montero, E. (2005). Manual de gestión microempresarial : cómo administrar con éxito una microempresa . .
- Philip Kotler. (2020). *"Marketing Management"*. Nueva Jersey: Prentice Hall.
- Revilla, D. (2022). La Investigación Descriptiva La Investigación Descriptiva La Investigación Descriptiva. *Pontificia Universidad Católica del Perú*(978-612-48875-0-5).
<https://doi.org/https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/182854>
- Rey vino blanco. (s.f.). El Origen Histórico de la Empanada: Un Vistazo a su Creador. Retrieved 12 de 08 de 2024, from <https://reyvinoblanco.com/quien-fue-el-creador-de-la-empanada/>
- Solórzano, M. (27 de octubre de 2015). *La inclusión comienza en casa*. Fundación CAP:
<https://www.fundacioncap.cl/2015/10/27/la-inclusion-comienza-en-casa-padres-ok>
- Uzcátegui, K., Cabrera, F., & Lami, P. (2012). La educación inclusiva: una vía para la integración. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 8(1), 139-150.
<https://doi.org/http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67923973009>

World Population Review. (2024). Retrieved 27 de 08 de 2024, from
<https://worldpopulationreview.com/us-cities/north-carolina/charlotte>

ANEXO A

Resultado de la encuesta en línea realizada a clientes potenciales de la ciudad de Charlotte, Carolina del Norte.

Pregunta 1

Empanadas que se consumen

Dato	Valor	%
1	22	6
2 a 3	225	59
4 a 5	109	28
más de 5	29	8
Total	384	100

Pregunta 2

Rango de edad de clientes potenciales

Dato	Valor	%
De 0 a 10 años	15	4
De 11 a 20 años	7	2
De 21 a 30 años	65	17
De 31 a 40 años	87	23
De 41 a 50 años	94	25
De 51 a 60 años	101	26
De 61 a 70 años	15	4
Mas de 70 años	-	-
Total	384	100

Pregunta 3

Genero de Clientes potenciales

Dato	Valor	%
------	-------	---

Masculino	140	37
Femenino	244	64
Prefiero no decirlo	-	-
Total	384	100

Pregunta 4

Frecuencia de consumo de empanadas

Dato	Valor	%
Diariamente	-	-
Semanalmente	87	23
Mensualmente	253	66
Rara vez	43	11
Total	384	100

Pregunta 5

Preferencia de lugar de compra de empanadas

Dato	Valor	%
Supermercados	7	2
Restaurantes	225	59
Puestos en la calle	15	4
Compra a domicilio	134	35
Otros	4	1
Total	384	100

Pregunta 6

Horario de consumo de empanadas en el día

Dato	Valor	%
------	-------	---

Desayuno	230	60
Almuerzo	9	2
Cena	94	25
Como aperitivo	50	13
Otro momento	2	0
Total	384	100

Pregunta 7

Preferencia de contenido de empanada

Dato	Valor	%
Pollo	24	6
Carne	87	23
Queso	273	71
Vegetariana	-	-
Total	384	100

Pregunta 8

Preferencia del tamaño de empanada

Dato	Valor	%
Pequeña	7	2
Mediana	311	81
Grande	65	17
Total	384	100

Pregunta 9

Preferencia de cocción de la empanada

Dato	Valor	%
Fritas	326	85
Al horno	7	2
Ambas	51	13
Total	384	100

Pregunta 10

Preferencia de precio de empanadas

Dato	Valor	%
De 1 a 2 dólares	177	46
de 2 a 3 dólares	207	54
Más de 3 dólares	-	
Total	384	100

Pregunta 11

Preferencia de acompañante de empanada

Dato	Valor	%
Ají	269	70
Mayonesa	27	7
Pico de gallo	81	21
Otro	8	2
Total	384	100

ANEXO B

Pregunta 1

Empanadas que se consumen

Dato	Valor	%
1	22	6
2 a 3	225	59
4 a 5	109	28
más de 5	29	8
Total	384	100

Pregunta 2*Rango de edad de clientes potenciales*

Dato	Valor	%
De 0 a 10 años	15	4
De 11 a 20 años	7	2
De 21 a 30 años	65	17
De 31 a 40 años	87	23
De 41 a 50 años	94	25
De 51 a 60 años	101	26
De 61 a 70 años	15	4
Mas de 70 años	-	-
Total	384	100

Pregunta 3*Genero de Clientes potenciales*

Dato	Valor	%
Masculino	140	37
femenino	244	64

Prefiero no decirlo	-	-
Total	384	100

Pregunta 4

Frecuencia de consumo de empanadas

Dato	Valor	%
Diariamente	-	-
Semanalmente	87	23
Mensualmente	253	66
Rara vez	43	11
Total	384	100

Pregunta 5

Preferencia de lugar de compra de empanadas

Dato	Valor	%
Supermercados	7	2
Restaurantes	225	59
Puestos en la calle	15	4
Compra a domicilio	134	35
Otros	4	1
Total	384	100

Pregunta 6

Horario de consumo de empanadas en el día

Dato	Valor	%
Desayuno	230	60
Almuerzo	9	2

Cena	94	25
Como aperitivo	50	13
Otro momento	2	0
Total	384	100

Pregunta 7

Preferencia de contenido de empanada

Dato	Valor	%
Pollo	24	6
Carne	87	23
Queso	273	71
Vegetariana	-	-
Total	384	100

Pregunta 8

Preferencia del tamaño de empanada

Dato	Valor	%
Pequeña	7	2
Mediana	311	81
Grande	65	17
Total	384	100

Pregunta 9

Preferencia de cocción de la empanada

Dato	Valor	%
Fritas	326	85

Al horno	7	2
Ambas	51	13
Total	384	100

Pregunta 10

Preferencia de precio de empanadas

Dato	Valor	%
De 1 a 2 dólares	177	46
de 2 a 3 dólares	207	54
Más de 3 dólares	-	
Total	384	100

Pregunta 11

Preferencia de acompañante de empanada

Dato	Valor	%
Ají	269	70
Mayonesa	27	7
Pico de gallo	81	21
Otro	8	2
Total	384	100

Anexo B

Encuesta sobre la demanda de mercado de empanadas de verde en Charlotte.

Estimado cliente, mucho agradeceré responder a las siguientes preguntas como parte de un estudio de mercado de la producción y comercialización de empanadas en Charlotte.

I. ¿Cuál es su rango de edad?

Marca solo un óvalo.

☒ De 0 a 10

☐ años De

☐ 11 a 20

☐ años De

☐ 21 a 30

☐ años De

☐ 31 a 40

☐ años De

☐ 41 a 50

☐ años De

☐ 51 a 60

☐ años De

☐ 61 a 70

☐ años Mas

de 70

años

2. Cuando consume empanadas, ¿Cuántas suele comer?

Marca solo un óvalo.

☐

Una empanada

☐

De dos a tres empanadas

☐

De cuatro a cinco empanadas

☐

Más de cinco empanadas

3. ¿Cuál es su género?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ Prefiero no decirlo

4. ¿Con qué frecuencia consume empanadas?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Diariamente
- ☐ Semanalmente
- ☐ Mensualmente
- ☐ Rara vez

5. ¿Dónde suele comprar las empanadas? *

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Supermercados
- ☐ Restaurantes
- ☐ Puestos en la calle
- ☐ Compra a domicilio
- ☐ Otros

6. ¿En qué momento del día suele consumir empanadas?

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Desayuno
- ☐ Almuerzo
- ☐ Cena
- ☐ Como aperitivo a cualquier hora del día
- ☐ Otro

7. Tipo de demanda. ¿Qué tipo de empanada prefiere?

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Pollo
- ☐ Carne
- ☐ Queso
- ☐ Vegetariana
- ☐ Otro: _____

8. Tamaño ¿Qué tamaño de empanada prefiere?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Pequeña
- ☐ Mediana
- ☐ Grande

9. Método de cocción. ¿Cómo prefiere la cocción de las empanadas? *

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Fritas
- ☐ Al horno
- ☐ Ambas

10. Precio. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por una empanada?

Marca solo un óvalo.

- ☐ De 1 a 2 dólares
- ☐ De 2 a 3 dólares
- ☐ Más de 3 dólares

11. Preferencias: ¿Con qué le gustaría acompañar una empanada?

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Ají
- ☐ Mayonesa
- ☐ Pico de gallo
- ☐ Otro

12. Satisfacción General: ¿Qué tan satisfecho está con las empanadas que ha consumido recientemente?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Muy satisfecho
- ☐ Satisfecho
- ☐ Neutral
- ☐ Poco satisfecho
- ☐ Muy insatisfecho

13. Si tiene alguna sugerencia escribirla en este apartado. Gracias.
