



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Escuela de Postgrado en Administración de Empresas

Maestría en Administración de Empresas

TESIS DE GRADO

PREVIA LA OBTENCION DEL TITULO DE:

Magíster en Administración de Empresas

TEMA

Free Sugar: "Repostería Libre de Azúcar"

AUTORES:

Ing. Com. Marx García León
Ing. Elect. Carlos Méndez Ortiz

DIRECTOR:

Ing. Ximena Carrillo, MBA

Guayaquil - Ecuador

Octubre 2012

MAESTRÍA EJECUTIVA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROMOCIÓN 12

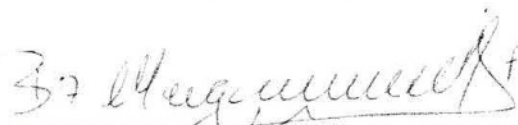
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

En la ciudad de Guayaquil, a los veintiséis días del mes de octubre de 2012, en el Aula A3 de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **FREE SUGAR** el Sr. **MARX XAVIER GARCÍA LEÓN**, obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: **Sonia Zurita Erazo**, **Bessie Magallanes Fuentes** y **Ximena Carrillo Estrella**, quienes firman a continuación:


SONIA ZURITA ERAZO


BESSIE MAGALLANES FUENTES


XIMENA CARRILLO ESTRELLA
TUTORA

DEDICATORIA

A:

Dios,

Mi madre,

Mi esposa,

Mi suegra y

Mí.

Ing. Com. Marx García León

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por ser siempre mi guía y darme la oportunidad de cumplir con un objetivo más en mi vida; a mis padres por ser el sostén y ejemplo de vida; a mi esposa por creer en mí y por su constante apoyo; a mi tío Pepe (QEPD) por sus sabios consejos brindados en temas de emprendimiento, a los maestros de ESPAE por los valiosos conocimientos impartidos, a mi tutora Ing. Ximena Carrillo (MBA) por su sincero y valioso apoyo durante la elaboración de la tesis y a muchas otras personas más que no alcanzaría a nombrar y que en su debido momento supieron darme su incondicional y sincero apoyo.

Ing. Com. Marx García León

MAESTRÍA EJECUTIVA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROMOCIÓN 12

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

En la ciudad de Guayaquil, a los veintiséis días del mes de octubre de 2012, en el Aula A3 de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **FREE SUGAR** el Sr. **CARLOS ALBERTO MÉNDEZ ORTIZ**, obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: **Sonia Zurita Erazo**, **Bessie Magallanes Fuentes** y **Ximena Carrillo Estrella**, quienes firman a continuación:


SONIA ZURITA ERAZO


BESSIE MAGALLANES FUENTES


XIMENA CARRILLO ESTRELLA
TUTORA

DEDICATORIA

A:

Dios,

Mi querida madre,

Mi gran padre y a

Mi amada esposa.

Ing. Elect. Carlos Méndez Ortiz

AGRADECIMIENTO

Poder terminar una etapa muy importante dentro de mi vida me da una gran satisfacción, siempre dando gracias a Dios y a la Virgen por ayudarme a superar obstáculos en mi vida; a mi esposa y a mi hijo por su comprensión, a mi madre y a mi padre por su ayuda moral y personal.....Gracias muchas gracias.

Ing. Elect. Carlos Méndez Ortiz

TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO

2. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO

2.1 ASPECTOS ESTRATÉGICOS DEL NEGOCIO

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPAÑÍA

3.2 ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO

3.3 PLAN DE MARKETING

4. ANÁLISIS TÉCNICO

4.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO

4.2 FACILIDADES

4.3 EQUIPOS Y MAQUINARIAS

4.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

4.5 SISTEMAS DE CONTROL

5. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

5.1 GRUPO EMPRESARIAL

5.2 PERSONAL EJECUTIVO

5.3 ORGANIZACIÓN

5.4 EMPLEADOS

5.5 ORGANIZACIONES DE APOYO

6. ANÁLISIS LEGAL

6.1 ASPECTOS LEGALES

6.2 ASPECTOS DE LEGISLACIÓN URBANA

7. ANÁLISIS AMBIENTAL

7.1 MANEJO DE RESIDUOS EN LA EMPRESA

7.2 RIESGOS PARA LOS TRABAJADORES

7.3 MECANISMOS DE HIGIENE Y SEGURIDAD

8. ANÁLISIS SOCIAL

8.1 POSIBILIDADES DE APOYO O RECHAZO DE LA COMUNIDAD

8.2 SERVICIOS ADICIONALES QUE LA EMPRESA TRAE A LA
COMUNIDAD

8.3 SERVICIOS ADICIONALES QUE LA EMPRESA DEMANDA DE LA
COMUNIDAD

9. ANÁLISIS ECONÓMICO

9.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

9.2 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

9.3 PRESUPUESTOS

10. ANÁLISIS FINANCIERO

10.1 FLUJO DE CAJA

10.2 ESTADO DE RESULTADOS

10.3 BALANCE GENERAL

11. ANÁLISIS DE RIESGOS INTANGIBLES

11.1 RIESGOS DE MERCADO

11.2 RIESGOS TÉCNICOS

11.3 RIESGOS ECONÓMICOS

11.4 RIESGOS FINANCIEROS

12. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO

12.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

12.2 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

13. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. RESUMEN EJECUTIVO

El principal objetivo que tiene esta idea de negocio es el demostrar la factibilidad del mismo para poder ingresar al mercado de repostería en la ciudad de Guayaquil. El concepto de este negocio se plantea de una manera diferente, considerando que los productos que se van a expender se producen sin contenido de azúcar como insumo endulzante para los postres y tortas, este novedoso cambio en la comercialización de productos de repostería hace que se pueda incorporar a nuevos tipos de clientes a este mercado.

La industria de alimentos, en lo que respecta al segmento de repostería, ha mostrado en los últimos años un gran crecimiento y al mismo tiempo registra una mayor competitividad entre sus participantes. Esto puede ser medido en función del ***crecimiento a nivel de locales nuevos** que han tenido los negocios que se dedican a esta actividad en la ciudad de Guayaquil, lo cual se refleja en la industria de panadería (complementario a repostería) y sus derivados que cuentan con el mayor número de establecimientos económicos en Guayaquil, con 1.788 locales según datos del *INEC.

El objetivo inicial del proyecto será llegar de manera directa al **42% de la población objetivo** de la ciudad de Guayaquil, misma que vive al norte de la ciudad, lo cual se piensa lograr en base a una campaña agresiva de promoción de la marca y productos a través de cuñas radiales, entregas de volantes y prensa escrita.

La **variedad del menú** que se va a ofrecer en el local se va a componer de postres, tortas, helados de frutas y bebidas varias, preparados con un endulzante natural llamado **fructosa**, que es una forma de azúcar encontrada en las frutas y en la miel, también puede ser obtenida del maíz y como beneficio se tiene que presenta un bajo índice glicémico lo que ayuda que el diabético tenga menos malestar.

* Fuente:

http://www.inec.gob.ec/cenec/index.php?option=com_remository&Itemid=128&func=startdown&id=11&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800

La **inversión inicial** para el negocio asciende a \$ 74.000,00 de los cuales el 100% corresponde a capital propio de los accionistas. Para el **primer año se proyectan ventas de \$ 207.595,36**. Durante el primer año se espera lograr una cobertura del 25% del mercado objetivo, adicionalmente y de acuerdo a las proyecciones de la demanda se espera mantener un crecimiento para los próximos años de al menos un 5% anual, lo cual se considera conservador y factible.

El proyecto arroja una **TIR** del 29,74% y una **VAN** del \$ 20.897,98 como resultado de la **evaluación integral del proyecto**, que se desarrolla con detalles a lo largo del Plan de Negocios, se puede concluir que el mismo es rentable y atractivo, que el nivel de riesgos es aceptable en relación al entorno y que la diferencia existente entre los ingresos y egresos es positiva frente a un escenario inicial de 5 años.

2. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO

FREE SUGAR S.A., empresa propietaria de la marca "FREE SUGAR", será una empresa enfocada a la producción y comercialización de productos de repostería libres de azúcar. La compañía empezará sus operaciones en la provincia del Guayas, en la ciudad de Guayaquil-Ecuador, a partir del año 2013. La empresa tiene como principal objetivo el de introducir al mercado una variedad de productos especializados de repostería, acompañados de un servicio de calidad dentro de sus locales que marquen una diferencia respecto a lo que ofrece actualmente la competencia.

VISIÓN

Posicionarse en el mercado como una empresa pionera y líder de productos libres de azúcar, de tipo y saludables, servidos dentro de un ambiente agradable, moderno y amigable para los clientes, lográndolo a través del mejoramiento continuo de los procesos y brindando siempre servicios y productos de calidad.

MISIÓN

Ofrecer a los clientes productos de repostería, tortas, helados y bebidas libres de azúcar de excelente calidad, que satisfagan las necesidades de personas que deseen consumir productos saludables en un ambiente agradable.

VALORES CORPORATIVOS

Entre los principales se puede mencionar a los siguientes:

- Servicio de calidad
- Responsabilidad ante la comunidad
- Innovación constante
- Enfoque al cliente

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 ANALISIS DEL SECTOR Y LA COMPAÑIA

3.1.1 ESTADO Y TENDENCIAS DEL SECTOR

Actualmente, se puede observar que en el mercado de Guayaquil existen varias empresas que se dedican a la comercialización de productos de repostería, utilizando el azúcar como ingrediente básico para sus productos. La competencia de estos productos es medianamente alta, no así en el segmento de repostería sin azúcar, en el cual FREE SUGAR S.A. va a ser pionera dentro de este mercado, por eso es importante desarrollar estrategias adecuadas de negocios que permitan mantener un posicionamiento de liderazgo por varios años.

Actualmente se puede observar algunos negocios que se dedican a la actividad de venta de productos de repostería, pero no cuentan con alternativas de productos libres de azúcar, tales como la “Dulcería y cafetería la Palma”, “Cafetería Sweet &Coffee”, “Cafetería Valdez”, “Domremi”, por mencionar a los principales y lo cual puede ser observado en la siguiente tabla:

ANÁLISIS DE PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO DE GUAYAQUIL							
RAZÓN SOCIAL	1	2	3	4	5	6	7
	INDUSTRIA DULCIPALMA CIA LTDA.	PROMOTORA ECUATOR DE CAFÉ DE COLOMBIA S.A. PROCAFEOL ECUADOR	SWEET AND COFFEESHOP LIMITED S.A.	DOLCE INCONTRO	DANIEL NORA ARIAS	CAFÉ BOMBON'S C. B. S.A.	DOLUPA C.A.
NOMBRE COMERCIAL	DULCERIA Y CAFETERIA LA PALMA	JUAN VALDEZ CAFÉ	SWEET & COFFEE	DOLCE INCONTRO S.A. DOLCINSA	DOMREMI	BOMBON'S	DOLUPA
RUC	0990899592001	1792141486001	0992106891001	0992120665001	0923538771001	0992426934001	-
CANTIDAD LOCALES EN GUAYAQUIL	2	8	36	3	4	11	13
CANTIDAD LOCALES FUERA DE GUAYAQUIL	0	12	13	0	0	1	3
TOTAL DE LOCALES	2	20	49	3	4	12	16
FRANQUICIA	NO	SI	SI	NO	NO	NO	NO
DENOMINACION DEL NEGOCIO	DULCERIA	CAFÉ	CAFETERIA	POR EL NOMBRE	PASTELERIA	CAFÉ	POR EL NOMBRE

TABLA 3.1.1. : Análisis de Participación de la Competencia en Guayaquil

3.1.2 RIVALIDADES EXISTENTES ENTRE LOS COMPETIDORES

De acuerdo a la investigación de campo realizada en cada uno de los locales de la competencia, se observa que la rivalidad entre los competidores podría ser considerada como alta y moderada, dependiendo del segmento en el que se desee analizar a la industria, debido a que existen negocios de repostería que no poseen ningún tipo de diferenciación y por ende en ese segmento la competencia es alta. Por otro lado existen negocios que se encuentran en constante proceso de innovación de sus productos y procesos, pero no son muchos, razón por la cual se considera a este tipo de rivalidad como moderada, la determinación de este punto se puede observar en el *anexo 3.1* y se representa en el siguiente gráfico:

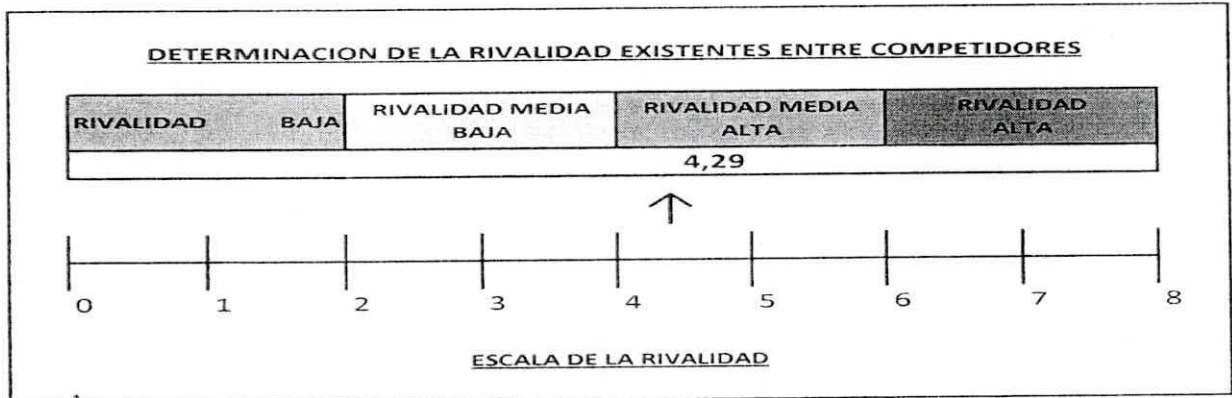


Gráfico 1.1: Determinación de la rivalidad existente entre los competidores

3.13 PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES Y CLIENTES

El poder de negociación lo tienen los proveedores debido a que al ser FREE SUGAR S.A. la única empresa dedicada a ofrecer en el mercado productos especializados se necesita para el efecto materia prima especial que no es tan fácil de conseguir a precios convenientes para el negocio, sumado a esto en la Industria no existen muchos proveedores del principal insumo, que es la fructosa, lo cual crea indirectamente un grado de dependencia en ellos. Todo esto crea un poder en los proveedores debido a que es muy importante contar con este insumo, lo cual no da condiciones tan favorables al negocio para poder negociar factores como precio y calidad, debido a que la cartera de proveedores no es muy amplia, la determinación de este punto se puede observar en el *anexo 3.2* y se representa en el siguiente gráfico:



Gráfico 1.2: Determinación del poder de negociación de los proveedores

En lo que respecta a los clientes el efecto es contrario, no tienen el mismo poder que los proveedores, debido a que ellos tienen necesidades muy particulares y exigentes, las cuales son difíciles de cubrir por otros productos del mercado, teniendo un alto grado de dependencia en la compra de los productos FREESUGAR para poder satisfacer sus necesidades. Pero es importante indicar que el poder de negociación de los clientes podría cambiar a medida que vayan ingresando nuevas empresas al mercado, lo cual si bien no se daría en el corto plazo si es importante prever estrategias de posicionamiento e innovación que permitan a la empresa FREE SUGAR S.A. estar preparada en un mediano a largo plazo, la determinación de este punto se puede observar en el *anexo 3.3* y se representa en el siguiente gráfico:

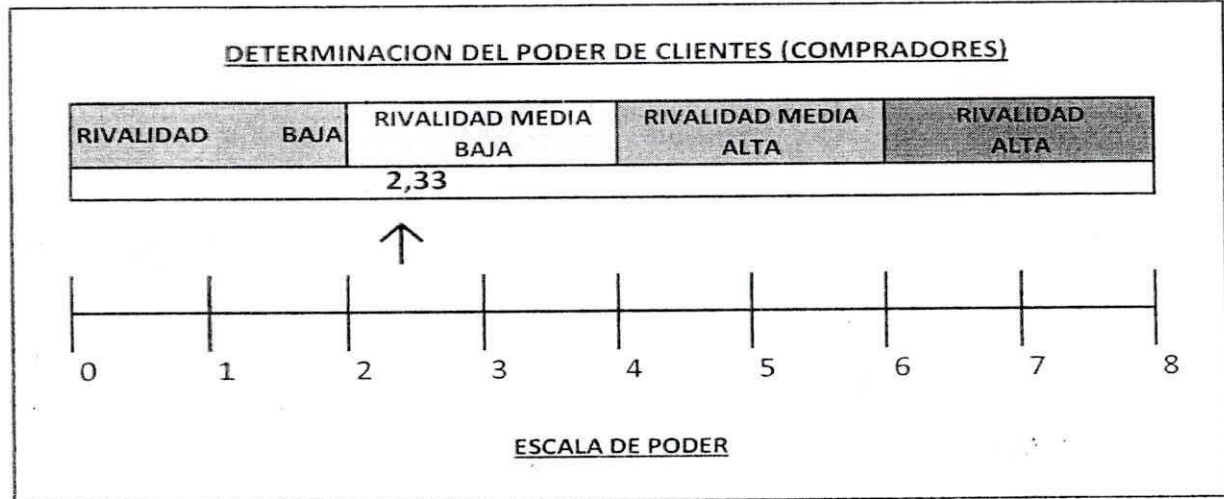


Gráfico 1.3: Determinación del poder de negociación de los proveedores

3.1.4 AMENAZA DE INGRESO DE NUEVOS PRODUCTOS O DE SUSTITUTOS

Como se mencionó antes no existe actualmente una variedad de productos sin azúcar en el mercado pero sí se observó en el trabajo en campo que en los comisariatos se expenden

productos que son reducidos en azúcar, tal como en el SUPERMAXI y MI COMISARIATO que son los más grandes y venden galletas y cakes sin azúcar pero con perseverantes, lo cual no constituye una amenaza directa al negocio debido a que la especialidad del mismo está en la venta de productos frescos, como son las tortas y postres.

En lo que respecta a los productos nuevos hay que hacer un constante seguimiento de la competencia debido a que existen empresas que ya están constituidas por algunos años y bien posicionadas en el mercado y podrían optar por abrir nuevas líneas de postres, lo cual incluye los productos especializados que identifican al negocio propuesto, la determinación de este punto se puede observar en el *anexo 3.4* y se representa en el siguiente gráfico:

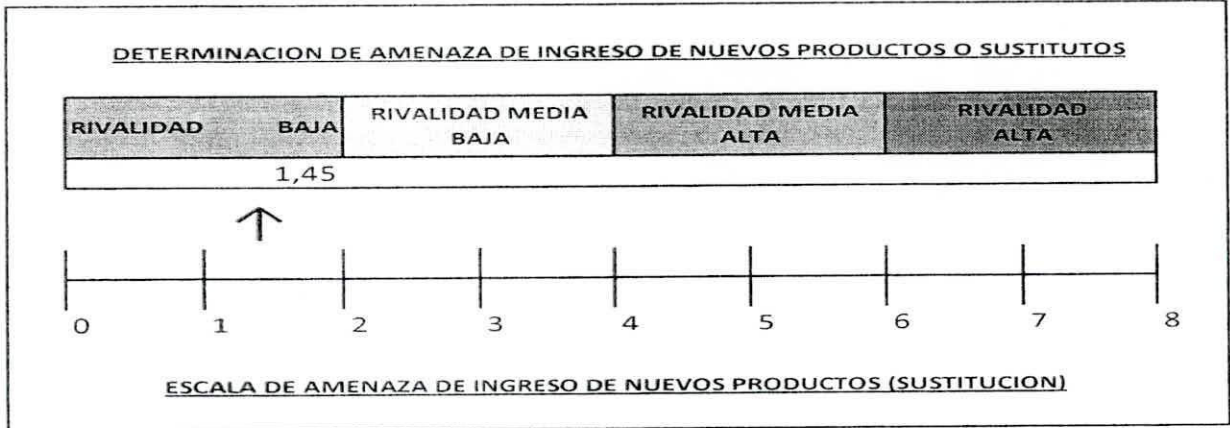


Gráfico 1.4: Determinación del poder de negociación de los proveedores

3.1.5 AMENAZA DE INGRESO DE NUEVOS NEGOCIOS

En vista que en la actualidad no existen empresas que ofrezcan los mismos productos especializados, se considera que es más difícil que en los primeros años ingresen nuevos negocios, debido a que la empresa ya habría obtenido suficiente participación de mercado como para que empresas nuevas afecten de manera directa, sumado a esto que existe una barrera de entrada importante como es la diferenciación de los productos, pero hay que estar atentos por que estas empresas podrían ver con el pasar del tiempo al negocio como una oportunidad ya sea abriendo nuevas empresas que se dediquen a vender también productos especializados o de abrir nuevas líneas de productos especializados en empresas ya en marcha, la determinación de este punto se puede observar en el *anexo 3.5* y se representa en el siguiente gráfico:

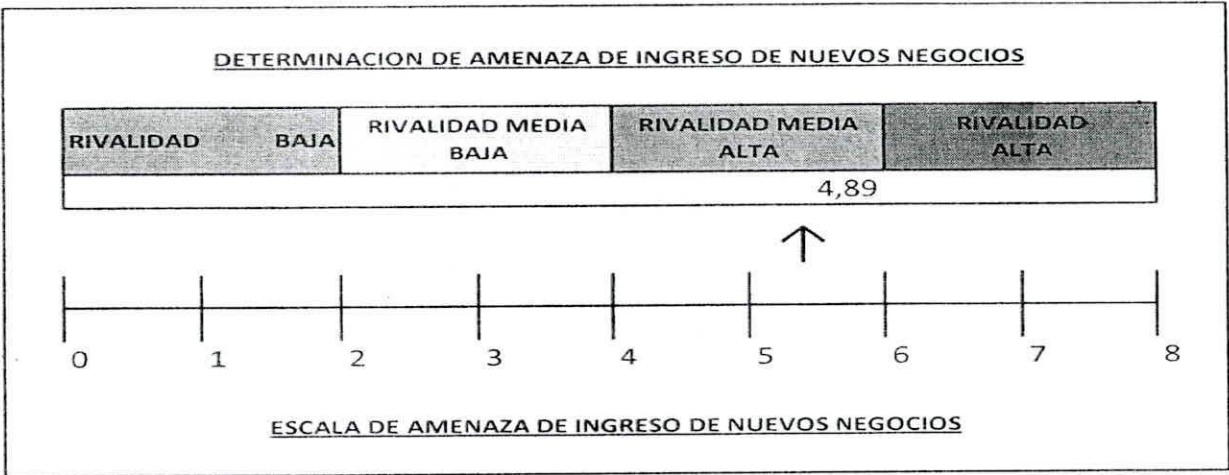


Gráfico 1.5: Determinación del poder de negociación de los proveedores

3.2 ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO

3.2.1 DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL SERVICIO

El mercado de empresas que se dedican de forma directa e indirecta a la venta de productos de tortas y repostería ofrece una variedad de productos con distintas especializaciones y en la cual difícilmente se pueden encontrar productos que sean elaborados sin azúcar, que es en el segmento de mercado que se piensa empezar las operaciones y establecer un claro posicionamiento frente a la competencia.

Este mercado es bastante amplio y puede ser dimensionado en base a los registros existentes de la *Industria de elaboración de productos de panadería*, que según datos del INEC del año 2011 es la Industria que cuenta con la mayor cantidad de establecimientos, según el perfil económico del cantón Guayaquil existen 88.913 establecimientos económicos en la ciudad, de los cuáles 1.788 establecimientos (locales) corresponden a la *Industria de elaboración de productos de panadería*, la cual generan un promedio anual de USD 67.330 al año. Otros datos relevantes relacionados con el perfil económico del cantón Guayaquil y de la Industria de elaboración de productos de panadería pueden ser observados en el *anexo 3.6*.

Como se mencionaba anteriormente, FREE SUGAR S.A. se dedicará a la producción y comercialización de tortas y repostería, con la particularidad de que su elaboración se realizará sin el ingrediente principal que es el azúcar, el cual va a ser sustituido en forma

moderada por un producto llamado fructosa, el cual es un endulzante natural que es obtenido del azúcar de las frutas y tiene un poder endulzante dos veces más fuerte que el azúcar.

Los locales serán cómodos, con mesas y sillas confortables, música agradable, televisores que proyecten solamente imágenes, decoración relacionada con el negocio, aire acondicionado, espacios para lectura de revistas y periódicos, servicios de Internet inalámbrico, entre otros detalles más que permitan sentirse a gusto a los clientes, lo cual es un factor importante debido a que los clientes se sienten atraídos no solamente por la calidad de los productos sino también del servicio.

La visión a futuro de este negocio es la de poder brindar una variedad de productos frescos y saludables para mejorar la calidad de vida de aquellas personas que por su salud no pueden ingerir productos con azúcar o deseen mantener hábitos saludables alimenticios, todo esto con la finalidad de crecer rápidamente e incrementar el número de locales en todos los lugares estratégicos de la ciudad de Guayaquil donde exista gran circulación de personas, tales como centros comerciales, sector bancario, edificios de negocios y oficinas; así como también los grandes supermercados de la ciudad.

3.2.2 APLICACIÓN DEL SERVICIO

Lo que este negocio busca ofrecer es un servicio diferente para sus clientes, en el cual ellos puedan comprar productos saludables y sin azúcar, distintos a los que se pueden encontrar actualmente en el mercado. Como un valor agregado se ha considerado importante que para la exposición de cada producto exista en la vitrina, adicional al precio, un informativo del contenido calórico, los principales ingredientes y las propiedades de cada producto, con el fin de que cada cliente pueda saber que producto es el que está adquiriendo y pueda llevar un control de su alimentación, es por eso que se piensa que el principal problema que va a resolver este negocio es el de integrar a la sociedad de consumidores de postres a la gente que no puede ingerir azúcar por encontrarse afectadas por alguna enfermedad y que tienen dificultades a la hora de vivir en un mundo que no está preparado para ellos, así como también el de brindar productos sanos que ayuden a las personas en general a cuidar su salud con productos sin azúcar y con bajas dosis de aporte calórico por producto.

3.2.3 PROPOSICIÓN DE VALOR

La mayor proposición de valor que brinda este negocio es que por un costo razonable se va a dar productos realmente saludables, preparados para personas especiales, con gran calidad, delicioso sabor, confianza y características nutricionales adecuadas en locales agradables, el mismo que se puede cuantificar basado en la cantidad de pedidos de cada producto que se van a realizar por cada cliente que visite el negocio, lo cual al tener aceptación se verá reflejado en la lealtad de los clientes al regresar y dar un crecimiento sostenido al negocio.

3.2.4 ELEMENTOS ESPECIALES DE LOS PRODUCTOS A COMERCIALIZARSE

Los postres que se van a comercializar poseen características muy especiales no solamente en el aspecto nutricional sino también por el sabor, debido a que se utiliza un endulzante distinto al tradicional (azúcar), lo cual permite marcar una diferencia en lo que respecta a la calidad final del producto, por la excelente textura que se logra en la masa, el placentero gusto en la boca al no hacer arenoso el producto y por que resalta el sabor de las frutas que se van a utilizar para los postres, logrando de esta manera una ventaja competitiva en los mismos.

3.2.5 PRODUCTOS COMPETIDORES

Dentro del mercado se pueden encontrar pocos productos que compiten directamente con el negocio, la mayoría de estos se encuentran en las cadenas de los grandes supermercados, los cuales comercializan la marca "GULLON" q oferta una variedad de postres y galletas empacadas y que se pueden encontrar en las perchas de los supermercados SUPERMAXI y MI COMISARIATO, pero su oferta no es variada y como se manifestó antes, este tipo de productos no son frescos, razón por la cual no representan una gran amenaza para el negocio. En la figura 3.2.5 se puede observar uno de los productos de la marca GULLON.

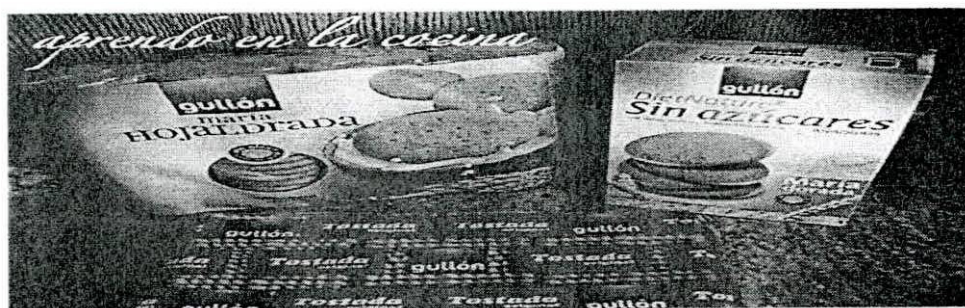


Figura 3.2.5: Producto competidor comercializado en supermercados

Por otro lado hay empresas como VALDEZ que han ingresado al mercado ecuatoriano y que actualmente ofrecen como alternativa a su oferta de postres y tortas un cake simple hecho con splenda, que es un endulzante que reemplaza al azúcar pero es de tipo artificial.

3.2.6 FODA DEL SERVICIO

3.2.6.1 FORTALEZAS

- Comercialización de productos especializados complementados con un servicio de gran calidad
- Pioneros en la venta de estos productos de repostería en el mercado
- Excelente propuesta de valor y contribución social
- Diferenciación de la competencia
- Compromiso con la salud y el bienestar del cliente
- Recurso humano comprometido con el negocio donde la satisfacción del cliente y el cuidado de su salud forman parte de los principios corporativos
- Se cuenta con el know how para elaborar los productos
- Financiamiento propio del proyecto

3.2.6.2 DEBILIDADES

- Por ser una empresa nueva no hay posicionamiento
- Productos no respaldados por una franquicia internacional.

3.2.6.3 OPORTUNIDADES

- La población está cambiando sus hábitos alimenticios para cuidar la salud

- Baja presencia de competidores que ofrezcan los mismos productos
- Apoyo financiero por parte del gobierno para este tipo de proyectos novedosos (para futuras ampliaciones)
- Población ha desarrollado la cultura de asistir a sitios donde pueden disfrutar el consumo de dulces y repostería
- Mayor demanda en el mercado hacia productos especializados

3.2.6.4 AMENAZAS

- Baja oferta del principal insumo del negocio en el mercado
- Incremento de productos dietéticos en el mercado
- Malos hábitos alimenticios en los consumidores
- Elevados precios de locales comerciales para emprender el negocio

3.2.7 CLIENTES

3.2.7.1 TIPO DE COMPRADORES POTENCIALES

Se realizó una recopilación de información a través de fuentes primarias en las cuales se efectuó encuestas en distintos puntos estratégicos de la ciudadela Urdesa, a hombres y mujeres en su mayoría de un promedio de 18 a 65 años, con la finalidad de establecer y determinar las principales tendencias del mercado de productos de repostería así como los consumidores potenciales que existen en el mismo.

Se tomó en consideración la realización de una encuesta para poder conseguir mayor información sobre los requerimientos y necesidades del consumidor, así como información de mercado, misma que se adjunta en *anexo 3.7*.

Para la realización de la encuesta se tomó una muestra calculada de forma técnica, misma que se muestra a continuación:

$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$

n = Tamaño de la muestra

N = Total de población

p = Factor de ocurrencia, es decir las personas que compran dulces sin azúcar.

q = Factor de no ocurrencia, es decir las personas que no compran dulces sin azúcar.

Z = nivel de confianza (al 95%, lo cual es equivalente en la función de distribución para poblaciones normales al valor de 1,96

d = el margen de error igual a 5%

Con lo cual se obtiene el resultado de:

$n =$	246	PERSONAS
-------	-----	----------

Para este fin se ofreció un cuestionario con un tiempo de duración por cada entrevista de 4 a 7 minutos.

A partir de los resultados obtenidos en la investigación se tabularon y analizaron los datos de los mismos.

Así se tiene que en base a estos resultados existe un 8% de los encuestados que poseen actualmente la cultura de consumir productos sin azúcar y se identifican con el proyecto de la empresa FREE SUGAR S.A., adicionalmente se destaca un 43% de personas que indicaron que consumirían los productos de FREE SUGAR por encontrarse en circunstancias de ser diabéticos.

3.2.7.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En función a los resultados de la encuesta realizada al norte de la ciudad de Guayaquil, se pudieron obtener varios resultados, mismos que se detallan a continuación:

- El rango de edad que alcanzó el mayor porcentaje se ubica entre los 46 a 65 años con un 39%, seguido por el rango de 30 a 45 años con un 30% de los encuestados, estos dos rangos son tomados para la segregación del mercado.
- El ingreso económico de los encuestados alcanza el 56% dentro del rango de ingresos entre \$501 y \$1.000 dólares, lo cual demuestra un poder adquisitivo de los consumidores potenciales de tipo medio.
- Existe la disposición de consumir postres sin azúcar en el 85,77% de los encuestados, lo cual denota una intención al consumo importante.

- Tan solo un 8% de los encuestados consume actualmente productos de repostería sin azúcar, en la mayor parte de los casos adquiridos en grandes cadenas de supermercados.
- El 43% de los encuestados indican que la principal circunstancia para consumir los postres libres de azúcar es la enfermedad de la diabetes, misma que alcanza a un 6% de la población del Ecuador, según consta en una publicación del diario *El Comercio de la ciudad de Quito.
- El 89,02% de los encuestados asistiría al local propuesto de FREE SUGAR ubicado en la ciudadela Urdesa al norte de la ciudad de Guayaquil.
- El 36,17% de los encuestados asistiría a comer al nuevo local de FREE SUGAR acompañados con 3 personas, siendo este el porcentaje de acompañantes más alto.
- El resultado de concurrencia al local ubica al rango de 3 a 4 veces al mes como el más alto con un 68,70% de frecuencia.
- El nombre de FREE SUGAR cuenta con una gran aceptación de los clientes potenciales con un 42%.

3.2.7.3 RESUMEN DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos se concluye que existe una gran potencial de aceptación de personas de distintas edades y niveles socioeconómicos (NCE) por los postres libres de azúcar, en especial de las personas diabéticas, los cuales tienen una frecuencia promedio de consumo cada diez días pero de igual manera existen muchas personas que no consumen los postres tradicionales por salud, lo cual es una clara demostración de la oportunidad de negocio existente.

El resultado porcentual y relativo de las encuestas puede ser observado en el *anexo 3.8*.

* http://www.elcomercio.com/sociedad/Diabetes-afecta-personas-Ecuador_0_590341076.html

Como resultado de la encuesta tenemos el detalle de participación por cada producto:

DETALLE DE PARTICIPACION MIX

No.	PRODUCTO	PART MIX %	CONCEPTO	%
1	CHOCOLIGHT	23,17%	REPOSTERIA	100%
2	CAKE DE VAINILLA	6,91%		
3	CAKE INGLES	6,10%		
4	CAKE NAVIDEÑO	3,66%		
5	CAKE BANANO	5,28%		
6	CAKE MARMOLEADO	5,69%		
7	CAKE DE MANZANA	5,28%		
8	FRUTOS DEL BOSQUE	7,32%		
9	MUSS DE VAINILLA	6,50%		
10	MUSS DE CHOCOLIGHT	8,94%		
11	GELATINAS (varios sabores)	5,69%		
12	ASPIC DE FRUTAS	15,45%		
13	HELADO (frutas)	15,04%	BEBIDAS	100%
14	AGUA	25,20%		
15	COLAS LIGHT	1,63%		
16	JUGOS	19,11%		
17	TE HELADO DE LA CASA	16,67%		
18	TE (AGUA AROMATICA)	2,44%		
19	CAFÉ EN LECHE	13,41%		
20	CAFÉ EN AGUA	6,50%		

Fuente: Encuestas realizadas por los autores

3.2.7.4 CARACTERÍSTICA BÁSICA DE LOS CLIENTES

Por las características del negocio y en base al estudio de mercado, se tiene que los principales consumidores serian el siguiente segmento:

- 1. Edad: 30 a 65 años
- 2. Ingreso: \$ 501 a \$ 1.000

Por las características del negocio en el cual se van a ofertar los productos de repostería dentro de locales el tipo de clientes que va a existir es el de consumidores directos que van a disfrutar de los productos dentro de los locales o van a acceder a los mismos a adquirirlos para llevarlos a otro lado.

Adicionalmente se piensa extender en un mediano plazo el servicio con la opción de servicio a domicilio para llegar por otros canales a nuestros potenciales clientes.

No se piensa a un mediano plazo en franquiciar el negocio, lo importante sería mantener el

control del negocio hasta crecer y ganar posicionamiento no solamente a nivel local, la visión es nacional y se piensa que el ser los propietarios de los locales va a ayudar a mantener un control sobre la calidad de los servicios y productos que se ofrecen.

Sin embargo proyectando a largo plazo, una vez consolidado el negocio a nivel nacional, existe la posibilidad de franquiciar el negocio a nivel internacional.

3.2.7.5 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS CLIENTES

Dentro de la segmentación de mercado realizada en el país se ha considerado importante empezar el negocio en la ciudad de Guayaquil, de preferencia en la zona norte que es bastante amplia, ha demostrado tener un gran crecimiento poblacional importante en los últimos años y tiene un nivel de poder adquisitivo más grande que los otros sectores de la ciudad, tal como se observa en las siguientes tablas:

- Se parte primeramente de la población total, es decir la del Ecuador y la cual se la toma de la siguiente tabla:

POBLACION ECUADOR				
AÑO	TOTAL	INCREMENTO (%)	MUJERES	HOMBRES
1990	-	-	-	-
2001	12.156.608	-	-	-
2010	14.483.499	19%	7.305.816	7.177.683

Tabla 3.2.7.5.1 Fuente: página web Inec

- Posteriormente se extraen los datos a nivel de la provincia del Guayas, tal como se muestra en la siguiente tabla:

POBLACION GUAYAS				
AÑO	TOTAL	INCREMENTO (%)	MUJERES	HOMBRES
1990	2.515.146	-	1.258.700	1.256.446
2001	3.309.034	32%	1.660.636	1.648.398
2010	3.645.483	10%	1.829.569	1.815.914

Tabla 3.2.7.5.2 Fuente: página web Inec

Finalmente obtenemos los datos de la ciudad de Guayaquil, que es donde se va a emprender el proyecto, según lo que se muestra en la siguiente tabla:

POBLACION GUAYAQUIL

AÑO	TOTAL	INCREMENTO (%)	MUJERES	HOMBRES
1990	1.570.396	-	801.656	768.740
2001	2.039.789	29,89%	1.040.598	999.191
2010	2.350.915	15,25%	1.192.694	1.158.221

Tabla 3.2.7.5.3 Población de Guayaquil

Fuente: página web Inec

En lo que respecta al norte de la ciudad de Guayaquil se calcula que existirían unas 992.107 habitantes, según los cálculos que se desprenden del siguiente cuadro:

DATOS DE POBLACION DEL NORTE DE GUAYAQUIL				
DATOS DEL NORTE DE GUAYAQUIL				
PARROQUIA	POBLACION 2001	UBICACIÓN	INCREMENTO POBLACION GQUIL	POBLACION 2010
Urdaneta	25.323	NORTE	15,25%	29.185
Tarqui	835.486	NORTE	15,25%	962.921
TOTAL POBLACION NORTE GUAYAQUIL :		860.809		992.107

Tabla 3.2.7.5.4 Población de Guayaquil

Fuente: página web Inec

Adicionalmente para efectos de entender mejor el cuadro anterior se detalla en el *anexo 3.9* un detalle del cálculo de los habitantes del norte de la ciudad de Guayaquil.

Para efectos de iniciar las operaciones se ha analizado empezar en el sector de Urdesa, donde existe un gran movimiento comercial, de oficinas y una densidad poblacional bastante amplia, además existen muchos negocios de la competencia, lo cual nos permite ofrecer los productos a las personas que acuden a este sector a demandar productos de repostería.

3.2.7.6 Estimación de la Demanda

Como se mencionó anteriormente la idea de este negocio es empezar las operaciones desde el norte de la ciudad de Guayaquil, para el efecto partiendo del total de la población

del Ecuador y segregando por diferentes variables de análisis de los consumidores se obtiene un total de 15.560 clientes potenciales, tal como se muestra en la siguiente tabla:

DATOS	%	TOTAL	FUENTE
POBLACION ECUADOR	100%	14.483.499	INEC
POBLACION GUAYAS	25%	3.645.483	INEC
POBLACION GUAYAQUIL	64%	2.350.915	INEC
POBLACION NORTE	42%	992.107	INEC
Propensión al consumo	85,77%	850.930	PREGUNTA 3 ENCUESTA
Cultura de consumo	8%	65.722	PREGUNTA 4 ENCUESTA
Rango de edad (30-65 años)	70%	45.685	PREGUNTA 1 ENCUESTA
Nivel de ingresos (\$500-\$1.000)	56%	25.442	PREGUNTA 2 ENCUESTA
Circunstancia de consumo (diabetes - sobrepeso)	69%	17.479	PREGUNTA 5 ENCUESTA
Ubicación del negocio (Urdesa)	89%	15.560	PREGUNTA 6 ENCUESTA

Tabla 3.2.7.6.: Cálculo del mercado objetivo (en cantidades)

Para determinar la demanda inicial se consideró por parte de los autores iniciar con un 25% del total de mercado objetivo, mismo que se encuentra calculado en la tabla anterior, lo cual se considera un porcentaje racional, viable y factible para empezar las operaciones, con lo cual se obtiene una demanda de 3.890 unidades, tal como se muestra en la siguiente tabla:

CONCEPTO	%	TOTAL
TOTAL MERCADO OBJETIVO	100%	15.560
PRETENSIÓN DE MERCADO	25%	3.890
CALCULO DE LA DEMANDA TOTAL		3.890
ESTIMACION POR REPOSTERIA	* 70%	2.723
ESTIMACION POR BEBIDAS Y HELADOS	* 30%	1.167

Tabla 3.2.7.7 Cálculo de pretensión de mercado

Elaborado: Autores

En base a la estimación anterior se obtiene la demanda mensual según las siguientes tablas de cálculo de la demanda:

CALCULO MENSUAL DE LA DEMANDA

REPOSTERIA	PREFERENCIAS	DEMANDA POR PRODUCTO	* FRECUENCIA (3-4 veces al mes)		NO. VECES/MES	DDA. MES (UNIDADES)
			% DE FRECUENCIA	TOTAL		
CHOCOLIGHT	23%	631	69%	433	3	1300
CAKE DE VAINILLA	7%	188	69%	129	3	388
CAKE INGLES	6%	166	69%	114	3	342
CAKE NAVIDEÑO	4%	100	69%	68	3	205
CAKE BANANO	5%	144	69%	99	3	297
CAKE MARMOLEADO	6%	155	69%	106	3	319
CAKE DE MANZANA	5%	144	69%	99	3	297
FRUTOS DEL BOSQUE	7%	199	69%	137	3	411
MUSS DE VAINILLA	7%	177	69%	122	3	365
MUSS DE CHOCOLIGHT	9%	244	69%	167	3	502
GELATINAS (varios sabores)	6%	155	69%	106	3	319
ASPIC DE FRUTAS	15%	421	69%	289	3	867
TOTAL	100%	2.723	-	1871	-	5.612

* PREGUNTA 8 ENCUESTA

BEBIDAS Y HELADOS	PREFERENCIAS	DEMANDA POR PRODUCTO	* FRECUENCIA (3-4 veces al mes)		NO. VECES/MES	DDA. MES (UNIDADES)
			% DE FRECUENCIA	TOTAL		
HELADO (frutas)	15%	176	69%	121	3	362
AGUA	25%	294	69%	202	3	606
COLAS LIGHT	2%	19	69%	13	3	39
JUGOS	19%	223	69%	153	3	460
TE HELADO DE LA CASA	17%	194	69%	134	3	401
TE (AGUA AROMATICA)	2%	28	69%	20	3	59
CAFÉ EN LECHE	13%	157	69%	108	3	323
CAFÉ EN AGUA	7%	76	69%	52	3	156
TOTAL	100%	1.167	-	802	3	2.405

* PREGUNTA 8 ENCUESTA

Tabla 3.2.7.6 Tabla de cálculo mensual de la demanda

De igual manera para efectos de calcular la demanda por cada día de la semana y según el horario de cada día se consideraron los resultados de las encuestas y que se demuestran en la siguiente tabla:

CÁLCULO DE LA DEMANDA MENSUAL EN RELACIÓN A CADA DÍA DE LA SEMANA

CALCULO DE LA DEMANDA POR DIA

REPOSTERIA	DDA. MES (UNIDADES)	LUN 14%	MAR 6%	MIE 15%	JUE 4%	VIE 17%	SAB 13%	DOM 31%
CHOCOLIGHT	1300	182	74	196	58	217	174	402
CAKE DE VAINILLA	388	54	22	58	17	65	52	120
CAKE INGLES	342	48	19	51	15	57	46	106
CAKE NAVIDEÑO	205	29	12	31	9	34	28	63
CAKE BANANO	297	42	17	45	13	49	40	92
CAKE MARMOLEADO	319	45	18	48	14	53	43	99
CAKE DE MANZANA	297	42	17	45	13	49	40	92
FRUTOS DEL BOSQUE	411	57	23	62	18	68	55	127
MUSS DE VAINILLA	365	51	21	55	16	61	49	113
MUSS DE CHOCOLIGHT	502	70	29	75	22	84	67	155
GELATINAS (varios sabores)	319	45	18	48	14	53	43	99
ASPIC DE FRUTAS	867	121	49	130	39	144	116	268
TOTAL	5612	786	319	844	251	935	753	1734

* PREGUNTA 9 ENCUESTA

BEBIDAS Y HELADOS	DDA. MES (UNIDADES)	LUN 14%	MAR 6%	MIE 15%	JUE 4%	VIE 17%	SAB 13%	DOM 31%
HELADO (frutas)	362	51	21	54	16	60	49	112
AGUA	606	85	34	91	27	101	81	187
COLAS LIGHT	39	5	2	6	2	7	5	12
JUGOS	460	64	26	69	21	77	62	142
TE HELADO DE LA CASA	401	56	23	60	18	67	54	124
TE (AGUA AROMATICA)	59	8	3	9	3	10	8	18
CAFÉ EN LECHE	323	45	18	49	14	54	43	100
CAFÉ EN AGUA	156	22	9	24	7	26	21	48
TOTAL	2.405	337	137	362	108	401	323	743

* PREGUNTA 9 ENCUESTA

Tabla 3.2.7.7: Cálculo de la demanda por día

CÁLCULO DE LA DEMANDA MENSUAL EN RELACIÓN AL HORARIO POR CADA UNO DE LOS DÍAS DE LA SEMANA

CALCULO DE LA DEMANDA POR HORARIO/DIA

REPOSTERIA	DDA. MES (UNIDADES)	MAÑANA 11%	MEDIO DIA 16%	TARDE 49%	NOCHE 25%
CHOCOLIGHT	1300	137	206	634	322
CAKE DE VAINILLA	388	41	61	189	96
CAKE INGLES	342	36	54	167	85
CAKE NAVIDEÑO	205	22	33	100	51
CAKE BANANO	297	31	47	145	74
CAKE MARMOLEADO	319	34	51	156	79
CAKE DE MANZANA	297	31	47	145	74
FRUTOS DEL BOSQUE	411	43	65	200	102
MUSS DE VAINILLA	365	39	58	178	91
MUSS DE CHOCOLIGHT	502	53	80	245	124
GELATINAS (varios sabores)	319	34	51	156	79
ASPIC DE FRUTAS	867	92	137	423	215
TOTAL	5612	593	890	2738	1392

* PREGUNTA 10 ENCUESTA

BEBIDAS Y HELADOS	DDA. MES (UNIDADES)	MAÑANA 11%	MEDIO DIA 16%	TARDE 49%	NOCHE 25%
HELADO (frutas)	362	38	57	57	90
AGUA	606	64	96	96	150
COLAS LIGHT	39	4	6	6	10
JUGOS	460	49	73	73	114
TE HELADO DE LA CASA	401	42	64	64	99
TE (AGUA AROMATICA)	59	6	9	9	15
CAFÉ EN LECHE	323	34	51	51	80
CAFÉ EN AGUA	156	17	25	25	39
TOTAL	2.405	254	381	381	596

* PREGUNTA 10 ENCUESTA

Tabla 3.2.7.8: Cálculo de la demanda por día

3.3 PLAN DE MARKETING

3.3.1 OBJETIVOS EMPRESARIALES

- ♦ Lograr un posicionamiento en el mercado, mediante la utilización de estrategias adecuadas lo cual ayudará a que nuestro producto se distinga y se diferencie de las otras empresas similares existentes en el mercado, alcanzando una mayor participación en el mismo.
- ♦ Difundir las propiedades y beneficios de nuestros productos libres de azúcar a los futuros consumidores con el objetivo de inducirlos a al consumo.
- ♦ Lanzar al mercado un producto que cumpla con las normas de calidad que satisfaga las necesidades y expectativas de los potenciales consumidores.

3.3.2 SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO

Los productos "FREE SUGAR" serán posicionados en la mente del consumidor por un negocio ecuatoriano pionero en el país en ofrecer productos sin azúcar, bajo un concepto saludable, y en un ambiente moderno.

Para lograr posicionamiento en la mente del consumidor se utilizará una imagen llamativa combinando colores verde, rojo, blanco y tonos marrones para dar la apariencia a los locales de ser un sitio moderno, pero así mismo donde se puede disfrutar de productos saludables, divertidos, pero a la vez naturales. De esta forma se pretende captar la atención de los posibles consumidores, así como utilizar mensajes dentro de la publicidad que indique que el comprador al consumir el producto sentirá una inmediata sensación de una nueva vida que tan solo lo puede brindar naturalmente esta tipo de producto, además el logotipo del negocio será el siguiente:



Figura 3.3.2 Logotipo FREE SUGAR

Dado esto tenemos como resultado el siguiente slogan:

“VIDA PURA“

3.3.3 ESTRATEGIA GLOBAL

3.3.3.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

La empresa se dedicará a la elaboración de productos de repostería sin azúcar, así como de bebidas complementarias bajo las mismas características, los productos serán los siguientes:

No.	PRODUCTO
1	CHOCOLIGHT
2	CAKE DE VAINILLA
3	CAKE INGLES
4	CAKE NAVIDEÑO
5	CAKE BANANO
6	CAKE MARMOLEADO
7	CAKE DE MANZANA
8	FRUTOS DEL BOSQUE
9	MUSS DE VAINILLA
10	MUSS DE CHOCOLIGHT
11	GELATINAS (varios sabores)
12	ASPIC DE FRUTAS
13	HELADO (frutas)
14	AGUA
15	COLAS LIGHT
16	JUGOS
17	TE HELADO DE LA CASA
18	TE (AGUA AROMATICA)
19	CAFÉ EN LECHE
20	CAFÉ EN AGUA

Cuadro 3.3.3.1 Detalle de productos *FREE SUGAR*

Todos los productos tendrán la característica de ser producidos por la empresa y además de ser libres de azúcar, excepto algunas bebidas de dieta que al ser de otros proveedores podrán contener contenidos de azúcar bajo características light.

3.3.3.1.1 MARCA

Como se ha dicho anteriormente, las marcas que se habían dispuesto fueron FREE SUGAR, LIBRE SUGAR, ZUCAR FREE, FRUTA LITE, DE, DULZONE. Mas al mismo

tiempo si se considera el posicionamiento deseado para este producto, se tiene que considerar como el nombre más apropiado a FREE SUGAR y FRUTA LITE, siendo seleccionado finalmente FREE SUGAR con un 42% de aceptación. Así tenemos que este deberá ser resaltado en los locales, en la publicidad y todas las promociones que se propongan para la marca.

	Numero de encuestados	%
LIBRE SUGAR	16	7
SUGAR FREE	13	5
FREE SUGAR	104	42
FRUTA LITE	32	13
DELIGHT	48	20
DULZONE	33	13
Total	246	100

Tabla 3.3.3.1.1: Resumen del resultado de preferencia de los consumidores por el nombre de la marca

El modelo de negocio está basado en ofrecer dentro de un mismo lugar (local) productos de repostería saludables, que no contengan azúcar, dirigido a un mercado de consumidores “”, con un servicio brindado en locales modernos con mesas, en un ambiente acogedor y alegre para que los clientes puedan pasar un momento ameno mientras disfrutan de un rico postre acompañados de la bebida de su preferencia, adicionalmente se contará con un espacio para la lectura de revistas y documentales relacionados al cuidado de la salud.

3.3.3.2 ESTRATEGIAS DE PRECIOS

3.3.3.2.1 NIVELES DE PRECIO Y COLOCACIÓN DEL PRODUCTO.

FREE SUGAR S.A. va a desarrollar por primera vez su nivel de precios a partir del año 2013 mostrando en los mismos una relación de calidad y precio, que sea perceptible y sobre todo que se ajuste al diferenciamiento y posicionamiento que se quiere lograr.

El negocio se va a enfocar a un grupo objetivo que no es muy sensible al precio, razón por la cual se establecerá precios similares a los de la competencia y buscando de manera permanente la diferenciación de los productos.

Cuando exista lanzamiento de nuevos productos no se piensa bajar los precios pero si dar una porción adicional de postre, lo cual permita promocionar de una mejor forma los productos sin afectar al precio final de comercialización de los mismos.

Como estrategia se ha considerado importante aplicar la del “seguidor”, razón por la cual se establecerá un precio cercano al puesto por el líder, cuidando siempre a la hora de establecer nuestros precios que éstos cubran los costos de producción, administrativos y ventas.

3.3.3.2.2 VARIABLES PARA LA SELECCIÓN DE PRECIO.

Para determinar el precio de cada uno de los productos se consideraran los siguientes criterios:

- El costo unitario del producto.
- Valor percibido por el comprador, capacidad adquisitiva del mercado y la propensión a la compra según lo denotado en los resultados de las encuestas.
- El criterio técnico de un chef pastelero reconocido en el mercado.

Así se tiene que los diversos productos tendrán una ponderación de tres a cinco veces respecto al valor de costo unitario por producto, tal como se demuestra en la siguiente tabla:

No.	Producto	COSTO TOTAL		PVP		PVP
		ENTERO	PORCION	ENTERO	PORCION	SUGERIDO
1	CHOCOLIGHT	\$ 14,48	\$ 0,91	\$ 43,45	\$ 3,62	3,60
2	CAKE DE VAINILLA	\$ 7,07	\$ 0,59	\$ 21,20	\$ 2,36	2,40
3	CAKE INGLES	\$ 10,31	\$ 0,64	\$ 30,93	\$ 2,58	2,60
4	CAKE NAVIDEÑO	\$ 7,18	\$ 0,60	\$ 21,55	\$ 2,39	2,40
5	CAKE BANANO	\$ 5,29	\$ 0,44	\$ 15,86	\$ 1,76	1,80
6	CAKE MARMOLEADO	\$ 4,81	\$ 0,40	\$ 14,42	\$ 1,60	1,60
7	CAKE DE MANZANA	\$ 11,81	\$ 0,74	\$ 35,44	\$ 2,95	3,00
8	FRUTOS DEL BOSQUE	\$ 11,30	\$ 0,71	\$ 33,90	\$ 2,82	2,85
9	MUSSE DE VAINILLA	\$ 5,94	\$ 0,49	\$ 17,82	\$ 1,98	2,00
10	MUSSE DE CHOCOLIGHT	\$ 4,96	\$ 0,41	\$ 14,88	\$ 1,65	2,00
11	GELATINAS (varios sabores)	\$ 2,80	\$ 0,35	\$ 8,40	\$ 1,40	1,50
12	ASPIC DE FRUTAS	\$ 5,31	\$ 0,53	\$ 15,93	\$ 2,12	2,15
13	HELADO (frutas)	\$ 2,01	\$ 0,25	\$ 6,03	\$ 1,00	1,00
14	AGUA	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 0,90	\$ 0,90	1,00
15	COLAS LIGHT	\$ 0,27	\$ 0,27	\$ 1,20	\$ 1,20	1,25
16	JUGOS	\$ 0,60	\$ 0,60	\$ 1,80	\$ 1,80	1,80
17	TE HELADO DE LA CASA	\$ 0,55	\$ 0,55	\$ 1,65	\$ 1,65	1,65
18	TE (AGUA AROMATICA)	\$ 0,19	\$ 0,19	\$ 1,00	\$ 1,00	1,00
19	CAFÉ EN LECHE	\$ 0,41	\$ 0,41	\$ 1,23	\$ 1,23	1,25
20	CAFÉ EN AGUA	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 0,82	\$ 0,82	1,00

Tabla 3.2 de precio de los productos

3.3.3.3 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

3.3.3.3.1 EVENTO DE INTRODUCCIÓN

El negocio se piensa empezar con clientes conocidos como son amigos, familiares, contactos personales y profesionales además de sus referidos, por medio de una promoción de apertura que permita captar personas del grupo objetivo.

Para el primer día se piensa obsequiar unos bocaditos especiales por la compra de cualquier postre especial, adicionalmente por la compra de una torta se obsequiará una torta pequeña adicional sin costo.

Se va a considerar el uso de volantes informativas de manera inicial en las ciudadelas de Urdesa Central, norte y Lomas de Urdesa; Kennedy, Los Ceibos, El Paraíso y Miraflores durante el primer semestre de operaciones para luego empezar a ampliar el rango de acción geográfica usando publicidad en varios medios.

3.3.3.3.2 CANALES PUBLICITARIOS Y MEDIOS PROMOCIONALES

Dentro de los canales publicitarios y medios promocionales se tiene: publicidad radial (cuatro radios distintas), volantes, pagina web; siempre teniendo en cuenta el mercado objetivo al que se desea llegar.

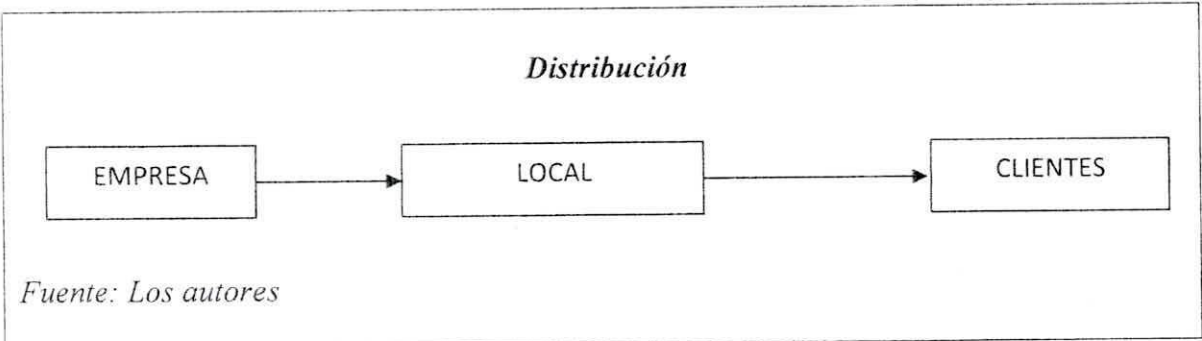
En la página web se va a promocionar todos los productos de forma agresiva detallando la foto del producto y sus principales beneficios nutricionales.

3.3.3.4 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Para la distribución de los productos se utilizará un canal de venta directa, considerando que el modelo de negocio se presta para la comercialización de los productos dentro de locales, en los cuales se puede dar la diferenciación determinada en la estrategia.

Lo importante respecto al local es que los clientes puedan tener un fácil acceso a los productos, por lo que en el estudio técnico se ha profundizado el análisis de la ubicación y se ha determinado que por la cercanía del grupo objetivo de clientes que se encuentran localizados al norte de la ciudad, la mejor ubicación es en Urdesa Central.

En conclusión, la empresa va a tener los locales como canales de distribución hacia los clientes considerando que el negocio se basa en venta directa de los productos dentro de locales, tal como se demuestra en el siguiente flujograma:



Fuente: Los autores

Flujograma 3.3.3.4: Distribución de los productos FRE SUGAR

Así se tiene que la distribución sería a partir de distribución propia de los locales comerciales que se implementen en primera instancia en la ciudad, como se indico en apartados anteriores. En una primera etapa (5 primeros años) se tiene previsto lanzar los productos con un local en la zona de Urdesa, para luego ampliarnos a partir del quinto año a la zona de Kennedy Norte o Samborondón.

En una segunda etapa (sexto año) se tiene previsto el lanzamiento de 2 locales, para luego en etapas posteriores en un mediano a largo plazo poder iniciar la comercialización en las principales ciudades del país tales como Quito, Cuenca, Manta y Ambato.

La etapa de expansión nacional será en base al lanzamiento de locales propios donde la venta de los productos y los principales insumos sea en exclusiva con nuestra empresa, así como la capacitación, el apoyo comercial y logístico.

3.3.3.4.1 CONSIDERACIONES ECONÓMICAS DE LA DISTRIBUCIÓN

Es importante considerar que las ventas estarán en función del potencial de los primeros locales, así como también de la publicidad y las estrategias promocionales, por esto se tendrá que para el primer año se espera una cobertura considerable de nuestro mercado objetivo, para lo cual se espera implementar en el arranque del negocio las operaciones de 1 local (Urdesa), desde el inicio tendremos una pequeña planta de producción de tortas y productos de repostería sin azúcar, para luego expandirnos.

4. ANALISIS TÉCNICO

4.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO Y SERVICIO

4.1.1 BASES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS

Para efectos de llevar a cabo el negocio de venta de productos de repostería se necesita reemplazar el azúcar por otro endulzante de tipo y natural, llamado fructosa.

La fructosa es una forma de azúcar encontrada en las frutas y en la miel, también puede ser obtenida del maíz y en dosis moderadas no precisa insulina para ser metabolizada por el cuerpo humano.

A diferencia del azúcar refinado, que se absorbe instantáneamente produciendo un incremento y un decremento rápido de energía, la fructosa es metabolizada y guardada por el hígado, en forma de glucógeno como reserva para cuando el cuerpo requiere hacer un esfuerzo, pero siempre es importante que su consumo sea moderado.

4.1.2 ETAPAS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Para efectos de poder analizar el sabor, calidad y el poder endulzante de cada uno de los postres que se va a ofrecer en el negocio se elaboraron pruebas piloto con los mismos aplicando distintas dosis de fructosa, con lo cual se obtuvo un resultado de endulzamiento de dos a uno respecto al azúcar, es decir que en cada postre donde deba ir una dosis de azúcar se va a reemplazar con la mitad de la dosis con fructosa.

La fructosa en sí es un monosacárido 100% natural que se metaboliza más despacio que el azúcar común y no eleva tan rápido los niveles de glucosa en la sangre e implica cerca del 50% menos de calorías por porción.

4.1.3 CRONOGRAMA DE DESARROLLO Y RECURSOS REQUERIDOS

Para efectos de llevar la ejecución del presente proyecto en lo que respecta a la parte operativa se piensa seguir los siguientes pasos:

1. Inversión económica en el proyecto

- 2. Elaborar el menú y diseño de los productos con nombres que guarden relación con el negocio. Punto donde se tiene la asesoría del Chef Starwing Zambrano (ex chef Hilton Colon, ~~Corporación El Rosado~~, Pastelería Don Remi).
- 3. Elaborar la estrategia de marketing, ventas y diseño del local, donde se puede cubrir mayor cobertura para la comercialización de los productos.
- 4. Concretar el arrendamiento, decoración y equipamiento del local.
- 5. Adquirir los equipos e implementos necesarios para el proceso operativo del negocio
- 6. Selección, capacitación y contratación del personal operativo
- 7. Coordinar las promociones por inauguración y puesta en marcha del negocio
- 8. Retroalimentación del proceso

Entre los principales recursos que se va a necesitar para poder emprender el negocio se encuentran los siguientes:

- Recursos Humanos, son cada una de las personas que va a laborar en la empresa y representan el mayor capital con que se va a contar para lograr el cuidado del negocio y que los clientes sientan ganas de regresar, el personal a contratar es el siguiente:

CARGOS	No. Trabajad.
Cajera	1
Administrador	1
Chef pastelero	1
Asistente de pastelería	2
Mesero	1
Limpieza	1

Cuadro 4.1.3.1: Nómina de personal

- Recursos Materiales, representan la maquinaria, equipos y demás bienes que forman parte de la infraestructura física de FREE SUGAR, lo cual ayudará de manera importante para la satisfacción del cliente.
- Recursos Tecnológicos, se encuentran conformados por los sistemas y equipos que facilitan las operaciones y procesos de la empresa,

minimizando tiempos y costos que influyen dentro de la comercialización de los mismos.

- Recursos Económicos se debe tener claro el aspecto de compra de los equipos o maquinarias para poder realizar la elaboración de los productos que se va a comercializar dentro de los cuales se necesita realizar la importación de los mismos desde Estados Unidos o la fabricación de los equipos. Para esto se realizará por fuentes propias (recursos propios, aportaciones o utilidades) de dinero con los cuales se financian las operaciones y proyecciones de la compañía

4.1.4 PRUEBA PILOTO DEL SERVICIO Y LA TECNOLOGÍA

Es importante poner a prueba el negocio, para el efecto se piensa realizar en dos días consecutivos un pre inicio de las operaciones, lo cual se va a concretar con la asistencia de amigos íntimos, familiares e invitados estratégicos que permita medir la calidad del servicio y que puedan degustar de los productos.

Se va a calificar al personal operativo en esos dos días, lo cual permitirá evaluar al personal de cocina, atención al cliente y de ventas, adicionalmente se va a poder medir el normal funcionamiento de la maquinaria y equipo del negocio, permitiendo contar con un tiempo prudencial para tomar correctivos previos a la puesta en marcha del negocio.

4.2 FACILIDADES

4.2.1 UBICACIÓN

Inicialmente la planta de producción de los productos se va a ubicar en la ciudadela Urdesa, al norte de la ciudad de Guayaquil dentro de Víctor Emilio Estrada entre Las Monjas e Ilanes, justamente en el mismo lugar donde va a iniciar las operaciones el local comercial. Como área contingente se tiene un espacio de terreno ubicado en Lomas de Urdesa, calles Colinas y Cerros, con un área de terreno de aproximadamente 120 mts. cuadrados donde no se necesita realizar construcciones ya que el lugar es ideal y que

presta las facilidades para la elaboración de los productos, adicionalmente situado muy cerca de donde va a estar el local de venta al público, lo cual va a permitir operar entre los dos centros con distancias cortas, por temas de logística y entregas. Un detalle de lo mencionado en este punto puede ser observado en la ficha técnica de localización del proyecto en el *anexo 4.2*.

4.2.2 FACILIDADES DE SERVICIOS

En este sector se cuenta con todas las facilidades de servicios básicos tales como agua potable, energía eléctrica, servicios de telefonía pública y privada, alcantarillado. En lo que respecta al manejo de desperdicios cada local tiene sus propias políticas y se cuenta con el servicio de recolección de basura por parte de la empresa Puerto Limpio.

4.2.3 POSICIÓN RELATIVA DE PROVEEDORES

El sitio donde va a estar ubicado el local es estratégico, considerando que a pocos minutos del mismo se puede llegar a las principales vías donde están ubicados varios de los proveedores, como son la vía a Daule, Av. Carlos Julio Arosemena, Av. Juan Tanca Marengo y las vías que dirigen al centro de la ciudad.

4.2.4 FACILIDADES DE TRANSPORTE

En lo que corresponde al transporte existen varias alternativas que permiten trasladarse desde y hasta el local ubicado en la ciudadela Urdesa, como son los taxis amarillos y ejecutivos, distintas líneas de buses urbanos, autos privados, etc.

Es importante mencionar que la parte norte de la ciudad es bastante amplia y en la ciudadela Urdesa se encuentra concentrado gran número de negocios y oficinas, que hace que mucha gente labore cerca de este sitio.

La principal vía de acceso al local es la av. Víctor Emilio Estrada, misma que cuenta con dos carriles y un espacio para parqueadero de cada lado, en su gran mayoría los alrededores han sido parte de la regeneración urbana, un concepto aplicado en la ciudad de Guayaquil hace algunos años.

4.2.5 AREA REQUERIDA

Para llevar a cabo el proyecto se requiere de un local que no tenga menos de 60 mts. cuadrados de área útil para la producción y comercialización; que sea de construcción en bloque o ladrillo y tenga bien delimitados el perímetro de su terreno por efectos de seguridad, lo cual no es muy difícil de encontrar en esta ciudadela del norte de la ciudad.

Adicionalmente se cuenta cerca del negocio con servicios adicionales especiales que facilitan el tema logístico, como son el servicio de aire, gas, grúas, aceite, agua, refrigeración, imprentas, copiadoras, talleres de servicios auxiliares y oficinas de servicios administrativos.

4.2.6 INSTALACIONES

En lo que tiene que ver con las facilidades del local se va a contar con buenos sistemas de ventilación, servicios higiénicos limpios y confortables.

La iluminación del local es un tema básico para los propietarios, es por eso que se ha pensado en colocar un sistema de iluminación basado en focos dicroicos estratégicamente ubicados que le de un ambiente más limpio y claro al local, que permita ver con mayor claridad todos los productos que se ofertan.

4.3 EQUIPOS Y MAQUINARIAS

4.3.1 ESPECIFICACIÓN DEL PROCESO

El proceso de negocio de FREE SUGAR empieza desde que los clientes llegan al local y termina cuando se realiza el pago de la cuenta; es decir iniciando desde un buen servicio al cliente, entregar una selección de productos a consumir indicando venta sugestiva. Es importante mencionar que los productos están previamente realizados para la entrega de los mismos y ciertos productos tendrán un tiempo determinado para la fabricación (en cocina) de los mismos.

Para el efecto, se espera brindar una ágil atención considerando que el local estándar no es muy grande y se necesita rotar a los clientes a medida que van llegando al mismo.

La descripción del proceso es la siguiente:

1. Arribo del cliente

2. Asignación de una mesa
3. Revisión del menú
4. Toma del pedido
5. Ingreso del pedido
6. Preparación del pedido
7. Entrega del pedido
8. Retroalimentación del servicio
9. Facturación
10. Salida del cliente

4.3.2 IMPACTO DEL NEGOCIO DENTRO DE LA SOCIEDAD

El proyecto de la idea de negocio realmente aparte de ser un punto de crecimiento para los estudiantes también conlleva puntos a favor dentro de la sociedad ya que el mismo estará dando oportunidades laborales de 7 a 10 plazas de trabajo para lo cual se minimiza el número de personas sin laborar y serían socialmente activas. Esto realmente ayudaría a muchas personas a levantar las expectativas de vida; no se puede olvidar las oportunidades de crecimiento a medida que el negocio vaya creciendo poco a poco.

En cuanto al aspecto medioambiental es importante contar con procedimientos para la recolección de los desperdicios que va a generar de manera diaria el negocio, para lo cual se establecerá los siguientes ciclos:

- 1.- Dentro de los productos donde se sirven bebidas o alimentos (platos, cucharas, sorbetes, etc.) de materiales plásticos se debe reciclar estableciendo un sitio solamente para este propósito.
- 2.- Los cartones de los productos importados deberán ser reciclados dentro de un lugar donde solo se ubiquen este tipo de desperdicios.
- 3.- Los papeles de limpieza de manos y demás papeles que se pueda reciclar también debe tener un lugar como punto de reciclaje.

La diferenciación de cada uno de estos desperdicios permitirá contar con procesos de reciclaje permanente, separando todo tipo de basura de tipo orgánica, papel o plástico. Estas medidas permitirán reciclar, clasificar y entregar a empresas recicladoras los residuos del negocio, lo cual va a generar un ingreso adicional para la empresa.

La ubicación del negocio se va a dar en el norte de la ciudad, en la ciudadela Urdesa, donde la recolección de la basura se produce a diario, lo cual va a permitir mantener de manera diaria bien limpio el local, pero es importante respetar los horarios de recolección de la basura, los cuales se dan en horario nocturno a partir de las 19h00, lo cual se va a acatar estrictamente para evitar sanciones del municipio.

4.3.3 PROCESO DE PRODUCCION E INSUMOS BASICOS

Dentro del proceso de producción de los productos de repostería es importante considerar los siguientes puntos:

- **Recepción e inspección de materia prima.-** Se recibe la materia prima y antes de almacenarla se la inspecciona, para verificar sus características, algunas de las cuales se enuncian a continuación:

Harina de trigo.- Se verifica el contenido de proteínas y carbohidratos, que son los responsables de darle al pastel una estructura suave, esponjosa y semi-rígida, tan solo en determinados productos se podrá utilizar la harina integral.

Leche.- Se verifica el contenido de sólidos grasos y de lactosa, ya que éstos proporcionan la textura del pastel y el color de la migaja, por ser productos de repostería se priorizarán los lácteos descremados.

Huevo.- Se verifica su contenido de grasa, proteínas y sólidos totales, se eliminan las yemas en la mayoría de los postres.

Margarina .- Se verifica su contenido de grasa y humedad, así como el índice de yodo, deberán ser muy bajos debido al tipo de productos que tiene el negocio

Otros ingredientes que se reciben son.- Endulzante (fructosa), leudantes, saborizantes naturales y frutas.

- **Almacenamiento de materia prima.-** Una vez que se verifican las características de la materia prima se procede a su almacenamiento.

La harina, el endulzante y otros productos en polvo se almacenan en tachos pequeños con capacidad no mayor a 100 libras con la finalidad de tenerlos por cierto tiempo y maximizar espacio; es conveniente que éstos se equipen con sistema de carga y descarga para que en las estaciones de mezcla se pueda dosificar la cantidad deseada de cada uno de los ingredientes.

Los ingredientes líquidos (excepto la leche) se almacenan en depósitos preferentemente de acero inoxidable. La leche, margarina, huevos e incluso la fruta se almacena con refrigeración.

- **Transporte al área de mezcla.-** La materia prima se transporta al área de mezcla donde se tendrá un espacio compacto para poder maximizar los espacios a través de carros empujados manualmente.
- **Cremado de la margarina .-** La margarina se deposita en una máquina batidora, en donde se bate a una velocidad de aproximadamente 590 rpm., durante 18 a 20 minutos.

La margarina tiene un corto periodo de plasticidad, por lo que es necesario trabajar con este ingrediente a una temperatura de entre 18 y 21° C.; de esta manera se aprovecha mejor las propiedades de cremado (incorporación de aire) de la margarina.

Es fundamental utilizar tiempos, velocidades y temperaturas de mezclado que permitan que los ingredientes realicen sus funciones correctamente. El empleo de tiempos y velocidades inadecuados pueden causar problemas que afecten al batido y la

calidad del producto final, propiciando el desgaste de la maquinaria y elevando los costos de operación.

La temperatura del batido ejerce una gran influencia en la viscosidad del mismo. Al trabajar con una viscosidad adecuada, la incorporación de aire al batido será más fácil, además de que se mostrará más estable lo que redundará en la calidad del pastel.

- **Adición del endulzante.-** Se agrega el endulzante y se mezcla a una velocidad de 140 rpm., durante un tiempo de 2 a 4 minutos, a una temperatura de 21 a 23°C (que se mantendrá hasta el final del proceso de mezclado).
- **Adición de claras.-** Se agregan las claras de huevo, tras separar las yemas previamente, y se mezclan a unos 285 rpm durante un tiempo de 2 a 4 minutos. (solo en determinados postres y en cantidades de receta)
- **Adición de harina preparada y leche descremada.-** Se agrega la harina y, a continuación, la leche mezclándolos a 140 rpm durante 5 minutos.
- **Batido de claras.-** La clara de huevo, previamente separada de las yemas, se bate en una batidora diferente a la que contiene la masa descrita en los puntos anteriores, a una velocidad de 590 rpm durante un tiempo de 3 a 5 minutos. Esta actividad se realiza en paralelo para no dejar reposar la masa.
- **Transporte a mezclado.-** Se transportan las claras batidas a la mezcladora que contiene la masa efectuada en las actividades anteriores. Este transporte se realiza por medio de bombeo o, bien, a través de carros empujados manualmente.
- **Adición de claras batidas.-** Se agregan las claras batidas y se mezclan a 140 rpm durante un tiempo de 2 a 4 minutos.
- **Adición de saborizantes, agente leudante y fruta.-** Se agrega saborizante, agente leudante, fruta picada y se mezclan a 285 rpm durante un tiempo de 2 a 4 min.

- **Engrasado de moldes.-** Paralelamente al mezclado, se realiza el engrasado de los moldes en que se verterá la masa: éste se hará con mantequilla, margarina o manteca para evitar que el pastel se pegue al molde. Se recomienda que los moldes sean de acero inoxidable para facilitar su limpieza. Este engrasado se efectúa en una mesa de trabajo.
- **Transporte a mezclado.-** Los moldes ya engrasados se transportan manualmente o por medio de carros a la máquina batidora que contiene la mezcla de ingredientes.
- **Vaciado de mezcla en moldes.-** La mezcla contenida en la batidora se vierte en los moldes engrasados; el vertido se realiza por gravedad y, una vez que el molde contiene la mezcla, se elimina el exceso de ésta para que la superficie quede uniforme.
- **Transporte a horno.-** Los moldes con mezcla se transportan manualmente al horno teniendo las precauciones previas como guantes de caucho para altas temperaturas, verificando el estado del equipo si está o no encendido. Si bien es cierto se tiene que cuidar los productos del local pero también el personal que es muy importante
- **Horneado.-** La mezcla se deja hornear a una temperatura promedio entre 130° C y 150 ° C durante un tiempo determinado entre 20 y 30 minutos dependiendo del producto.

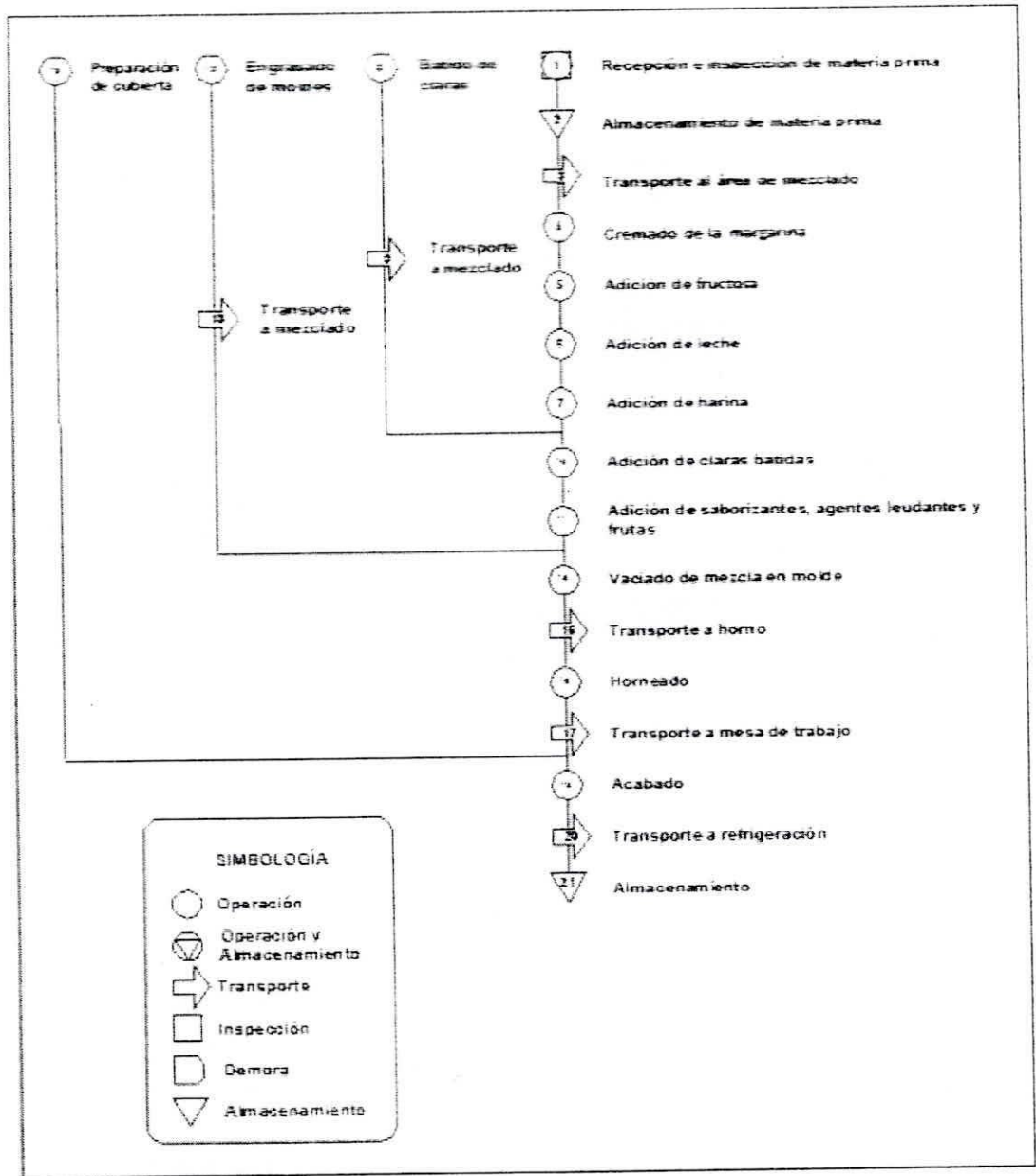
El tiempo y la temperatura del horneado, así como la humedad relativa del aire existente dentro del horno, son factores que deben ser cuidadosamente vigilados, para que esta etapa del proceso de elaboración se realice exitosamente.

- **Transporte a mesa de trabajo.-** Terminado de hornear el pastel, se transporta manualmente por medio de charolas a la mesa de trabajo utilizando las herramientas de seguridad para cuidado personal.
- **Preparación de la cubierta.-** Paralelamente, se prepara la cubierta del pastel, a base de ingredientes que dependerán del sabor y tipo de producto deseado, pudiéndose usar merengue y crema dulce, entre otros siempre que se mantenga la composición de los ingredientes libres de azúcar.

- **Acabado.-** Esta actividad consiste en poner la cubierta del pastel, se transporta previamente preparada al pastel. también incluye adornar el pastel con trozos de frutas, figuras y otros.
- **Transporte a refrigeración.-** Los pasteles terminados se transportan manualmente, por medio de carros o de bandas transportadoras al almacén de producto terminado, que en este caso será una cámara de refrigeración.
- **Almacenamiento.-** El producto terminado se almacena en una cámara de refrigeración quedando listo para su venta. Se debe tener cuidado de no almacenar el producto terminado durante más de 5 días.

Nota: Las temperatura, velocidades y tiempo de mezclado descritas en este proceso son específicas y varían de acuerdo con el tipo de pastel que se quiera elaborar.

4.3.4 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO



Nota: En reemplazo del azúcar se utilizará fructosa granulada

4.3.5 RELACIÓN Y CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES QUE DEBEN TENER LAS MATERIAS PRIMAS, LAS AUXILIARES Y LOS SERVICIOS

Las materias primas para la elaboración de un pastel de frutas son:

- Harina de trigo (preparada)
- Margarina
- Clara de huevo
- Yema de huevo (baja dosis y en ciertos postres)
- Leche (descremada)
- Agente leudante
- Saborizante
- Fructosa
- Crema pastelera = 1 lt. de leche
- Durazno picado en almíbar

Para obtener un pastel de buena calidad, es necesario que las proporciones de los ingredientes estén balanceadas: endurecedores con suavizadores, ingredientes secos con húmedos y que el producto final tenga un sabor adecuado.

- **Ingredientes endurecedores.-** Se encargan de dar la estructura y resistencia al pastel (harina, sólidos de la leche y clara de huevo).
- **Ingredientes suavizadores.-** Tiene la función de dar suavidad al producto final (grasa, endulzante, yema de huevo, chocolate y otros ingredientes que contengan grasa vegetal).
- **Ingredientes húmedos.-** (leche, agua, huevo y jarabes).
- **Ingredientes secos.-** (harina, sólidos de la leche y endulzantes).
- **Saborizantes.-** Estos ingredientes proveen de sabores naturales al pastel, por ejemplo: la cocoa, el chocolate, la margarina, el huevo y otros saborizantes de apoyo.

Por lo que se refiere a los servicios para el proceso, se requieren:

- Corriente eléctrica trifásica
- Agua potable de buena calidad
- Recolección de desechos sólidos
- Combustible (gas)

En lo que se refiere a la presentación de los productos se considerará lo establecido en la siguiente tabla:

FAMILIA DE PRODUCTOS Y PRESENTACIONES

No.	PRODUCTO	CATEGORIA	PRESENTACION	
1	CHOCOLIGHT	TORTA	ENTERA / PORCION	PLATO
2	CAKE DE VAINILLA	TORTA	ENTERA / PORCION	PLATO
3	CAKE INGLES	TORTA	ENTERA / PORCION	PLATO
4	CAKE NAVIDEÑO	TORTA	ENTERA / PORCION	PLATO
5	CAKE BANANO	TORTA	ENTERA / PORCION	PLATO
6	CAKE MARMOLEADO	TORTA	ENTERA / PORCION	PLATO
7	CAKE DE MANZANA	TORTA	ENTERA / PORCION	PLATO
8	FRUTOS DEL BOSQUE	TORTA	ENTERA / PORCION	PLATO
9	MUSS DE VAINILLA	TORTA	ENTERA / PORCION	PLATO
10	MUSS DE CHOCOLIGHT	TORTA	ENTERA / PORCION	PLATO
11	GELATINAS (varios sabores)	GELATINA	PORCION	PLATO
12	ASPIC DE FRUTAS	GELATINA FRANCES	PORCION	PLATO
13	HELADO (frutas)	HELADO	PORCION	VASO
14	AGUA	BEBIDA FRIA	UNIDAD	BOTELLA
15	COLAS LIGHT	BEBIDA FRIA	UNIDAD	BOTELLA
16	JUGOS	BEBIDA FRIA	UNIDAD	VASO
17	TE HELADO DE LA CASA	BEBIDA FRIA	UNIDAD	VASO
18	TE (AGUA AROMATICA)	BEBIDA CALIENTE	UNIDAD	VASO
19	CAFÉ EN LECHE	BEBIDA CALIENTE	UNIDAD	VASO
20	CAFÉ EN AGUA	BEBIDA CALIENTE	UNIDAD	VASO

4.3.5.1 RELACIÓN DE PROVEEDORES PRINCIPALES

La materia prima principal son la harina y la fructosa, que se puede adquirir de proveedores especializados o de las centrales de abasto. En el caso de las materias primas

auxiliares, existen empresas y laboratorios especializados que comercializan este tipo de

productos (margarina, huevo, leche, saborizantes, endulzantes, crema chantilly y fruta en almíbar).

4.3.6 EQUIPO MINIMO

El equipo mínimo a considerar en este tipo de empresa es el siguiente:

MUEBLES Y EQUIPOS	UNID.
Sillas	32
Mesas	8
Vasos varios - rubro bebidas	125
Plato postre	100
Tazas	100
Cubiertos varios	104
Caja registradora	1
Charolas y varios	1
Cafetera-equipos	2
Mesa de trabajo	1
Bandeja aluminio	20
Televisores	2
Coche multiuso	1
Moldes y demás herramientas para hacer pastel	1
Mostrador	2
Estantes y Tachos de almacenaje	8
Tachos basura - varios tamaños	12
Tanque de gas estacionario	1
Equipo contra incendio - kit	1
Horno convección, 1 solo cuerpo	1
Máquina batidora-amasadora	1
Cámara refrigeradora	1
Planta de luz de emergencia	1
Laminadora	1
Exhibidor refrigerante	2
Horno microonda	1
Cocina industrial	1
Básculas varios pesajes	2
Maquina de jugos	1
Licuada	2
Centrales de aire acondicionado	3
Utensilios reposteria	5

Cuadro 4.3.6 Equipo mínimo de trabajo

4.3.7 PRECAUCIONES ESPECIALES CON RELACIÓN AL EQUIPO Y ACCESORIOS RESPECTO A LA SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

El personal que labora en el área de producción deberá contar con el equipo de seguridad y protección necesario.

Para el caso particular de este giro se deberán contar con accesorios para manejar sustancias calientes, como uniformes especiales, lentes y guantes.

La higiene del personal es de fundamental importancia en este giro, puesto que se trata de la elaboración de alimentos.

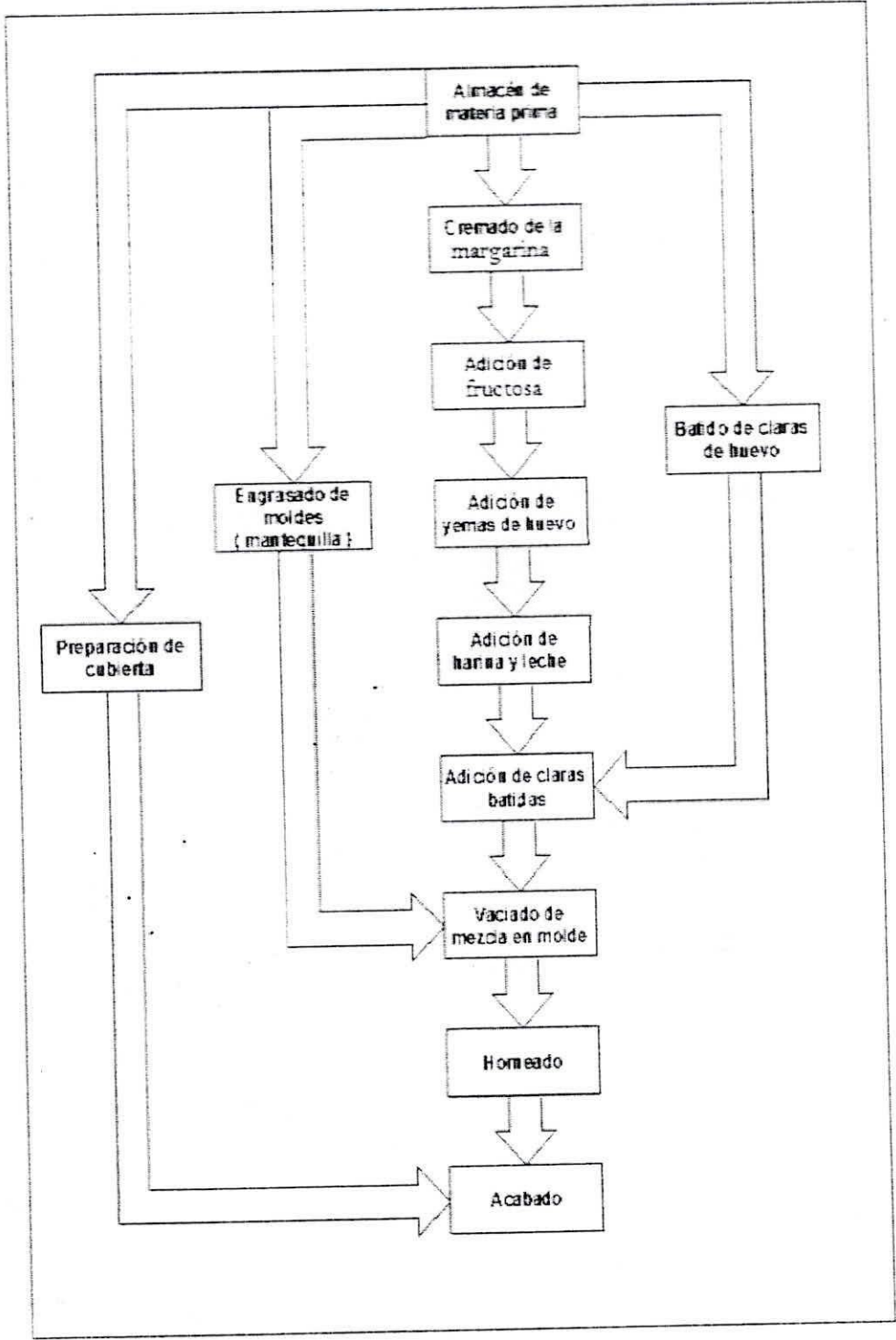
Los empleados con cortaduras, erupciones, uñas sucias y cualquier enfermedad de la piel o contagiosa no deben intervenir en el proceso de la preparación de pasteles.

Los empleados que intervienen en el proceso de preparación deben contar con uniforme limpio, cabello tapado y guantes. No se deberá permitir que los empleados traigan barba, bigote o cabello largo.

La seguridad de la planta se consigue principalmente a través de pláticas y cursos de seguridad al personal, lo cual deberá ser programado por la Comisión Mixta de Higiene y Seguridad.

Se debe llevar un control sobre índices de accidentes para estudiar la forma de prevenirlos, o eliminarlos, suprimiendo las condiciones inseguras de los equipos e instalaciones.

4.3.8 FLUJO DE MATERIALES



Flujograma 4.3.8: FLUJOGRAMA DE MATERIALES

4.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Además de la localización, diseño y construcción de la planta es importante estudiar con detenimiento el problema de la distribución interna de la misma, para lograr una disposición ordenada y bien planeada de la maquinaria y del equipo, acorde con los desplazamientos lógicos de las materias primas y de los productos acabados, de modo que se aprovechen eficazmente el equipo, el tiempo y las aptitudes de los trabajadores.

Dentro de la distribución de la Planta para la elaboración de repostería se puede mencionar que el mismo sería especificado de la siguiente manera:

- Tener una oficina pequeña con la finalidad de poder mencionar el tema de solicitud de suministros para la elaboración de repostería.
- Los equipos deben estar ubicados por sectores tales como hornos o sistemas de calentamiento, sistemas de refrigeración, sistemas de decoración de productos, sistema de empaques para pedidos para llevar.
- Tener una parte para ubicación de productos con la finalidad de almacenamiento de los mismos donde se puede ubicar perchas debidamente seleccionadas para armarlas y que ocupen el espacio debidamente reducido con la finalidad de ganar espacio.
- Finalmente debe tener un sector en donde se ubican los productos terminados para servirse, para llevar o para ser ubicados dentro de vitrinas de refrigeración.

Las mejoras en la distribución se pueden introducir con sólo analizar las operaciones, conforme a los siguientes aspectos:

- Los materiales no deben tener demasiados desplazamientos para someterse a los diversos procesos; sino más bien un orden lógico, de acuerdo con la secuencia de operaciones por las que han de pasar.
- El equipo para el manejo de materiales deberá emplearse con facilidad y sin interferencias por la mala disposición de la maquinaria o de otros equipos.

- Las máquinas deberán mantener una separación adecuada entre sí para no obstaculizarse y evitar accidentes.
- Los depósitos de herramientas y suministros deberán estar localizados convenientemente para ahorrar recorrido de materiales.
- Las conexiones de luz y vapor (en su caso) deberán estar debidamente ubicadas y seguras en su utilización y manejo.
- La maquinaria se instalará de manera que se facilite su reparación y mantenimiento.
- Las áreas de trabajo deberán contar con una adecuada iluminación.
- Los pasillos deberán permitir el libre tránsito en uno u otro sentido.
- Los pasillos y los claros de las puertas deberán ser bastante amplios para permitir el fácil desplazamiento del equipo en general.
- La maquinaria y los marcos de las puertas deberán estar protegidos contra los daños que les puedan causar las carretillas y vagonetas.
- Las instalaciones de lavabos, baños y bebederos de agua deberán colocarse convenientemente en lugares adecuados.
- Los colores utilizados en la planta deberán dar un descanso a la vista del trabajador.
- Los almacenes para materiales inflamables deberán estar contruidos de tal manera que eviten el peligro de incendio.
- El equipo contra incendio deberá colocarse en lugares estratégicos.
- Los diferentes almacenes deberán ser lo suficientemente amplios para permitir un libre tránsito, tanto del equipo comercial como del personal.

De acuerdo con las actividades de cualquier fábrica, se recomienda establecer las áreas que necesitan mayor espacio según las funciones a desarrollar:

- Área de producción
- Almacén de materias primas
- Almacén de productos terminados
- Pasillos
- Área de recepción y expedición
- Almacén de equipos móviles de mantenimiento
- Almacén de herramientas

- Área de mantenimiento
- Instalaciones médicas y botiquín
- Oficinas
- Estacionamiento para clientes y visitas
- Estacionamiento para vehículos de transporte

En el siguiente mapa se puede observar la distribución del local:

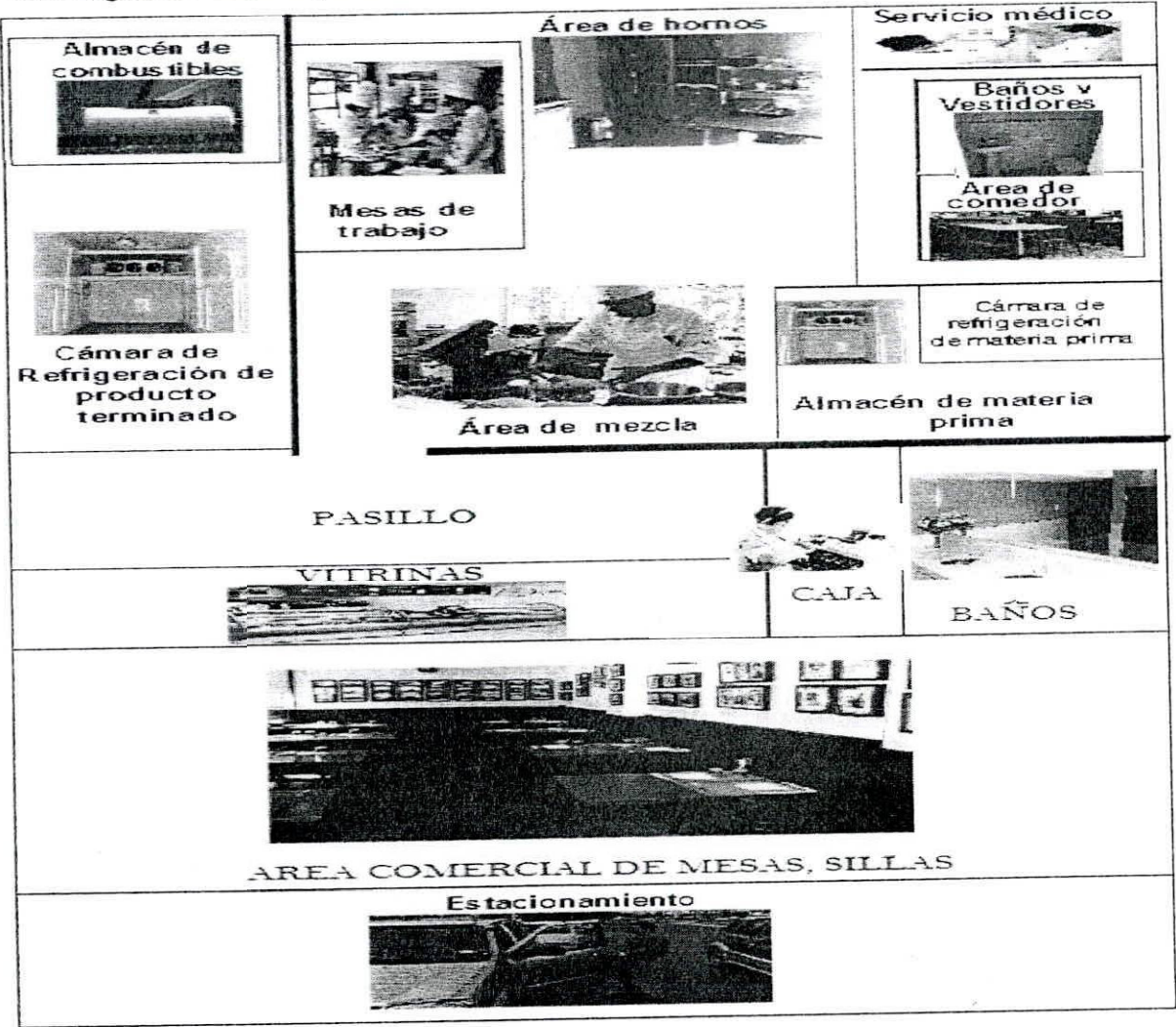


GRÁFICO 4.4 : MAPA DE DISTRIBUCIÓN

Todas las distribuciones son orientadas a que productos tienen que salir a la venta, orientada a los tiempos de producción, es decir que cada producto tiene su tiempo determinado con la finalidad de dar un buen servicio al cliente minimizando tiempos y aumentando satisfacciones. Se precisa mencionar que sin importar el producto que se está elaborando se debe determinar los tiempos de producción ya que así se determina también la eficiencia en los trabajos del personal.

El gasto inicial por concepto de alquiler de local esta en los \$2000, es un monto indicativo y real en terreno ya que varían significativamente por región, ciudad y localización en particular.

4.4.1 PRODUCTOS DEL GIRO Y SUS CARACTERÍSTICAS BÁSICAS:

- Cake chocolate – tipo americano (para 16 personas)
- Cake Vainilla
- Cake Inglés
- Cake Navideño
- Cake de banano
- Cake Marmoleado
- Cake Manzana
- Frutos del bosque
- Muss de Vainilla
- Muss de Choco
- Gelatinas (varios sabores)
- Gelatina (Aspic de frutas) Francés
- Helado (frutas)
- Agua
- Colas
- Jugos
- Té helado de la casa
- Té (agua aromática)
- Café en leche
- Café en agua

En el *anexo 4.1* se puede observar el detalle de la preparación, ingredientes y fotos de cada producto.

Para identificar los materiales en forma clara y sencilla se puede asignar una clave o código a cada tipo de suministro. Así se tiene en base al análisis anterior la siguiente lista de proveedores:

PROVEEDORES LOGISTICOS					
PRODUCTO	DESCRIPCION	FICHA PROVEEDORES			
		NOMBRE	DIRECCION	TELEFONOS	ENTREGA A DOMICILIO
FRUCTOSA	MONOSACARIDOS 100% NATURAL REEMPLAZA AL AZÚCAR	POLY FOODS (LUPASA)	QUITO, BARTOLOMÉ ZAMORA N62- 130 Y SABANILLA	2599136	SI CON RECARGO DE FLETE
HARINA INTEGRAL	SIRVE COMO BASE PARA REALIZAR LA MASA DE NUESTROS PRODUCTOS	INDUSTRIAL MOLINERA	GUAYAQUIL, EL ORO 109 Y 5 DE JUNIO	2442060	NO
FRUTAS	INDISPENSABLES PARA LOS BATIDOS, DECORACIÓN DE POSTRES Y PARA LAS ENSALADAS DE FRUTAS	MERCADO MAYORISTA DE ABASTOS	GUAYAQUIL, KM. 14 1/2 VIA A DAULE	097014718	SI
INSUMOS COMPLEMENTARIOS Y DECORADO DE PASTELERÍA	NECESARIOS PARA COMBINAR EN NUESTRAS RECETAS Y PARA HACER LAS DECORACIONES DE NUESTROS POSTRES Y TORTAS	INDUSTRIAS LUDAF S.A.	CDLA. LOS HELECHOS SEC. 2 MZ DI SI 18	2808997	NO

TABLA 4.4.41 : Proveedores de principales productos

5 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

5.1 GRUPO EMPRESARIAL

El proyecto FREE SUGAR se encuentra liderado por dos profesionales y amigos, mismos que se especializan en distintas áreas de la rama de negocios. Es por eso que se ha proyectado colocar a la cabeza de la parte administrativa, comercial y económica al Ing. Com. Marx García León por su amplia experiencia a nivel administrativo, financiero y comercial, por otro lado en lo que corresponde a parte técnica, ambiental y operativa del negocio va a estar a cargo del Ing. Elec. Carlos Méndez Ortiz quien tiene experiencia técnica y operativa en este tipo de negocios. Los dos cuentan con una amplia experiencia laboral y son profesionales con grado de maestría, lo cual les permite tener una visión más amplia del negocio.

El perfil de los profesionales, las capacitaciones y especialidades de cada uno, así como también la experiencia personal podrá ser analizado de una manera más detallada en anexo No 5.1.

Como se había mencionado anteriormente la empresa se va a encontrar dirigida por dos personas que a su vez serán los dos únicos accionistas de la misma y los cuales deberán tener los mismos derechos de voz y voto, debido a que las acciones van a contar con la misma cantidad de participación por accionista.

Las reuniones de la junta general de accionistas se darán siempre de manera ordinaria y cuando las circunstancias lo ameriten se realizarán reuniones extraordinarias, para el efecto en cualquiera de los dos casos se elaborarán actas por cada reunión realizada.

5.1.1 CONDICIONES SALARIALES

En lo que respecta a las condiciones salariales al inicio de las operaciones de la empresa se espera tener una estructura de sueldos acorde a lo que pide la ley y a medida que aumente la producción, productividad y rentabilidad del negocio se piensa poner sueldos que estén por encima de la tabla sectorial del Ministerio de Relaciones Laborales, para el efecto se

adjunta en la tabla 5.1.1 un resumen de la estructura de salario de FREE SUGAR S.A.

CARGOS	No. Trabajad.	SUELDO INDIVIDUAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Cajera	1	300	393,95	4727,4
Administrador	1	600	767,9	9214,8
Chef pastelero	1	500	643,25	7719
Asistente de pasteleria	2	400	1037,2	12446,4
Mesero	1	300	393,95	4727,4
Limpieza	1	296	388,964	4667,568
TOTAL		2396		43502,568

TABLA 5.5.1: ESTRUCTURA SALARIAL

Adicionalmente un detalle con el desglose de sueldos incluidos los beneficios sociales podrá ser observado en el anexo 5.2

5.1.2 POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES

Se ha contemplado por parte de los accionistas de la empresa el reinvertir las utilidades de manera anual, considerando que es necesario adquirir algunos activos fijos y crecer a nivel de locales o puntos de venta, pero esta estrategia se espera que no sea mayor a los cinco años para de allí en adelante comenzar a realizar la repartición de dividendos.

5.2 PERSONAL EJECUTIVO

5.2.1 PERSONAS QUE OCUPARÁN LOS CARGOS BÁSICOS, INCLUYENDO SU EXPERIENCIA Y EL APOORTE POSIBLE A LA ORGANIZACIÓN.

En función de la experiencia y las habilidades de cada integrante del negocio se van a distribuir los cargos básicos, entre los principales tenemos:

Nivel Directivo: Accionistas - Gerentes

Nivel Administrativo: Administrador, Cajero, Meseros, limpieza (conserje)

Nivel Operativo: Jefe de cocina, asistentes de cocina

5.2.2 POLÍTICAS DE ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL:

5.2.2.1 TIPO DE CONTRATOS

Los contratos de trabajos serán elaborados por una abogada de un estudio jurídico prestigioso de la ciudad de Guayaquil, todos los trámites de tipo legal, entre esos los contratos de trabajo, serán administrados en base a una figura jurídica de "asesoría legal" con el estudio jurídico Estrada y Asociados.

La modalidad de formalización laboral será mediante un contrato de prueba por tres meses, mismo que de acuerdo al desempeño de los trabajadores será renovado por doce meses más y de haber en este nuevo período una conformidad de las dos partes se renovará de manera indefinida.

5.2.2.2 POLÍTICA SALARIAL

La política salarial estará basada en principios constitucionales como es el SUMAK KAWSAI, más conocido como el "buen vivir", es deseable lograr no solamente la prosperidad del negocio sino compartir el éxito del mismo junto a los mayores aliados, quienes son los empleados.

Es por eso como se va a empezar un negocio nuevo en el mercado, al inicio de las operaciones se va a basar en salarios que cubran con los mínimos legales establecidos por la tabla sectorial del Ministerio de Relaciones Laborales, se piensa que a medida que va creciendo el negocio se puede mejorar las condiciones salariales de los empleados fuera de los beneficios que la ley manda.

En lo que respecta al rubro de honorarios, los mismos serán pagados al profesional del derecho que asesore en todos los aspectos legales, para el efecto como se menciono antes se contratará un estudio jurídico bajo la figura de asesoría legal y por tanto el pago será por honorarios profesionales.

Todos los empleados van a estar afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS, lo cual les va a permitir no solamente contar con servicios de atención médica en las distintas unidades médicas del IESS, sino como beneficio adicional van a poder atender a sus hijos de hasta 18 años de edad.

Adicionalmente a finales de año se piensa entregar dentro de la empresa una canasta navideña para cada uno de los empleados, la cual va a estar conformada en su gran mayoría de productos FREE SUGAR y de productos de nuestros proveedores, lo cual va a permitir satisfacer a los empleados por el esfuerzo realizado durante todo el año y ganando de esta manera una mayor lealtad y compromiso de parte de ellos hacia la empresa, adicionalmente permitirá afianzar las relaciones comerciales con los proveedores.

5.3 ORGANIZACIÓN

5.3.1 ESTRUCTURA BÁSICA (ORGANIGRAMA)

Free Sugar se va a componer de dos niveles de jerarquía operacional y administrativo comercial que cubrirán con todas las áreas del negocio y va a permitir cumplir en cada uno de los procesos internos de la empresa, garantizando de esta manera un buen servicio para los clientes.

Por cada puesto se van a definir el alcance de los mismos en lo que respecta a derechos, responsabilidades y funciones de manera específicas, las cuales van a ser consideradas fundamentales a la hora de emprender las operaciones.

En lo que respecta a la estructura básica de la empresa se incluye un organigrama de tipo vertical, tal como se puede observar en el siguiente gráfico 5.3:

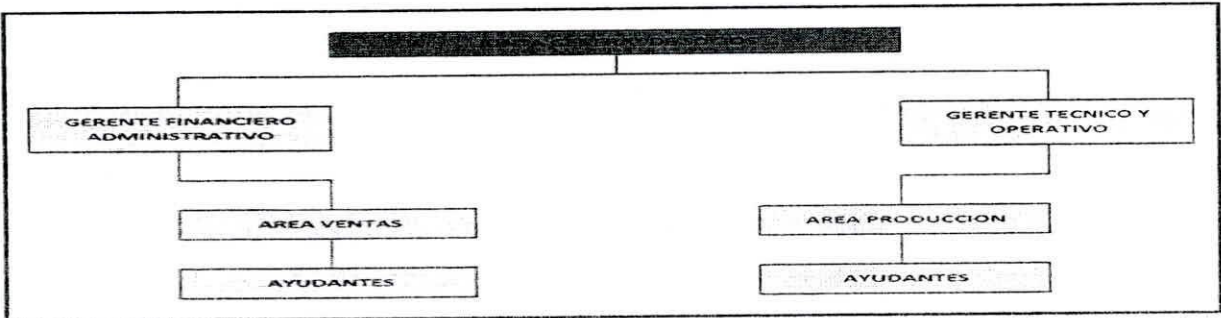


Gráfico 5.3.1: Organigrama

5.3.2 LÍNEA DE AUTORIDAD

La Gerencia financiera y administrativa junto con la Gerencia técnica y Operativa compartirá el rol jerárquico de primera línea mediante el cual se supervisará las distintas áreas del negocio, pero con la diferencia que existirán encargos específicos para cada una de las gerencias que permitan administrar de una mejor manera los recursos de la empresa.

La primera tiene la función básica de administrar los recursos económicos y comerciales de la empresa, así como velar por los recursos humanos de la misma. La gerencia técnica y operativa velará por maximizar la producción de la empresa y minimizar los costos en función de las mejores prácticas operativas del negocio.

Los resultados de la gestión de las dos gerencias serán analizados en la junta de socios, donde reposan la toma de decisiones final sobre la rentabilidad y buena marcha del negocio.

5.3.3 MECANISMOS DE DIRECCIÓN Y CONTROL

Básicamente se va a contar con un sistema de control automatizado, es decir un software que permita controlar las operaciones en lo que respecta a inventarios, pedidos, facturación, etc.

El software adicionalmente permitirá enviar información al área contable y financiera en tiempo real, lo cual permitirá contar con información actualizada del negocio, ayudando de esta manera en la toma de decisiones sobre la marcha.

5.3.4 ESTILO DE DIRECCIÓN

El estilo de comunicación será abierto, lo cual permitirá contar con una comunicación efectiva entre los distintos mandos de la empresa.

Las decisiones se tomarán en consenso entre los socios, en vista que se cuenta con solo dos

socios con igual cantidad de participaciones accionarias.

La capacitación y el diálogo continuo serán parte de la cultura de la empresa es por eso que se establecerán reuniones periódicas con los empleados de todos los niveles.

5.3.5 LOS COMITÉS DE DIRECCIÓN QUE TENDRÁ, SUS COMPONENTES Y SUS FUNCIONES.

En la empresa no existirá un directorio considerando que tan solo existen dos accionistas, pero todas las decisiones van a ser tomadas bajo mutuo acuerdo, por lo tanto el control y toma de decisiones del negocio va ser llevado bajo principios de acuerdos, comunicación efectiva y mutua confianza de los dos únicos accionistas.

De manera mensual se va a realizar una reunión de los dos únicos socios donde se acordarán decisiones importantes relacionadas a la compra de activos fijos, apertura de nuevos puntos de venta, nuevas obligaciones bancarias, contratación de personal y pagos de montos importantes.

5.4 EMPLEADOS

5.4.1 NECESIDADES CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS

El concepto que debe primar en FREE SUGAR es el servicio y atención al cliente es por eso que se debe ser muy meticuloso en la selección del personal, pero así como se va a exigir un nivel de competencias elevado para las distintas áreas del negocio también se tiene que ser consciente de retribuir el esfuerzo de los empleados en condiciones laborales claras con planes de carreras, con incentivos por obtención de logros y evaluaciones periódicas de desempeño basadas en indicadores de gestión en cada uno de los puestos.

La visión del negocio será contar dentro del mismo con personal de atención al público que cumpla los siguientes perfiles:

- Edad entre 18 y 35 años
- Aceptable presentación, preferible que tengan empatía con los clientes

- Ser proactivos y contar con iniciativa
- Tener aptitud y actitud para servir a los clientes
- Con una experiencia mínima de 2 años en actividades similares a la de nuestro negocio
- Educación mínima (secundaria completa)

5.4.2 MECANISMOS DE SELECCIÓN, CONTRATACIÓN Y DESARROLLO

Dentro de los mecanismos de selección del personal para el proyecto FREE SUGAR se piensa realizar un proceso que se encuentra basado en los siguientes pasos:

- Definir el puesto que va a estar vacante, cuáles van a ser los perfiles requeridos para el mismo así como la experiencia y la preparación técnica / académica.
- Proceso de reclutamiento por periódicos de mayor circulación regional y páginas Web de empleos.
- Entrevistas directas con el Gerente administrativo financiero, quien asumirá al inicio de las operaciones la responsabilidad de administración de los recursos humanos de la empresa.
- Elaborar informes acerca de las entrevistas laborales
- Preselección de los aspirantes que se acerquen más a los perfiles requeridos por la empresa, posteriormente se les realizará pruebas psicológicas y un test de aptitud
- Contratación y retroalimentación

5.4.3 POLÍTICAS DE ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL

A nivel operativo los empleados tendrán un contrato de prueba y luego de cumplir lo requerido se los contratará indefinidamente, los salarios se ajustarán al mercado y se incrementarán no solamente con los ajuste salariales q haga el gobierno sino también por efectos de desempeño laboral.

Se darán estímulos económicos por productividad y se afiliará a todos los empleados al IESS.

5.5 ORGANIZACIONES DE APOYO

5.5.1 LAS ORGANIZACIONES DE APOYO AL NEGOCIO

Para la puesta en marcha del negocio FREE SUGAR se cuenta con un pool de negocios y aliados estratégicos que van a dar soporte al negocio en distintas líneas del mismo, los cuales se detallan a continuación:

- Asesoría en Gestión comercial y de marketing, HOLOGRAF
- Asesoría en temas legales, ESTUDIO JURÍDICO ESTRADA Y ASOCIADOS
- Bancos, GUAYAQUIL y PICHINCHA
- Asesoría contable, ATIMOR SERVICIOS CONTABLES
- Seguros, COLONIAL

5.5.2 SU ORGANIZACIÓN CONTABLE Y SUS MECANISMOS DE CONTROL, CON SUS ESPECIFICACIONES.

El área contable de la empresa estará llevada por el Estudio Contable ATIMOR, quien será el responsable de registrar, controlar y emitir reportes financieros que permitan a la empresa evaluar de manera periódica el estado de la misma, evaluando los riesgos del negocio.

Se deberán presentar de manera bimensual los estados financieros a los directivos con el fin de mantener un control y apoyo para la toma de decisiones.

El inventario físico será realizado de forma mensual por el Ing. Elect. Carlos Méndez Ortiz para evitar cualquier tipo de faltantes.

6. ANÁLISIS LEGAL

6.1 ASPECTOS LEGALES

6.1.1 TIPO DE SOCIEDAD

La empresa FREE SUGAR se va a constituir como sociedad anónima siguiendo lo establecido en la Ley de Compañías referente a este tipo de sociedades.

6.1.2 PROCEDIMIENTOS PARA LA CONFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD

En primera instancia se revisó que el nombre propuesto FREE SUGAR S.A. no se encuentre registrado por otra empresa o que posea peculiaridades parecidas a los nombres de otras, lo cual de acuerdo al registro de la Superintendencia de Compañías que se presenta a continuación no presenta ningún problema:

www.supercias.gov.ec / Sector Societario/ Consultas en líneas/ Nombres Aproximados
No se han encontrado nombres de compañías conformados por palabras aproximadas a aquella que Ud. ingreso para realizar esta consulta.
Superintendencia de Compañías del Ecuador Dirección: Calle Roca 660 y Amazonas Teléfonos: (593) (2) 2-553505 / 2-553879 / 2-529960 Quito - Ecuador

Tabla 6.1.2 : Peculiaridad de nombres Superintendencia de Compañías
Fuente: Página web de la Superintendencia de Compañías

Adicionalmente se va a registrar la patente de FREE SUGAR en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI con el fin de mantener la posesión comercial sobre este nombre y poder garantizar que las inversiones que se realicen a futuro en la difusión y potenciación de la marca no se traduzcan en pérdidas.

En lo que respecta a los estatutos de la Compañía, los mismos deberán incluir entre los principales aspectos lo siguiente:

- Lugar y fecha de constitución de la empresa
- Accionistas de la compañía y porcentajes de participación

- Objeto Social
- Nombre de la Compañía
- Capital Social
- Domicilio de la Compañía
- Otros más

6.1.3 IMPLICACIONES TRIBUTARIAS, COMERCIALES Y LABORES ASOCIADAS AL TIPO DE SOCIEDAD

En lo que comprende a la constitución de la compañía se va a incurrir en varios gastos legales y de constitución, los cuales se han estimado en \$ 600, los cuales corresponden a gastos de honorarios profesionales al abogado/a del estudio jurídico a ser contratado, extractos, la inscripción en el Registro Mercantil y la publicación en uno de los diarios del país.

Como se comento antes se van a realizar juntas ordinarias y extraordinarias en la Compañía y se cumplirá con los requisitos mínimos exigidos por la autoridad de control, en este caso la superintendencia de Compañías.

Las Juntas Generales y Ordinarias, se llevarán a cabo trimestralmente y serán de carácter obligatorio. Las Juntas Extraordinarias, serán llevadas a cabo solamente cuando uno de los accionistas lo requiera, pero siempre con el mutuo acuerdo de los dos únicos accionistas de la Compañía, para el efecto se deberá avisar con un tiempo razonable la convocatoria a la misma.

6.1.4 NORMAS Y PROCEDIMIENTOS SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN DE SUS PRODUCTOS

Debido a que los productos que se van a comercializar son frescos y de rápida rotación no es necesario contar con el Certificado de Conformidad con sello de calidad INEN pero si se debe pensar a un mediano plazo invertir en certificados de calidad internacionales como son los certificados de calidad ISO, lo cual va a permitir lograr mejorar los procesos de producción y mantener un estándar de calidad que garantice el producto final para los clientes.

6.1.5 LEYES ESPECIALES A SU ACTIVIDAD ECONÓMICA

No existen leyes especiales que normen el negocio, lo que se debe considerar siempre es cumplir con los permisos municipales, ambientales y legales que exigen distintos órganos de control para el normal funcionamiento del negocio.

6.2 ASPECTOS DE LEGISLACIÓN URBANA

6.2.1 DIFICULTADES LEGALES O DE REGLAMENTACIÓN URBANA PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO

Las mayores dificultades que se han identificado en este negocio son la cantidad de permisos que hay que obtener antes de iniciar las operaciones de la empresa, pero para el efecto se va a contar con el soporte de un estudio jurídico especializado en la parte societaria, lo cual va a permitir minimizar tiempos y el gasto innecesario de recursos económicos.

6.2.2 TRÁMITES Y PERMISOS ANTE LOS ORGANISMOS DE GOBIERNO

Para poder iniciar normalmente las operaciones sin ningún tipo de inconvenientes se deberá contar con los siguientes permisos:

- Municipio.- Se deberá contar con la patente municipal, tasa anual de turismo y tasa de habilitación con el fin de evitar desde multas hasta la clausura del negocio.
- Servicio de Rentas Internas.- Es importante contar con el Registro Único de Contribuyentes RUC previo al inicio de operaciones de la empresa, considerando que en base a este registro se pueden obtener las facturas de venta para el negocio.
- Empresa de agua potable.- Se deberá contar con el informe favorable de la revisión del estado de la trampa de grasas que emite la empresa de agua potable con el fin de que el Municipio de Guayaquil pueda emitir los permisos de funcionamiento del local.
- Gobernación.- Permiso de la Intendencia para la puesta en marcha del negocio.
- Ministerio de Salud.- Al ser el negocio la venta de productos alimenticios se va a requerir contar con el permiso de higiene.
- Benemérito Cuerpo de Bomberos.- Se requiere de una inspección de esta

Institución para verificar que el local del negocio cuente con la señalización de seguridad correspondiente, las salidas de emergencia, equipos contra incendios que garanticen la seguridad de los clientes.

- Sayce.- Es la sociedad de autores y compositores ecuatorianos, por lo tanto se deberá respetar los límites de sonido y pagar la tasa correspondiente por contar con música ambiental en el local.
- Cámara de Turismo y Ministerio de Turismo.- Se debe contar con el Certificado de registro y declaración del 1 x 1000 de los activos fijos.
- Universidad de Guayaquil.- Es importante realizar la aportación al sistema hospitalario en vista de que es una compañía anónima.

Finalmente con el fin de detallar de una mejor manera los pasos y requerimientos para obtener algunos de los permisos mencionados anteriormente se adjunta un detalle de los mismos en el *anexo* No.6.1.

7. ANÁLISIS AMBIENTAL

Considerando el tipo de negocio que es FREE SUGAR no se van a generar daños ambientales o de emisiones que contaminen el medio ambiente durante el ciclo de vida del mismo, pero al ser este un negocio de alimentos sí se va a necesitar de estándares de calidad en la parte operativa que garanticen las buenas prácticas de manipulación de alimentos del negocio y como resultado productos de calidad para los clientes.

7.1 MANEJO DE RESIDUOS DE LA EMPRESA

Es importante contar con procedimientos para la recolección de los desperdicios que se va a generar de manera diaria en el negocio, para lo cual se establecerán los siguientes ciclos:

- 1.- Dentro de los productos donde se sirven bebidas o alimentos en platos de materiales plásticos hay que reciclarlos estableciendo un sitio solamente para este propósito.
- 2.- Los cartones de los productos importados deberán ser reciclados dentro de un lugar donde solo se ubiquen este tipo de desperdicios.
- 3.- Los papeles de limpieza de manos y demás papeles que se pueden reciclar también debe tener un lugar como punto de reciclaje.

La diferenciación de cada uno de estos desperdicios permitirá contar con procesos de reciclaje permanente, separando todo tipo de basura de tipo orgánica, papel o plástico. Estas medidas permitirán reciclar, clasificar y entregar a empresas recicladoras los residuos del negocio, lo cual va a generar un ingreso adicional para la empresa.

La ubicación del negocio se va a dar en el norte de la ciudad, en la ciudadela Urdesa, donde la recolección de la basura se produce a diario, lo cual va a permitir mantener de forma diaria nuestro local bien limpio, pero es importante respetar los horarios de recolección de la basura, los cuales se dan en horario nocturno a partir de las 19h00, lo cual vamos a acatar estrictamente para evitar sanciones del municipio.

7.2 RIESGOS PARA LOS TRABAJADORES

7.2.1 RIESGO DE QUEMADURAS, CORTES Y GOLPES

Debido a los sistemas de calentamiento dentro de las cocinas industriales es muy importante mencionar que existe el riesgo y peligro de quemaduras, razón por la cual es importante establecer separaciones de los equipos con la finalidad de que no haya contacto con el personal de manera continua.

Por otro lado se puede mencionar que los hornos de calentamiento son sistemas cerrados donde no hay peligro de contacto directo con el personal. Es un sistema muy simple mientras se sigan los parámetros indicados dentro de las normas de seguridad física del personal. No se puede dejar de contar dentro del negocio con un botiquín de primeros auxilios con la finalidad de que el personal se encuentre respaldado por la empresa y teniendo siempre como prioridad el no poner en riesgo al personal.

En ese sentido es importante también capacitar de manera semestral al personal en normas básicas de seguridad que permitan evitar accidentes en especial de quemaduras.

En lo que respecta a los golpes es importante considerar las recomendaciones de los fabricantes de los equipos para así evitar golpes o cortes con cualquier tipo de máquina, herramienta o equipo, es por eso que van a existir a lado de cada equipo letreros de seguridad que van a recordar los pasos de manipulación segura de los mismos.

En lo que se refiere a los riesgos de cortes en realidad es un punto donde las personas que utilicen objetos corto punzantes deben tener experiencia para evitar cortes pequeños o lamentables, dentro de este punto es muy importante que se debe tener cierto nivel de filos con diferentes colores y ubicarlos dentro de stands de madera bien ubicados.

7.2.2 RIESGO DE CAÍDAS.-

Este tipo de accidentes se dan básicamente por que los pisos no se encuentran limpios o libres de grasas, es por eso que se van a mantener las áreas de producción de alimentos libres de líquidos y desperdicios para que no pongan en riesgo la integridad de los

trabajadores, para el efecto también se les va a otorgar a los empelados de cocina unas botas de tipo industrial antideslizantes para evitar este tipo de accidentes y minimizar sus impactos.

7.2.3 RIESGOS DE SOBRESFUERZOS.-

Se va a evitar al máximo que los empleados de cocina manipulen objetos pesados tales como tanques de gas, ollas, cartones con materia prima, etc. con el fin de evitar lesiones a nivel de la columna o esguinces, para el efecto van a existir coches que ayuden a transportar cualquier tipo de carga y se va a obligar que se utilicen los cinturones de carga.

7.2.4 RIESGOS ELÉCTRICOS.-

Es importante que existan instalaciones eléctricas aptas para el desarrollo del negocio, que no obstaculicen la operatividad del mismo y que garanticen la integridad del personal y también de los clientes que visitan el local. Se considera este riesgo como uno de los más importantes porque no solo representa una amenaza para el negocio sino también para las instalaciones y activos fijos de la empresa, es por eso que se va a contar con un seguro contra incendios para precautelar los intereses de la empresa.

En lo que respecta a las medidas que se van a tomar se encuentran también el aislar los enchufes y circuitos eléctricos, revisar periódicamente los cables eléctricos y dar un mantenimiento periódico a los paneles y sistema eléctrico:

7.3 MECANISMOS DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

Dentro de los mecanismos de higiene se pueden nombrar los siguientes:

- Gorros para protección de cabello
- Tapaboca de tela para protección respiratoria
- Guantes
- Cobertor de antebrazo
- Delantales

- Dispensadores de toalla papel tipo z
- Dispensadores de alcohol gel
- Vestimenta adecuada para trabajar en la cocina
- Revisión periódica de uñas cortas
- Manuales de actualizados y socializados de higiene

Dentro de los mecanismos de seguridad industrial se pueden nombrar los siguientes:

- Protección auditiva para ciclos de trabajo en equipos con motor
- Guantes especiales para cuando se utilicen herramientas de tipo corto punzantes
- Zapatos de cuero de caucho antideslizantes
- Vestimenta apropiada para manejo de equipos fríos
- Pantalones tipo Jean

Adicionalmente se va a capacitar de manera semestral al personal de la empresa en temas concernientes a higiene y seguridad industrial, sobre todo en lo que respecta a los siguientes puntos:

- Seguridad contra incendios: manejo seguro de extintores, evacuación y primeros auxilios
- Capacitación en manejo seguro de equipos de cocina
- Capacitación en temas ambientales, normas y procedimiento básicos de manipulación de alimentos
- Otros temas relacionados con seguridad industrial.

8. ANÁLISIS SOCIAL

Hoy en día las personas que buscan cuidar de su salud y las que sufren de algún tipo de enfermedad que los limita a la ingesta de productos con azúcar viven en un mundo que no está preparado para ellos, al igual que las demás personas necesitan distraerse, salir a comer con la familia, degustar un rico postre pero sucede que la mayoría de los restaurantes, heladerías, pastelerías y cafeterías no se encuentran preparados para atenderlos como se merecen y proveerles de productos especializados y que sean elaborados de acuerdo a las necesidades de este tipo de clientes.

Es por eso que se ha considerado elaborar este proyecto enfocado no solamente a personas que desean cuidar su salud, sea por razones de apariencia, prevención de enfermedades, etc., sino también para poder alcanzar a un segmento de mercado que no ha sido atendido y que muchas veces es desplazado dentro de la sociedad por efectos de acarrear algún tipo de enfermedad que no les permite ingerir productos con azúcar, de allí que se piensa incorporar a todo este grupo de personas a la sociedad.

Adicionalmente el negocio va a generar al menos siete plazas de trabajo de manera directa y unas ocho indirectamente. Esto va a incorporar a estas personas dentro de la población económicamente activa (PEA) logrando de esta manera dinamizar la economía del país debido a que estos trabajadores van a entrar en el ciclo de consumo de la economía del país, generando mayores ingresos para las empresas, mayores tributos para el estado y manteniendo de esta manera el ciclo multiplicador del dinero de la economía.

En definitiva el negocio va a aportar de forma positiva en la parte social, considerando los siguientes puntos:

- Incorporación de nuevos clientes al mercado
- Generación de nuevas plazas de trabajo
- Aportación de tributos para el Estado
- Aporte de conocimientos y profesionalismo del personal mediante un proceso de capacitaciones

- Mantener políticas de buena salud en los clientes generando un efecto multiplicador en las personas de la sociedad
- Aporte de buen clima recreacional para las personas de la sociedad

Dentro de los puntos negativos tan solo se puede mencionar que los productos no van a tener precios tan bajos y accesibles para todos los consumidores del mercado, razón por la cual se harán estrategias comerciales permanentes con el fin de atraer siempre a nuevos clientes en vista que haciendo una relación costo beneficio el saldo de nuestro servicio termina siendo muy positivo.

8.1 POSIBILIDADES DE APOYO O RECHAZO DE LA COMUNIDAD

Se piensa contar con una gran acogida al igual que lo han tenido distintos negocios parecidos a FREE SUGAR S.A. en otros países, considerando el concepto positivo que brinda la empresa a la hora de ofertar sus productos.

8.2 SERVICIOS ADICIONALES QUE LA EMPRESA TRAE A LA COMUNIDAD

Parte de este éxito queremos compartirlo no solamente con nuestros empleados sino también con alguna fundación de niños a la cual se piensa regalarle tortas pequeñas personalizadas para los cumpleaños de cada niño integrante de la misma, la idea es aportar con un granito de arena para dar felicidad a los niños de la calle que atraviesan problemas de abandono por parte de sus padres y que han sido en la mayoría de veces relegados por parte de los gobiernos de turno y de la sociedad en general.

8.3 SERVICIOS ADICIONALES QUE LA EMPRESA DEMANDA DE LA COMUNIDAD

La empresa lo único que demanda de la sociedad es la creación de conciencia de cuidar la salud a la hora de demandar productos alimenticios, debido a que esto sería una gran contribución y oportunidad para el giro del negocio.

9 ANÁLISIS ECONÓMICO

9.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

MUEBLES Y EQUIPOS	UNID.	TOTAL
Sillas	32	348,80
Mesas	8	360,00
Vasos varios - rubro bebidas	125	87,50
Plato postre	100	150,00
Tazas	100	150,00
Cubiertos varios	104	1112,43
Caja registradora	1	450,00
Charolas y varios	1	150,00
Cafetera-equipo	2	480,00
Mesa de trabajo	1	600,00
Bandeja aluminio	20	480,00
Televisores	2	1600,00
Coche multiuso	1	488,00
Moldes y demás herramientas para hacer pastel	1	500,00
Mostrador	2	1000,00
Estantes y Tachos de almacenaje	8	2520,00
Tachos basura - varios tamaños	12	384,00
Tanque de gas estacionario	1	800,00
Equipo contra incendio - kit	1	500,00
Horno convección, 1 solo cuerpo	1	5652,00
Máquina batidora-amasadora	1	2718,00
Cámara refrigeradora	1	4328,00
Planta de luz de emergencia	1	3500,00
Laminadora	1	2800,00
Exhibidor refrigerante	2	4328,00
Horno microonda	1	822,00
Cocina industrial	1	1100,00
Básculas varios pesajes	2	220,00
Maquina de jugos	1	220,00
Licuada	2	160,00
Centrales de aire acondicionado	3	8400,00
Utensilios reposteria	5	100,00
INVERSION TOTAL ACTIVOS FIJOS		46508,73

Tabla 9.1 : Inversión en Activos Fijos

9.2 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en capital de trabajo por el tipo de negocio que se maneja con el 100% de la venta de sus productos de contado no necesita de un capital de trabajo establecido, sin embargo por efectos de que el negocio recién empieza sus operaciones se ha considerado por parte de los accionistas un aporte adicional de \$ 15.681,27 que sirva como caja inicial

para afrontar cualquier eventualidad de pago de sueldos oportunamente y de gastos imprevistos, tal como se muestra en la tabla siguiente:

Aporte Socios	74.000,00
Inversión Inicial	58.318,73
Caja Inicial	15.681,27

Fuente: Los autores

Tabla 9.2: Inversión en capital de trabajo

9.3 PRESUPUESTOS

PRESUPUESTO DE PERSONAL	AÑOS				
SUELDOS Y BENEFICIOS ANUALES	2013	2014	2015	2016	2017
Operaciones	22.413,13	24.542,95	24.555,44	24.567,94	24.580,45
Ventas y Administración	25.138,30	27.589,23	27.603,27	27.617,32	27.631,38
TOTAL SUELDOS Y BENEFICIOS ANUALES	47.551,43	52.132,18	52.158,71	52.185,26	52.211,82

Tabla 9.3.1 Presupuesto de Personal

INGRESO POR PRODUCTO									
REPOSTERIA	DDA. MES (UNIDADES)	PVP	INGRESO MENSUAL	MESES AÑO	INGRESO AÑO 1	INGRESO AÑO 2	INGRESO AÑO 3	INGRESO AÑO 4	INGRESO AÑO 5
CHOCOLIGHT	1300	3,60	4.681,19	12	56.174,29	59.033,56	62.038,37	65.196,12	68.514,60
CAKE DE VAINILLA	388	2,40	930,76	12	11.169,16	11.737,67	12.335,11	12.962,97	13.622,79
CAKE INGLES	342	2,60	889,70	12	10.676,40	11.219,83	11.790,92	12.391,08	13.021,78
CAKE NAVIDEÑO	205	2,40	492,76	12	5.913,08	6.214,06	6.530,35	6.862,75	7.212,06
CAKE BANANO	297	1,80	533,82	12	6.405,84	6.731,90	7.074,55	7.434,65	7.813,07
CAKE MARMOLEADO	319	1,60	511,01	12	6.132,09	6.444,21	6.772,22	7.116,93	7.479,18
CAKE DE MANZANA	297	3,00	889,70	12	10.676,40	11.219,83	11.790,92	12.391,08	13.021,78
FRUTOS DEL BOSQUE	411	2,85	1.170,30	12	14.043,57	14.758,39	15.509,59	16.299,03	17.128,65
MUSS DE VAINILLA	365	2,00	730,01	12	8.760,12	9.206,01	9.674,60	10.167,04	10.684,54
MUSS DE CHOCOLIGHT	502	2,00	1.003,76	12	12.045,17	12.658,27	13.302,57	13.979,67	14.691,24
GELATINAS (varios sabores)	319	1,50	479,07	12	5.748,83	6.041,45	6.348,96	6.672,12	7.011,73
ASPIC DE FRUTAS	367	2,15	1.363,81	12	22.365,69	23.504,10	24.700,46	25.957,71	27.278,96
TOTAL	5612	-	14.175,89	-	170.110,63	178.769,27	187.868,62	197.431,13	207.480,38

BEBIDAS Y HELADOS	DDA. MES (UNIDADES)	PVP	INGRESO MENSUAL	MESES AÑO	INGRESO AÑO 1	INGRESO AÑO 2	INGRESO AÑO 3	INGRESO AÑO 4	INGRESO AÑO 5
HELADO (frutas)	362	1,00	361,75	12	4.340,95	4.561,91	4.794,11	5.038,13	5.294,57
AGUA	606	1,00	606,17	12	7.274,03	7.544,28	8.033,37	8.442,27	8.871,98
COLAS LIGHT	39	1,25	48,88	12	586,62	616,47	647,85	680,83	715,48
JUGOS	460	1,80	827,13	12	9.925,53	10.430,74	10.961,67	11.519,62	12.105,96
TE HELADO DE LA CASA	401	1,65	661,41	12	7.936,91	8.340,89	8.755,45	9.211,61	9.680,48
TE (AGUA AROMATICA)	59	1,00	58,66	12	703,94	739,77	777,42	816,99	858,58
CAFÉ EN LECHE	323	1,25	403,30	12	4.839,58	5.085,91	5.344,78	5.616,93	5.902,73
CAFÉ EN AGUA	156	1,00	156,43	12	1.877,17	1.972,72	2.073,13	2.178,65	2.289,54
TOTAL	2.405	-	3.123,73	-	37.484,72	39.392,69	41.397,78	43.504,93	45.719,33

INGRESO TOTAL	17.298,61	207.595,36	218.161,96	229.266,40	240.936,06	253.199,71
---------------	-----------	------------	------------	------------	------------	------------

Tabla 9.3.2 Ingresos por Producto

PRESUPUESTO DE INGRESOS						
DESCRIPCION	TOTALES					
		2013	2014	2015	2016	2017
TOTAL VENTAS NETAS CONTADO	100%	207.595,36	218.161,96	229.266,40	240.936,06	253.199,71
TOTAL VENTAS NETAS A CREDITO	0%	0	0	0	0	0
TOTAL VENTAS NETAS (CON IVA)		207.595,36	218.161,96	229.266,40	240.936,06	253.199,71
VALOR TOTAL IVA	0%	0	0	0	0	0
TOTAL VENTAS NETAS (CON IVA)		207.595,36	218.161,96	229.266,40	240.936,06	253.199,71
INGRESOS POR VENTAS DE CONTADO (CON IVA)		207.595,36	218.161,96	229.266,40	240.936,06	253.199,71
INGRESOS POR CUENTAS POR COBRAR		0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS NETOS (EFECTIVOS)		207.595,36	218.161,96	229.266,40	240.936,06	253.199,71
TOTAL CUENTAS POR COBRAR	0	0	0	0	0	0

COSTO VARIABLE POR PRODUCTO

REPOSTERIA	DIA MES (UNIDADES)	CVU	COSTO MENSUAL	MESES AÑO	COSTO AÑO 1	COSTO AÑO 2	COSTO AÑO 3	COSTO AÑO 4	COSTO AÑO 5
CHOCOLIGHT	388	0.91	351,06	12	4.212,66	4.427,09	4.652,43	4.889,23	5.138,10
CAKE DE VAINILLA	342	0.59	201,54	12	2.418,48	2.541,58	2.670,95	2.806,90	2.949,77
CAKE INGLES	205	0.54	132,31	12	1.587,77	1.668,59	1.753,52	1.842,77	1.936,57
CAKE NAVIDENO	257	0.60	177,52	12	2.130,27	2.238,70	2.352,65	2.472,40	2.598,24
CAKE BANANO	319	0.44	140,66	12	1.687,95	1.773,87	1.864,16	1.959,04	2.058,76
CAKE MARMOLEADO	297	0.40	118,78	12	1.425,33	1.497,88	1.574,12	1.654,24	1.738,44
CAKE DE MANZANA	411	0.74	303,21	12	3.638,52	3.823,72	4.018,34	4.222,88	4.437,82
FRUTOS DEL BOSQUE	365	0.71	257,77	12	3.093,21	3.250,66	3.416,12	3.590,00	3.772,73
MUSS DE VAINILLA	502	0.49	248,41	12	2.980,93	3.132,66	3.292,11	3.459,68	3.635,78
MUSS DE CHOCOLIGHT	319	0.41	131,98	12	1.583,80	1.664,42	1.749,14	1.838,17	1.931,73
GELATINAS (varios sabores)	867	0.35	303,41	12	3.640,93	3.826,25	4.021,01	4.225,67	4.440,76
ASPIC DE FRUTAS	5612	0.53	2.979,46	12	35.753,48	37.573,33	39.485,81	41.495,64	43.607,77
TOTAL	0	-	5.346,11	-	64.153,32	67.418,73	70.850,34	74.456,62	78.246,47

BEBIDAS Y HELADOS	DIA MES (UNIDADES)	CVU	COSTO MENSUAL	MESES AÑO	COSTO AÑO 1	COSTO AÑO 2	COSTO AÑO 3	COSTO AÑO 4	COSTO AÑO 5
HELADO (frutas)	606	0.25	152,28	12	1.827,42	1.920,43	2.018,18	2.120,91	2.228,86
AGUA	39	0.20	7,82	12	93,86	98,64	103,66	108,93	114,48
COLAS LIGHT	460	0.27	122,46	12	1.469,53	1.544,33	1.622,94	1.705,54	1.792,36
JUGOS	401	0.60	240,91	12	2.890,96	3.038,11	3.192,75	3.355,26	3.526,04
TE HELADO DE LA CASA	59	0.55	32,19	12	386,32	405,99	426,65	448,37	471,19
TE (AGUA AROMATICA)	323	0.19	62,27	12	747,23	785,26	825,23	867,24	911,38
CAFÉ EN LECHE	156	0.41	64,18	12	770,19	809,39	850,59	893,89	939,39
CAFÉ EN AGUA	2.405	0.16	385,64	12	4.747,71	4.989,37	5.243,33	5.510,22	5.790,69
TOTAL	-	-	1.077,77	-	12.933,22	13.591,52	14.283,33	15.010,35	15.774,38

COSTO TOTAL	6.423,88	77.086,55	81.010,25	85.133,67	89.466,98	94.020,85
-------------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

PRESUPUESTO DE COSTOS						
DESCRIPCION	TOTALES					
		2013	2014	2015	2016	2017
TOTAL DE COSTOS POR REPOSTERIA	100%	64.153,32	67.418,73	70.850,34	74.456,62	78.246,47
TOTAL DE COSTOS POR BEBIDAS Y HELADOS	100%	12933,22	13591,52	14283,33	15010,35	15774,38
TOTAL DE COSTOS		77.086,55	81.010,25	85.133,67	89.466,98	94.020,85

10 ANÁLISIS FINANCIERO

10.1 FLUJO DE CAJA

El Flujo de Caja de la tabla siguiente permite realizar el análisis del proyecto considerando un horizonte de 5 años:

FLUJO DE CAJA

	AÑOS					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Saldo Inicial		15.581,27	56.627,97	79.626,80	104.610,19	131.383,80
INVERSIONES						
TERRENO Y DEPOSITO LOCAL	0,00	-4.300,00				
MUEBLES Y EQUIPOS	-58.318,73					
CAPITAL DE TRABAJO	-15.681,27	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL INVERSIONES	-74.000,00	-4.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
INGRESOS						
VENTAS NETAS	0,00	207.595,36	218.161,96	229.266,40	240.936,06	253.199,71
OTROS INGRESOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS	0,00	207.595,36	218.161,96	229.266,40	240.936,06	253.199,71
EGRESOS						
GASTOS OPERACIONALES						
COSTO MATERIA PRIMA	0,00	-77.086,55	-81.010,25	-85.133,67	-89.466,98	-94.020,85
M.O.D.	0,00	-22.413,13	-23.553,96	-24.752,86	-26.012,78	-27.336,83
G.I.F. (AMORTIZACIONES)	0,00	-3.862,40	-2.002,40	-2.002,40	-2.002,40	-2.002,40
G.I.F. (OTROS)	0,00	-2.772,00	-2.913,09	-3.061,37	-3.217,20	-3.380,95
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		48.039,01	52.540,79	55.317,04	58.234,60	61.300,67
GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRATIVOS						
SUELDOS Y BENEFICIOS	0,00	-25.138,30	-27.589,23	-27.603,27	-27.617,32	-27.631,38
AMORTIZACIONES	0,00	-10.968,47	-3.478,47	-3.478,47	-2.658,47	-2.658,47
BONO POR EXCELENCIA	0,00	-960,00	-1.008,00	-1.058,40	-1.111,32	-1.166,89
MANTENIMIENTO PAG. WEB	0,00	-40,00	-504,00	-529,20	-555,66	-583,44
PUBLICIDAD RADIAL	0,00	-14.400,00	-15.120,00	-15.876,00	-16.669,80	-17.503,29
VOLANTES	0,00	-300,00	-3.780,00	-3.969,00	-4.167,45	-4.375,82
INTERNET	0,00	-23,00	-289,80	-304,29	-319,50	-335,48
TELEFONO - TV CABLE	0,00	-46,00	-579,60	-608,58	-639,01	-670,96
AGUA	0,00	-70,00	-882,00	-926,10	-972,41	-1.021,03
LUZ	0,00	-100,00	-1.260,00	-1.323,00	-1.389,15	-1.458,61
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	0,00	-60,00	-756,00	-793,80	-833,49	-875,16
MOVILIZACIONES	0,00	-2.000,00	-25.200,00	-26.460,00	-27.783,00	-29.172,15
UTILES DE OFICINA	0,00	-20,00	-252,00	-264,60	-277,83	-291,72
GASTOS VARIOS	0,00	-35,00	-441,00	-463,05	-486,20	-510,51
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	0,00	-54.160,77	-81.140,10	-83.657,76	-85.480,61	-88.254,91
FLUJO NETO OPERATIVO		47.300,50	27.542,15	30.658,34	34.756,10	226.245,46
GASTOS FINANCIEROS						
GASTOS BANCARIOS	0,00	-60,00	-63,00	-66,15	-69,46	-72,93
INTERESES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	0,00	-60,00	-63,00	-66,15	-69,46	-72,93
PARTIC. TRABAJ. E IMPUESTOS	0,00	-17.124,68	-9.961,19	-11.089,67	-12.573,91	-13.822,43
TOTAL EGRESOS...	0,00	-181.479,54	-200.644,00	-209.763,88	-218.823,33	-228.891,30
ADICION AMORTIZACIONES/DEPREC.	0,00	14.830,87	5.480,87	5.480,87	4.660,87	4.660,87
FLUJO NETO ANUAL	-74.000,00	40.946,69	22.998,83	24.983,39	26.773,61	28.969,28
Flujo neto de efectivo	-74.000,00	40.946,69	22.998,83	24.983,39	26.773,61	28.969,28
Factor de valor presente al 2.4757%	0,00	1,16	1,35	1,57	1,82	2,12
Valor presente	-74.000,00	35.232,08	17.027,26	15.915,12	14.675,23	13.662,66
Valor presente neto	22.512,35					

TASA MINIMA ACEPTADA	17,00
TIR	29,74%
VAN	20.897,98

$$R_{\text{accionista}} = R_f + \text{Beta} (R_{\text{m}} - R_f) + R_{\text{pais}}$$

RF=		6.61	http://es.finance.yahoo.com/q?s=RF
Beta=	Cantidad de riesgo con respecto	0.460	WHOLE FOOD MARKET
Rm=	Rendimiento de mercado	0.638	= E_{rm} - r_f es el exceso de rentabilidad del portafolio de mercado.
Rpais	Riesgo pais	7.67	http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais
R=		16.220	

La tasa interna de retorno de 29,74% es atractiva y superior a la de invertir en otra alternativa de inversión.

El van de 20.897,98 indica que se incrementa la riqueza del accionista.

10.2 ESTADO DE RESULTADOS

El Estado de Resultados se encuentra proyectado en un escenario de 5 años, considerando el inicio de las actividades económicas en el año 2013, tal como se puede observar en la siguiente tabla:

	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS					
VENTAS POSTRES	170.110,53	178.759,27	187.868,62	197.431,13	207.480,38
VENTAS BEBIDAS	37.484,72	39.392,69	41.397,78	43.504,93	45.719,33
TOTAL INGRESOS	207.595,36	218.161,96	229.266,40	240.936,06	253.199,71
COSTO DE VENTA					
Materia Prima (Postres)	64.153,32	57.418,73	70.850,34	74.456,62	78.246,47
Materia Prima (Bebida)	12.933,22	13.591,52	14.283,33	15.010,35	15.774,38
M.O.D.	22.413,13	23.553,96	24.752,86	26.012,78	27.336,83
G.I.F. (DEPREC-AMORTIZACIONES)	3.862,40	2.002,40	2.002,40	2.002,40	2.002,40
G.I.F. (OTROS)	2.772,00	2.913,09	3.061,37	3.217,20	3.380,95
	106.134,08	109.479,71	114.950,30	120.699,35	126.741,03
UTILIDAD PREOPERATIVA	101.461,28	108.682,25	114.316,10	120.236,71	126.458,68
GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRATIVOS					
SUELDOS Y BENEFICIOS	25.138,30	27.589,23	27.603,27	27.617,32	27.631,38
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	10.968,47	3.478,47	3.478,47	2.658,47	2.658,47
BONO POR EXCELENCIA	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
MANTENIMIENTO PAG. WEB	40,00	504,00	529,20	555,66	583,44
PUBLICIDAD RADIAL	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
VOLANTES	300,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
INTERNET	23,00	289,80	304,29	319,50	335,48
TELEFONO - TV CABLE	46,00	579,60	608,58	639,01	670,96
AGUA	70,00	882,00	926,10	972,41	1.021,03
LUZ	100,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	60,00	756,00	793,80	833,49	875,16
ARRIENDO	2.000,00	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15
UTILES DE OFICINA	20,00	252,00	264,60	277,83	291,72
GASTOS VARIOS	35,00	441,00	463,05	486,20	510,51
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	54.160,77	81.140,10	83.657,76	85.480,61	88.254,91
GASTOS FINANCIEROS					
GASTOS BANCARIOS	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
UTILIDAD	47.240,50	27.479,15	30.592,19	34.686,64	38.130,84
PARTIC.TRAB. E I.R.	17.124,68	9.961,19	11.089,67	12.573,91	13.822,43
UTILIDAD	30.115,82	17.517,96	19.502,52	22.112,73	24.308,41

10.3 BALANCE GENERAL

El Balance General de la empresa FREE SUGAR S.A. se proyecta en la siguiente tabla:

		AÑOS				
		2013	2014	2015	2016	2017
ACTIVOS						
CAJA BANCOS	15.981,27	56.627,97	79.626,80	104.610,19	131.383,80	160.353,08
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	15.981,27	56.627,97	79.626,80	104.610,19	131.383,80	160.353,08
ACTIVOS FIJOS						
TERRENOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EDIFICIOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MUEBLES Y EQUIPOS	46.508,73	46.508,73	46.508,73	46.508,73	46.508,73	46.508,73
EQUIPOS DE COMPUTACION	2.460,00	2.460,00	2.460,00	2.460,00	2.460,00	2.460,00
DEPRECIACION ACUMULADA EDIFICIOS		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
DEPRECIACION ACUMULADA MUEBLES Y EQUIPOS		-4.560,87	-9.321,75	-13.982,62	-18.643,49	-23.304,36
DEPRECIACION EQUIPOS DE COMPUTACION		-820,00	-1.640,00	-2.460,00	-2.460,00	-2.460,00
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	48.968,73	43.487,86	38.006,98	32.526,11	27.865,24	23.204,36
ACTIVO DIFERIDO						
garantia deposito		4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
GASTOS PREOPERACIONALES	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
OTROS GASTOS PRE-OPERATIVOS	7.550,00	7.550,00	7.550,00	7.550,00	7.550,00	7.550,00
AMORT.ACUM. PREOPERACIONALES	0,00	-1.800,00	-1.800,00	-1.800,00	-1.800,00	-1.800,00
AMORT.ACUM. OTROS GASTOS PRE-OPERACIONALES	0,00	-7.550,00	-7.550,00	-7.550,00	-7.550,00	-7.550,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	9.350,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
TOTAL ACTIVOS	74.000,00	104.115,82	121.633,78	141.136,30	163.249,03	187.557,44
PASIVOS						
PRESTAMO ACCIONISTAS	73.200,00	73.200,00	73.200,00	73.200,00	73.200,00	73.200,00
PRESTAMO CFN		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PASIVOS	73.200,00	73.200,00	73.200,00	73.200,00	73.200,00	73.200,00
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
RESERVA LEGAL		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDADES DEL EJERCICIO		30.115,82	17.517,96	19.502,52	22.112,73	24.308,41
UTILIDADES RETENIDAS EJERC.ANTER.	0,00	0,00	30.115,82	47.633,78	67.136,30	89.249,03
TOTAL PATRIMONIO	800,00	30.915,82	48.433,78	67.936,30	90.049,03	114.357,44
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	74.000,00	104.115,82	121.633,78	141.136,30	163.249,03	187.557,44

Un detalle de los gastos, amortizaciones, depreciaciones e inversión inicial pueden ser observados en ANEXO 10.1

11 ANÁLISIS DE RIESGOS INTANGIBLES

11.1 RIESGOS DE MERCADO

- Cambios ~~des~~favorables en el Sector

Se refiere a los cambios que se podrían suscitar por efectos de incremento de los costos de los insumos y su disponibilidad, pero lo cual puede ser contrarrestado con un seguimiento profundo del mercado y ampliando la carteara de proveedores vigente.

Adicionalmente existe actualmente la amenaza del incremento del precio de los insumos de la repostería, en especial de uno de los principales que es la azúcar, pero esto se convierte una ventaja competitiva en vista que para elaborar los productos FREE SUGAR no se va a utilizar este tipo de endulzante.

Con la marca FREE SUGAR se espera alcanzar un posicionamiento de liderazgo en el mercado en vista que se va a constituir una empresa pionera en la comercialización de productos sin azúcar.

- Reducción del número de clientes

Esto sucede cuando no se implementan adecuadamente las estrategias de publicidad y mercadeo, adicionalmente es importante destacar que dentro del presente estudio tan solo se consideraron personas de 30 a 65 años, con un poder adquisitivo de \$ 501 a \$ 1.000 y que consumen con un nivel de frecuencia de 3 a 4 veces al mes, razón por la cual se podría ampliar el espectro del mercado potencial y por ende del mercado objetivo.

La posibilidad de que exista una disminución de clientes se encuentra latente en cualquier tipo de negocio, al ser el nuestro un negocio de venta de alimentos es muy importante cuidar la calidad de los mismos, brindar una buena atención a los clientes y estar revisando y retroalimentando todos nuestros procesos con el fin de minimizar los niveles de insatisfacción de nuestros clientes, evitando de esta manera que se pueda crear una reducción progresiva de clientes.

Adicionalmente estamos consientes que dentro de nuestro negocio un cliente mal atendido se va a multiplicar por diez y uno bien atendido por uno, esta frase muy popular deberá estar en la mente de nuestros empleados con el fin de brindar una buena atención a todos nuestros clientes.

- Efecto "clonación" de la Competencia

Como se ha podido observar en el Análisis de las Fuerzas de Porter establecidas en el Estudio de Mercado existen empresas que ya están constituidas por algunos años y bien posicionadas en el mercado y podrían optar por abrir nuevas líneas de postres de tipo , tratando de "clonar" los productos FREE SUGAR; por tal razón es importante mantener el concepto diferenciador e innovar con nuevos tipo de postres en función de la demanda, gustos y preferencias de los clientes del mercado.

Es por eso que es importante ir renovando la oferta de nuestros productos e ir investigando sobre nuevas formas de ir desarrollando estrategias para contrarrestar a la competencia que pueda irse generando en el mediano plazo, en vista que consideramos que a un corto plazo no es factible que se genere una competencia directa y/o agresiva.

11.2 RIESGOS TÉCNICOS

11.2.1 PROBLEMAS CON LAS FUENTES DE MATERIA PRIMAS E INSUMOS

Para el normal desarrollo del negocio se deberá contar siempre con la oportuna provisión de los insumos básicos para la elaboración de los productos, entre los principales se encuentra el endulzante natural llamado fructosa, mismo que no es tan fácil de encontrar en el mercado, de allí que pensamos hacer alianzas estratégicas con el proveedor de este insumo con el fin de garantizar al mismo la compra del producto en grandes volúmenes, así como también evitar la escasez del mismo en las bodegas.

11.2.2 OBSOLESCENCIA Y PROBLEMAS DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS

En lo que respecta al mantenimiento de los productos se considera que no va a existir problema con los mismos en vista que se cuenta dentro de nuestro personal con la experiencia del gerente técnico en esta rama, el cual es un profesional con amplia experiencia en dar mantenimiento a diferentes tipos de equipos industriales, razón por la cual se concluye que más que un riesgo este punto se convierte en una fortaleza para el negocio.

Para mantener todos los equipos en buen estado se va a contar no solamente con la supervisión continua del Ing. Carlos Méndez sino que se va a elaborar un plan anual de mantenimiento de los equipos, en lo que compete a mantenimiento preventivos principalmente, pero de darse el caso se van a elaborar mantenimientos correctivos con el fin de no paralizar el normal funcionamiento de los equipos y por ende del negocio.

11.2.3 PROBLEMAS CON LOS SERVICIOS AUXILIARES (AGUA, ELECTRICIDAD, ETC.)

En lo que respecta al provisión normal de los servicios auxiliares se debe considerar que el negocio va a estar ubicado en la parte norte de la ciudad de Guayaquil, que al igual que otras zonas tiene el riesgo de sufrir de cortes de agua, energía o daños en los teléfonos, para el efecto es importante contar con estrategias que contrarresten estas amenazas, mismas que se detallan a continuación:

Para evitar un posible corte del suministro de agua potable, se piensa contar con un local que tenga cisterna, adicionalmente se puede adquirir un tanque plástico tipo cisterna que permita almacenar el agua potable en casos de contingencia, en vista que el agua es un insumo muy importante para el normal funcionamiento del negocio, también para temas de aseo y limpieza de las instalaciones.

En lo que respecta al suministro de energía se piensa contar con una planta eléctrica que permita actuar para situaciones de contingencia en las cuales se pierda el flujo continuo de energía.

Finalmente en lo que respecta al servicio de telefonía se va a contar con los servicios de CLARO, lo cual va a permitir siempre contar con una alternativa a la hora de tener al negocio comunicado, más aún que más adelante se piensa contar con el servicio de entregas a domicilio.

11.3 RIESGOS ECONÓMICOS

11.3.1 REDUCCIÓN DEL PRECIO DEL PRODUCTO

Actualmente los precios de los productos de repostería varían de acuerdo a la composición de cada postre, es decir de acuerdo al tipo y calidad de materia prima que se utilice para elaborar cada producto. Con este antecedente se considera que las posibilidades de que disminuyan sus precios es muy escasa pero es importante considerar que dentro de la estructura de precios de cada postre interviene en un porcentaje importante el acabado y diseño del mismo, es por eso que se piensa tener como colchón del margen de utilidad el manejo de este rubro y no la baja en la calidad de los insumos y materia prima.

11.3.2 INCREMENTO EN EL COSTO DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

Como se menciona anteriormente el negocio se basa en la producción de repostería sin azúcar, para el efecto se necesita de un insumo que es básico para el negocio llamado fructosa, el cual no es tan abundante en el mercado y existe el riesgo de que sus costos se incrementen por motivos de la escasa oferta del mismo.

En este punto es importante minimizar los desperdicios de este insumo con el fin de minimizar los costos de producción y aplicar medios de control en lo que respecta no solamente a su uso sino también a una eficiente labor de manejo de inventarios, sobre todo para evitar faltantes en bodega.

11.3.3 INCREMENTOS EN COSTOS DE PRODUCCIÓN

Actualmente existe de parte del gobierno una política arancelaria agresiva que ha incrementado los costos de muchos productos, entre esos están los balanceados, alimentos y vacunas que se utilizan en el ganado vacuno y porcino, en la avicultura, etc. y que hacen que los productos derivados de los mismos se incrementen, tales como leche, huevos, mantequilla, etc., además existen otros productos como la harina que también ha subido de precio, los cuales son insumos importantes para el negocio.

En lo que respecta a los servicios básicos se pretende por parte del actual gobierno quitar de manera gradual el subsidio a la energía eléctrica para los consumidores mayores a 5000 Kw. medida que afectaría de manera directa a los sectores productivos, en vista que el negocio va a trabajar con equipo eléctricos esta medida afectaría directamente, es por eso que se debe implementar planes del uso de la energía eléctrica dentro del negocio que permita alcanzar niveles altos de eficiencia energética.

Por tales motivos y con el fin de contrarrestar el incremento de los costos de producción es importante estar implementando mejoras continuas en el negocio que permitan incrementar la producción y mejorar la productividad mediante el uso eficiente de los recursos de la empresa.

11.3.4 CAMBIOS EN COSTOS LABORABLES

Se puede observar en los últimos años que han existido incrementos en la tabla sectorial para los trabajadores, es decir que es política del gobierno la revisión e incremento anual de los sueldos de los trabajadores, en lo que respecta a la remuneración mensual unificada.

También se puede observar en el aspecto laboral del Ecuador que no existe flexibilidad en las leyes de trabajo para contratar empelados por un sistema por horas, lo cual encarece los costos del personal para el negocio, es por eso que se debe maximizar la productividad de cada uno de los empleados.

11.4 RIESGOS FINANCIEROS

11.4.1 DEMORAS EN LOS APORTES DE LOS SOCIOS

Al inicio de las operaciones se va a contar con un capital propio en base a el ahorro y la venta de ciertos activos de propiedad de los accionistas, mismos que pueden tomar un tiempo prudencial en venderse pero que van a servir para poderlos invertir en el negocio y financiar una parte de las operaciones de la empresa.

12 EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO

Para efecto de realizar la evaluación integral del proyecto se ha considerado el análisis del punto de equilibrio del mismo, para una mejor ilustración se muestra el cálculo en la tabla anexa:

12.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO EQUILIBRIO =		CF	
	1	-	CVT
			VT
		50.062,30	
	1	-	77.086,55
			207.595,36
PUNTO EQUILIBRIO =			79.632,18

Tabla 12.1: Cálculo del punto de equilibrio

12.2 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

ESCENARIO DE DECREMENTO DE LAS VENTAS E INGRESOS					
DEMANDA 1	DECREMENTO%	DEMANDA 2	UT NETA	TIR	VAN
3.890	5%	3695	25955,85	21,06%	6389,62
3.890	15%	3.306	17.635,92	0,81%	- 22.627,00
3.890	16%	2.917	16.803,92	-1,57%	- 25.528,77
ESCENARIO DE INCREMENTO DE LAS VENTAS E INGRESOS					
DEMANDA 1	INCREMENTO (%)	DEMANDA 2	UT NETA	TIR	VAN
3.890	15%	3.306	42.595,73	52,97%	64.423,05
3.890	25%	2.917	50.915,66	67,10%	93.439,76
-	EN ADELANTE	POSITIVO	-	-	-

Tabla 12.2: Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad con recursos propios realizado en base a variaciones relacionadas con incrementos y decrementos en las ventas (unidades) y por ende en los ingresos de la empresa, lo cual repercute en la tir y van en varios escenarios positivos cuando se incrementan las ventas y negativos a partir de decrementos superiores al 15% de las ventas.

13 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO

AÑO	2013											
MES	1				2				3			
SEMANA DE IMPLEMENTACION	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
CONSTITUCION DE LA EMPRESA												
ALQUILER DE INMUEBLE												
TRAMITES DE PERMISOS GUBERNAMENTALES												
ADQUISICIONES PARA EL NEGOCIO												
READECUACION DEL INMUEBLE												
SELECCIÓN DE PERSONAL												
CAPACITACION DE PERSONAL												
ENTRENAMIENTO DE PERSONAL												
CONTRATACION DE PERSONAL												
CONTRATACION DE PUBLICIDAD												
COMPRAS MATERIA PRIMA												
PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO												

Elaborado: Los autores

14 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

14.1 CONCLUSIONES

Luego de las encuestas realizadas se puede concluir que existe un mercado ampliamente descuidado, es decir que existe un mercado por explotar o desaprovechado por lo que existiría un buen grupo de clientes que están dispuestos a consumir productos que satisfagan sus necesidades alimenticias y que no perjudique su salud. Gracias a la investigación de mercado se ha podido diseñar una empresa que si puede estar dentro del mercado y que si tiene atracción por las personas. El perfil de los clientes está entre los 30 y 65 años de edad en su mayoría, con ingresos mensuales entre \$501 y \$1000, donde podemos notar que no está lejos del alcance de las personas.

La frecuencia de las asistencia sería en horas de la tarde sobretodo los días domingos, viernes y miércoles; días en el cual se pasa más con la familia, compañeros de trabajo y amigos en general.

Afiches y prensa escrita, son los principales canales de comunicación que impacta a los compradores ya que la parte visible es sugestiva para realizar la compra de los productos ofrecidos.

Por lo tanto se concluye que es un negocio viable y rentable.

14.2 RECOMENDACIONES

Como se ha podido observar con el trabajo de investigación de mercado realizado, existe la oportunidad dentro del mercado objetivo definido para ofrecer una propuesta de productos de repostería bajos y/o libres de azúcar en cuanto a las alternativas actualmente existentes en el mercado.

Entre las exigencias que deberá cumplir la empresa FREE SUGAR S.A. para con sus clientes, está en ofrecer un nivel de precios no tan altos o alejados a los productos que ofrecen las empresas de repostería con azúcar, alta satisfacción del trato con los clientes, productos agradables a la vista y con los cuidados que amerita cada uno de ellos, es preciso marcar la diferencia teniendo en cuenta la descripción alimenticia de cada producto en las vitrinas para que los clientes conozcan bien cada uno de los productos o lo que están

consumiendo, a nivel de gustos deberá ser excelente con el valor agregado de bajo y/o libre de azúcar.

Para lograr la difusión, se utilizará los medios de comunicación de mayor impacto a los compradores para la elección de este tipo de productos, como lo son afiches (volantes), prensa escrita (periódicos) sin descartar en menor nivel a la radio, televisión y revistas considerando sus altos sus costos.

ANEXOS

ANEXOS : DETERMINANTES DE FACTORES DE IMPACTO

ANEXO 3.1

FACTORES DE IMPACTO	PESO (%)	BAJO (0-2)	MEDIO (3-5)	ALTO (6-8)	PUNTOS DEL FACTOR
1. Poder de negociación de los clientes (comprador)					
-Concentración de compradores respecto a la concentración de compañías.	14%		2		0,28
-Grado de dependencia de los canales de distribución.	12%		1		0,12
-Posibilidad de negociación, especialmente en industrias con muchos costes fijos.	6%		4		0,24
-Volumen comprador.	14%		2		0,28
-Costes o facilidades del cliente de cambiar de empresa.	4%		2		0,08
-Disponibilidad de información para el comprador.	7%		5		0,35
-Capacidad de integrarse hacia atrás.	7%		2		0,14
-Existencia de sustitutivos.	5%		1		0,05
-Sensibilidad del comprador al precio.	9%		3		0,27
-Ventaja diferencial (exclusividad) del producto.	14%		2		0,28
-Análisis RFM del cliente (Compra Recientemente, Frecuentemente, Margen de Ingresos que deja).	8%		3		0,24
SUMATORIA :	1,00			TOTAL :	2,33

ANEXO 3.2

FACTORES DE IMPACTO	PESO (%)	BAJO (0-2)	MEDIO (3-5)	ALTO (6-8)	PUNTOS DEL FACTOR
2. Poder de negociacion de los proveedores					
-Facilidades o costes para el cambio de proveedor.	20%		7		1,4
-Grado de diferenciación de los productos del proveedor.	25%		8		2
-Presencia de productos sustitutivos.	7%		5		0,35
-Concentración de los proveedores.	7%		5		0,35
-Solidaridad de los empleados (ejemplo: sindicatos).	7%		5		0,35
-Amenaza de integración vertical hacia adelante de los proveedores.	12%		6		0,72
-Amenaza de integración vertical hacia atrás de los competidores.	12%		6		0,72
-Coste de los productos del proveedor en relación con el coste del producto final.	10%		7		0,7
SUMATORIA :	1,00			TOTAL :	6,59

ANEXO 3.3

FACTORES DE IMPACTO	PESO (%)	BAJO (0-2)	MEDIO (3-5)	ALTO (6-8)	PUNTOS DEL FACTOR
3. Amenaza de nuevos entrantes (negocios)					
-Existencia de barreras de entrada.	6%		3		0,18
-Economías de escala.	8%		4		0,32
-Diferencias de producto en propiedad.	13%		6		0,78
-Valor de la marca.	8%		4		0,32
-Costes de cambio.	13%		6		0,78
-Requerimientos de capital.	5%		2		0,1
-Acceso a la distribución.	7%		5		0,35
-Ventajas absolutas en coste.	10%		6		0,6
-Ventajas en la curva de aprendizaje.	13%		6		0,78
-Represalias esperadas.	6%		3		0,18
-Acceso a canales de distribución.	8%		4		0,32
-Mejoras en la tecnología.	9%		4		0,36
SUMATORIA :	1,00			TOTAL :	4,89

ANEXO 3.4

FACTORES DE IMPACTO	PESO (%)	BAJO (0-2)	MEDIO (3-5)	ALTO (6-8)	PUNTOS DEL FACTOR
4. Amenaza de productos sustitutos.					
-Propensión del comprador a sustituir.	20%		1		0,2
-Precios relativos de los productos sustitutos.	25%		1		0,25
-Coste o facilidad de cambio del comprador.	10%		1		0,1
-Nivel percibido de diferenciación de producto.	30%		2		0,6
-Disponibilidad de sustitutos cercanos.	15%		2		0,3
SUMATORIA :	1,00			TOTAL :	1,45

ANEXO 3.5

FACTORES DE IMPACTO	PESO (%)	BAJO (0-2)	MEDIO (3-5)	ALTO (6-8)	PUNTOS DEL FACTOR
5. Rivalidad entre los competidores.					
-Poder de los compradores.	11%		2		0,22
-Poder de los proveedores.	14%		7		0,98
-Amenaza de nuevos competidores.	13%		5		0,65
-Amenaza de productos sustitutivos.	11%		2		0,22
-Crecimiento industrial.	14%		5		0,7
-Sobrecapacidad industrial (cap. Instalada)	7%		4		0,28
-Barreras de salida.	6%		3		0,18
-Diversidad de competidores.	9%		6		0,54
-Valor de la marca.	7%		4		0,28
-Costos fijos y de almacenamiento	8%		3		0,24
SUMATORIA :	1,00			TOTAL :	4,29

ANEXO 3.6 PERFIL ECONÓMICO DEL CANTÓN GUAYAQUIL

PERFIL ECONÓMICO DEL CANTÓN GUAYAQUIL		
DATOS GENERALES	TOTAL	REFERENCIA
ESTABLECIMIENTOS ECONOMICOS	88.913	LOCALES
INGRESOS POR VENTAS	\$ 35.507	MILLONES DE DÓLARES
TOTAL DE PERSONAS EMPLEADAS	441.976	PERSONAS
INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	671,7	MILLONES DE DÓLARES

INDUSTRIA CON EL MAYOR NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	TOTAL LOCALES
ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA	1788
FABRICACION DE PRODUCTOS METALICOS PARA USO ESTRUCTURAL	823
FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	782
FABRICACION DE MUEBLES	773

INDUSTRIAS DE ACUERDO AL PERSONAL OCUPADO	TOTAL PERSONAL
ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA	5746
ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE PESCADOS, CRUSTACEOS Y MOLUSCOS	5574
FABRICACION DE PRODUCTOS DE PLASTICO	5229
FABRICACION DE PRODUCTOS METALICOS PARA USO ESTRUCTURAL	3020

INGRESO PROMEDIO POR ESTABLECIMIENTO ECONÓMICO (AÑO)	TOTAL
ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA	67330

FUENTE DE LA INFORMACION:

http://www.inec.gob.ec/cenec/index.php?option=com_remository&Itemid=128&func=startdown&nid=11&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800

ANEXO 3.7 FORMATO DE ENCUESTA

CUESTIONARIO - FREE SUGAR



1 En que rango de edad se ubica usted?

Entre 18 y 29 años ☐ Entre 30 y 45 años ☐ Entre 46 y 65 años ☐ Mayor a 65 años ☐

2 En que rango de ingresos se ubica usted?

No trabaja ☐ menor a 500 ☐ Entre 501 y 1000 ☐ Mayor a 1000 ☐

3 Estaria dispuesto a consumir productos de reposteria sin azucar endulzados con un ingrediente natural llamado fructosa ?

Si ☐ No ☐

4 Consuma ud. actualmente productos de reposteria bajos y/o libres de azucar?

Si ☐ No ☐

En caso de ser afirmativa su respuesta señale el nombre y ubicacion del lugar.

5 Porque circunstancias consumiria productos libres de azucar?

Diabetes ☐ Sobrepeso ☐
Hipertension ☐ Deportista ☐
Prevencion (salud) ☐

6 Asistiria usted a un local ubicado en la ciudadela urdesa, en la Av. Victor Emilio Estrada entre la Av. Las Lomas e llanos de las siguientes caracteristicas : local cerrado, con puertas de entrada de vidrio, aire acondicionado, mesas y sillas coloridas, letreros con menu tipo led, con productos para llevar a la mano, baños y local en condiciones higienicas y con vitrinas refrigeradas en las cuales se detalla el contenido calórico y beneficios nutricionales de cada uno de los productos?

Si ☐ No ☐



7 Con cuantas personas asistiria a comer al nuevo local de productos de reposteria sin azucar?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐
5 ☐ 6 ☐ más de 6 ☐ 0 (ninguna) ☐

8 Con que frecuencia asistiria usted al nuevo local de productos de reposteria sin azucar?

1-2 veces al mes ☐ 3-4 veces al mes ☐ 5-6 veces al mes ☐ 7 o más veces al mes ☐

9 Que dias iria a consumir en el nuevo local de productos de reposteria sin azucar?

Lunes ☐ Martes ☐ Miércoles ☐ Jueves ☐
Viernes ☐ Sabado ☐ Domingo ☐

10 En que horario asistiria a consumir al nuevo local de productos de reposteria sin azucar?

Mañana ☐ Medio dia ☐ Tarde ☐ Noche ☐

11 Que cantidad de dinero estaria dispuesto a gastar cada vez que visite el nuevo local de productos de reposteria sin azucar? (incluye el consumo de las personas que lo acompañen)

USD \$

12 En que rango de precio estaria usted dispuesto a gastar de acuerdo a los productos ofrecidos por el nuevo local de productos de reposteria sin azucar?

PRODUCTO	Menor \$2.00	Entre \$2.01 - \$5.00	Mayor a \$5.00
Reposteria (porciones)			
Tortas (entera)			
Helados (vasos)			
Jugos			
Bebidas frias			
Bebidas calientes			

13 Motivo principal por el cual usted visitaria el nuevo local de productos de reposteria sin azucar

Variedad ☐ Ubicacion ☐
Salud ☐ Tipo de Productos ☐
Precio ☐

14 Que beneficio le gustaria tener de acuerdo a su concurrencia al nuevo local de productos de reposteria sin azucar?

Descuentos ☐ Postres personalizados ☐
Degustacion de nuevos productos ☐ Postre por su cumpleaños ☐
Promociones ☐ Otros, cual?

15 Que nombre le gustaria que tenga como presentacion el nuevo local de productos de reposteria sin azucar?

LIBRE SUGAR ☐ FRUTA LITE ☐
ZUCAR FREE ☐ DELIGHT ☐
FREE SUGAR ☐ DULZONE ☐

16 A traves de que medio le gustaria que publicitemos al nuevo local de productos de reposteria sin azucar?

RADIO ☐ PRENSA ESCRITA ☐
TELEVISION ☐ REVISTAS ☐
AFICHES ☐

17 Dentro del menu cual de las siguientes opciones de POSTRE seria de su mayor agrado?

CHOCOLIGHT ☐ CAKE BANANO ☐ MUSS DE VANILLA ☐
CAKE DE VAINILLA ☐ CAKE MARMOLEADO ☐ MUSS DE CHOCOLIGHT ☐
CAKE INGLES ☐ CAKE DE MANZANA ☐ GELATINAS ☐
CAKE NAVIDEÑO ☐ FRUTOS DEL BOSQUE ☐ ASPIC DE FRUTAS ☐

18 Dentro del menu cual de las siguientes opciones de bebida o helado seria de su mayor agrado?

HELADOS (FRUTAS) ☐ TE HELADO ☐
AGUA ☐ TE (AGUA AROMATICA) ☐
COLAS (LIGHT) ☐ CAFÉ EN LECHE ☐
JUGOS ☐ CAFÉ EN AGUA ☐

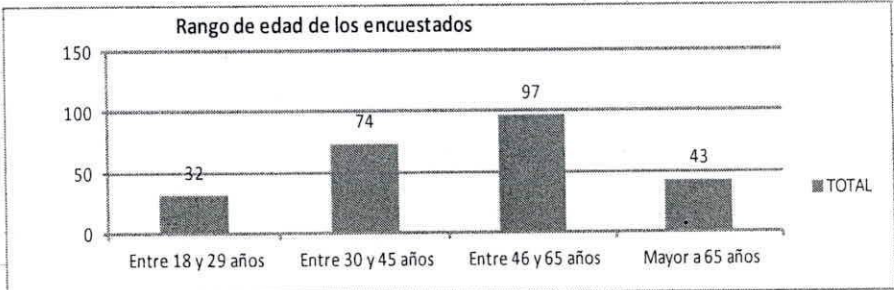
Anexo 3.8 Resultado de las encuestas

1.- Resultados de la pregunta #1

1.1 Determinación de la estructura demográfica de la muestra (encuestados) según la edad (medida en rangos)

En qué rango de edad se ubica usted?	TOTAL	%
Entre 18 y 29 años	32	13%
Entre 30 y 45 años	74	30%
Entre 46 y 65 años	97	39%
Mayor a 65 años	43	17%
Total	246	100%

1.2 Gráfico

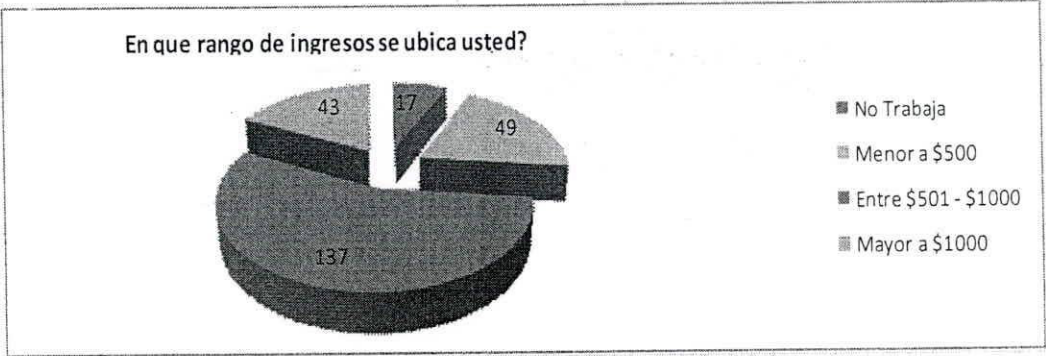


2.- Resultados de la pregunta #2

2.1 Ingreso económico de encuestados

En que rango de ingresos se ubica usted?	Número de personas	Porcentaje de clientes potenciales (%)
No Trabaja	17	7%
Menor a \$500	49	20%
Entre \$501 - \$1000	137	56%
Mayor a \$1000	43	17%
Total	246	100%

2.2 Gráfico



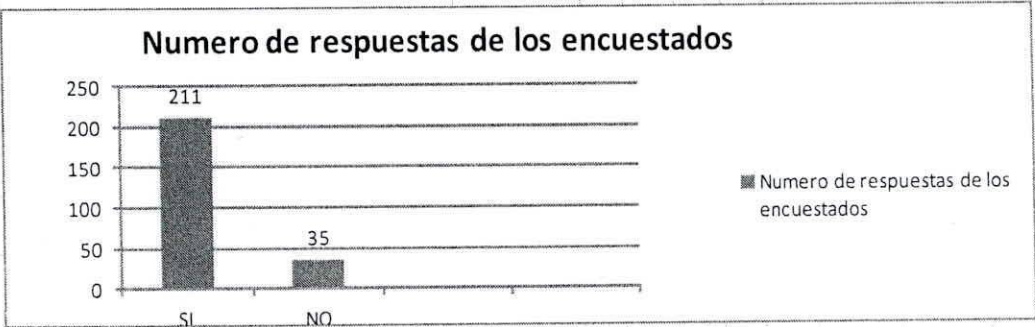
3.- Resultados de la pregunta #3

Estaria dispuesto a consumir productos de reposteria sin azúcar endulzados con un ingrediente natural llamado fructosa ?

3.1

	SI	NO	Porcentaje SI	Porcentaje NO
Numero de respuestas de los encuestados	211	35	85,77%	14,23%

3.2 Gráfico

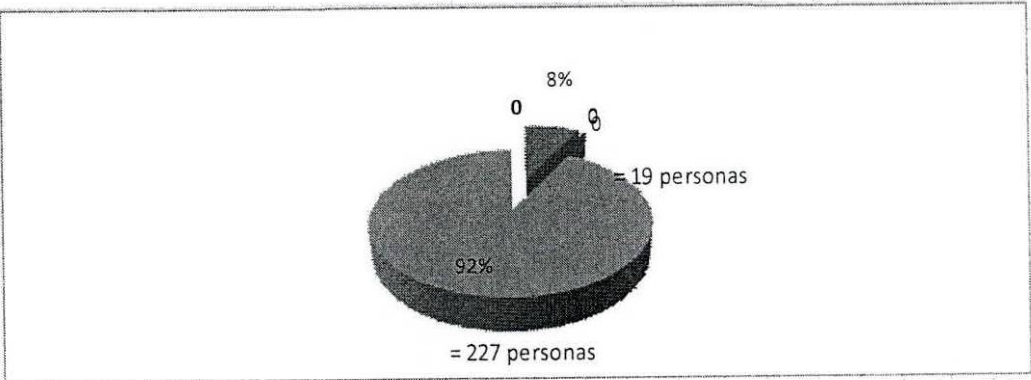


4 Resultados de pregunta #4

4.1 Consume ud. actualmente productos de reposteria bajos y/o libres de azucar?

	SI	NO	TOTAL
Respuestas de los encuestados	19	227	246
	8%	92%	100%

4.2 Gráfico



4.3 En caso de ser afirmativa su respuesta señale el nombre y ubicación del lugar.

	Nombre del lugar donde consume productos de reposteria libres de azúcar				Total
	Preparación Casera	Supermaxi	Mi Comisariato	Sweets and Treats	
Cantidad de encuestados según lugar	4	12	2	1	19
%	21%	63%	11%	5%	100%
Ubicación	Hogar	Guayaquil	Guayaquil	Costa Rica	

5 Resultados de pregunta #5

5.1 Porque circunstancias consumiria productos libres de azúcar?

Porque circunstancias consumiria productos libres de azúcar?	TOTAL	%
Diabetes	107	43%
Hipertensión	23	9%
Prevención (salud)	25	10%
Sobrepeso	62	25%
Deportista	29	12%
Total de pesonas	246	100%

5.2 Gráfico

Porque circunstancias consumiria productos sin azúcar

- Diabetes
- Hipertensión
- Prevención (salud)
- Sobrepeso
- Deportista

6 Resultados de pregunta #6

6.1 Asistiria ud a un local ubicado en la ciudadela urdesa, en la Av. Victor Emilio Estrada entre la Av. Las Lomas e llanes de la siguientes características : local cerrado, con puertas de entrada de vidrio, aire acondicionado, mesas y sillas coloridas, letreros, con menu tipo led, con productos para llevar a la mano, baños y local en condiciones higiénicas y con vitrinas refrigeradas en las cuales se detalle el contenido calórico y beneficios nutricionales de cada uno de los productos?

Local	Cantidad Encuestados		%	
	SI	NO	SI	NO
Urdesa (V.E.E. entre Las lomas e llanes), cerrado,puertas/vidrio, colorido, letreros led, condición higiénica, refrigeración permanente y detalle de los productos	219	27	89,02%	10,98%

7 Resultados de la pregunta #7

7.1 Personas con las que asistiría al local c/cliente

	0 (ninguna)	1	2	3	4	5	6	más de 6	Total
Con cuántas personas asistiría a comer al nuevo local de productos de repostería sin azúcar?	3	22	79	98	30	9	4	1	246
	0	7,72%	29,28%	36,17%	9,76%	10,57%	6,50%	0	1

8 Resultados de pregunta #8 - Concurrencia al nuevo local

8.1 Con que frecuencia asistiría usted al nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

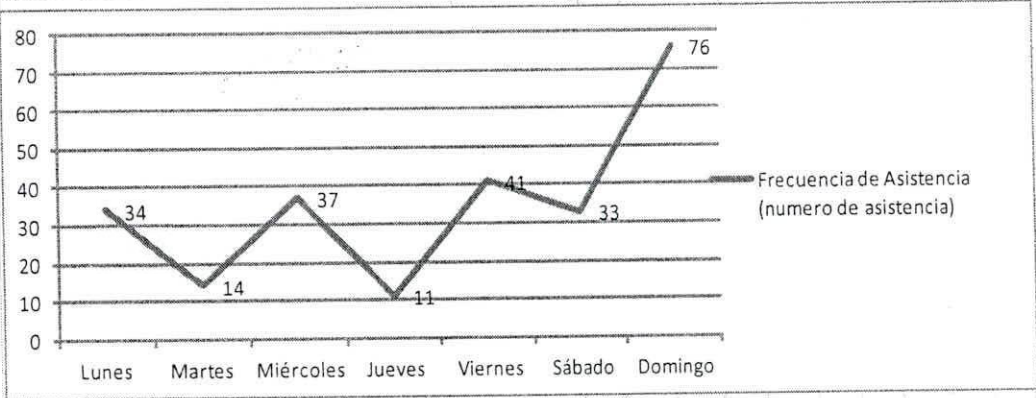
	Frecuencia de Asistencia (numero)	Porcentaje de asistencia (%)
1 - 2 veces al mes	43	17,47%
3 - 4 veces al mes	169	68,70%
5 - 6 veces al mes	25	10,17%
≥ 7 veces al mes	9	3,66%
Total	246	100,00%

9 Resultados de pregunt #9 - Días ed asistencia

9.1 Que días iría a consumir en el nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

	Frecuencia de Asistencia (numero)	Porcentaje de asistencia (%)
Lunes	34	14%
Martes	14	6%
Miércoles	37	15%
Jueves	11	4%
Viernes	41	17%
Sábado	33	13%
Domingo	76	31%
Total	246	100%

9.2 Gráfico

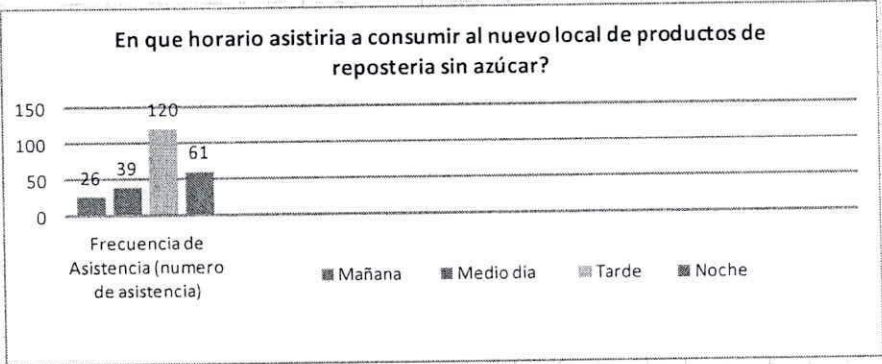


10 Resultados de pregunta #10 - Horario de concurrencia

10.1 En que horario asistiría a consumir al nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

	Frecuencia de Asistencia (numero)	Porcentaje de asistencia (%)
Mañana	26	11%
Medio día	39	16%
Tarde	120	49%
Noche	61	25%
Total	246	100%

10.2 Gráfico



11 Resultados de pregunta #11

	Cantidad promedio	Moneda
11.1 Que cantidad de dinero estaria dispuesto a gastar cada vez que visite el nuevo local de productos de repostería sin azúcar?	14	dólares

12 Resultados de pregunta #12

12.1 En que rango de precio estaria usted dispuesto a gastar de acuerdo a los productos ofrecidos por el nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

	Repostería (porciones)	Tortas (entera)	Helados	Jugos	Bebidas	
					Calientes	Frias
Menor a \$2	51	21	176	62	190	151
Entre \$2,01 y \$5	184	47	49	167	52	87
Mayor a \$5	11	178	21	17	4	8
Total	246	246	246	246	246	246

12.2 Resultados potenciales de los rangos en los que deberiamos tener el precio de productos

	Repostería (porciones)	Tortas (entera)	Helados	Jugos	Bebidas	
					Calientes	Frias
Menor a \$2					x	x
Entre \$2,01 y \$5	x		x	x		
Mayor a \$5		x				

12.3 Resultados potenciales de los rangos en cuanto al porcentaje de personas encuestadas

	Repostería (porciones)	Tortas (entera)	Helados	Jugos	Bebidas	
					Calientes	Frias
Menor a \$2	21%	9%	72%	25%	77%	61%
Entre \$2,01 y \$5	75%	19%	20%	68%	21%	35%
Mayor a \$5	4%	72%	9%	7%	2%	3%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

13 Resultados de pregunta #13							
13.1 Motivo principal por el cual usted visitaría el nuevo local de productos de repostería sin azúcar							
Motivo principal por el cual usted visitaría el nuevo local de productos de repostería sin azúcar (número y % de encuestados)	Variedad	Salud	Precio	Ubicación	Novedad	Tipo de productos	Total
	21	104	8	14	20	79	246
	9%	42%	3%	6%	8%	32%	100%

14 Resultados de pregunta #14				
14.1 Que beneficio le gustaria tener de acuerdo a su concurrencia al nuevo local de productos de repostería sin azúcar?				
Beneficio por concurrencia	Descuentos	Degustacion de productos	Postres personalizado	Otros
	65	72	32	-
	38%	43%	19%	0%
14.2 Gráfico				
Beneficio por concurrencia Legend: Descuentos, Degustacion de productos, Postres personalizados, Otros				

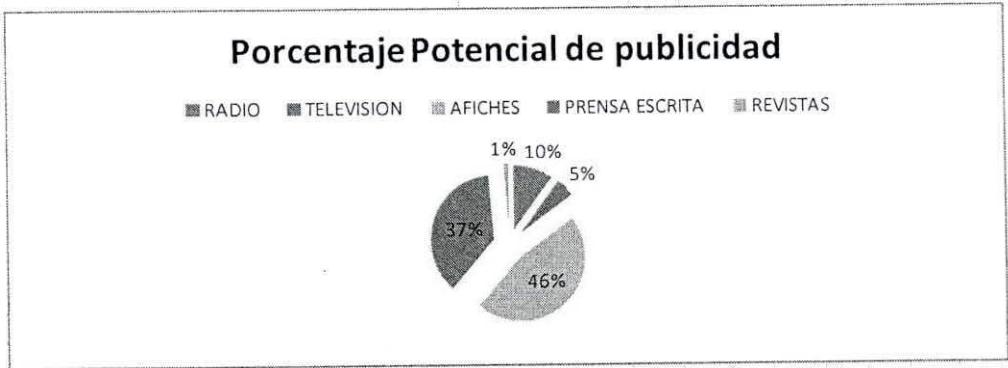
15 Resultados de la pregunta #15		
15.1 Que nombre le gustaria que tenga como presentación el nuevo local de productos de repostería sin azúcar?		
	Numero de encuestados	%
LIBRE SUGAR	16	7
SUGAR FREE	13	5
FREE SUGAR	104	42
FRUTA LITE	32	13
DELIGHT	48	20
DULZONE	33	13
Total	246	100
15.2 Gráfico		
Que nombre le gustaria que tenga como presentación el nuevo local de Legend: Numero de encuestados		

16 Resultados de pregunta #16

16.1 A través de que medio le gustaría que publicitemos el nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

	Numero de encuestados	%
RADIO	25	10%
TELEVISION	12	5%
AFICHES (VOLANTES)	114	46%
PRENSA ESCRITA	92	37%
REVISTAS	3	1%
Total	246	100%

16.2 Gráfico

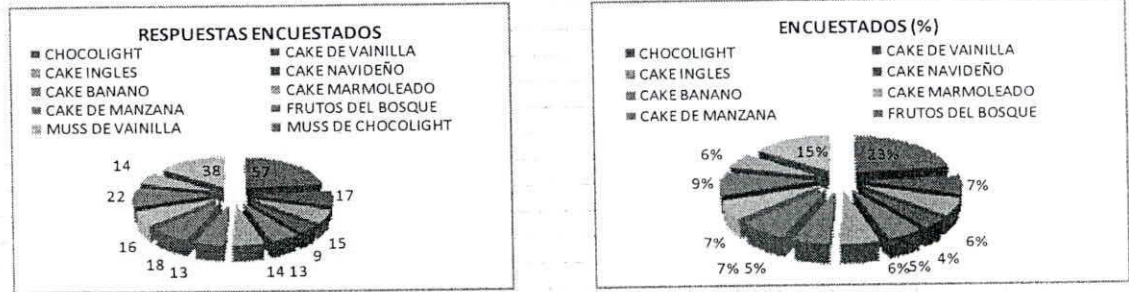


17 Resultados de pregunta #17

17.1 Dentro del menú cual de las siguientes POSTRES sería el de su mayor agrado?

	RESPUESTAS ENCUESTADOS	%
CHOCOLIGHT	57	23%
CAKE DE VAINILLA	17	7%
CAKE INGLES	15	6%
CAKE NAVIDEÑO	9	4%
CAKE BANANO	13	5%
CAKE MARMOLEADO	14	6%
CAKE DE MANZANA	13	5%
FRUTOS DEL BOSQUE	18	7%
MUSS DE VAINILLA	16	7%
MUSS DE CHOCOLIGHT	22	9%
GELATINAS (varios sabores)	14	6%
ASPIC DE FRUTAS	38	15%
TOTAL	246	100%

17.2 Gráfico

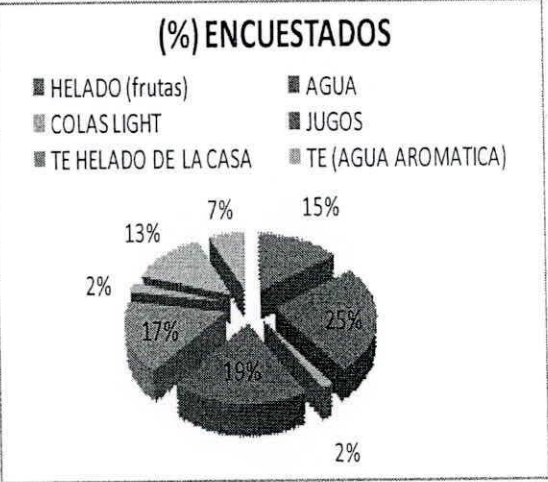
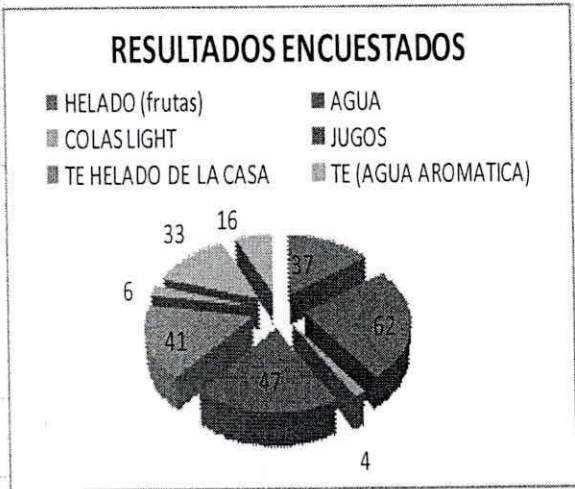


18 Resultados de pregunta #18

18.1 Dentro del menú cual de las siguientes BEBIDAS Y HELADOS sería el de su mayor agrado?

	RESPUESTAS ENCUESTADOS	Porcentaje potencial %
HELADO (frutas)	37	15%
AGUA	62	25%
COLAS LIGHT	4	2%
JUGOS	47	19%
TE HELADO DE LA CASA	41	17%
TE (AGUA AROMATICA)	6	2%
CAFÉ EN LECHE	33	13%
CAFÉ EN AGUA	16	7%
TOTAL	246	100%

18.2 Gráfico



ANEXO 3.9 CALCULO DE LA POBLACION DEL NORTE DE GUAYAQUIL

CUADRO 1 .- DETALLE DE POBLACION DE GUAYAQUIL POR PARROQUIAS			
Parroquias Urbanas-Censo 2001			
Parroquia	Habitantes	%	UBICACIÓN
Pedro Carbo	13462	1%	CENTRO
Roca	7296	0%	CENTRO
Rocafuerte	8761	0%	CENTRO
Olmedo	9516	0%	CENTRO
Bolívar	9149	0%	SUR
Ayacucho	11976	1%	SUR
9 de Octubre	6680	0%	CENTRO
Sucre	15071	1%	CENTRO
Urdaneta	25323	1%	NORTE
Tarqui	835486	43%	NORTE
Ximena	500076	26%	SUR
García Moreno	60255	3%	CENTRO
Letamendi	101615	5%	SUR
Febres-Cordero	341334	18%	SUR
Total	1946000	100%	

Datos preliminares del INEC de 1,946,000 habitantes.
El dato final es 1,984,379 habitantes urbanos.
<http://enciclopedia.us.es/index.php/Guayaquil#Parroquias> Urbanas (FUENTE)

CUADRO 2 .- DATOS DEL INCREMENTO DE LA POBLACION DE GUAYAQUIL		
TOTAL	INCREMENTO (%)	AÑO
1570396	-	1990
2039789	29,89%	2001
2350915	15,25%	2010

<http://www.inec.gob.ec/cpv/> (FUENTE)

DATOS DE POBLACION DEL NORTE DE GUAYAQUIL				
DATOS DEL NORTE DE GUAYAQUIL				
PARROQUIA	POBLACION 2001	UBICACIÓN	INCREMENTO POBLACION GUIL	POBLACION 2010
Urdaneta	25.323	NORTE	15,25%	29.185
Tarqui	835.486	NORTE	15,25%	962.921
TOTAL POBLACION NORTE GUAYAQUIL :		860.809		992.107

NOTA: SE REALIZA ESTA METODOLOGIA DE CALCULO EN VISTA QUE EN LA PÁGINA WEB DEL INEC NO SE CUENTA CON UN DATO EXACTO DE LA POBLACION TOTAL DE NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

ANEXO 4.1 DETALLE DE PRODUCTOS

Kake chocolate light – tipo americano (para 30 personas) Ingredientes 500 gr. Harina Integral 200 ml. Aceite granola 90 gr. Cocoa 250 gr. Fructosa 6 unid. Huevos (claras) 15 gr. Vainilla 200 ml. Leche Descremada Proceso 1.- En un tazón ubicar la leche, la fructosa, la vainilla y los huevos para batir por un lapso aproximado de 3 minutos 2.- Luego agregar harina, polvo de hornear, cocoa para continuar batiendo a velocidad media por 3 minutos 3.- Ubicar en recipiente para altas temperaturas para pasar al horno cuando ya se tenga la mezcla batida completa 4.- Pasar al horno a una temperatura de 130°C (previamente revisado el horno) por un lapso entre 20 y 30 minutos aproximadamente (dependiendo del tamaño, ejemplo moldes de 20cm. de ½ libra en el tiempo dado) 5.- Finalmente arme el plato listo para servirse Rellenos Crema Pastelera Ingredientes: 1 lt. Leche 200 gr. Fructosa 5 unid. Huevos 500gr. Fécula de maíz = maicena Proceso 1.- Ubique la leche al fuego previamente ubicado en recipientes adecuados hasta romper hervor 2.- Realice la mezcla de la fructosa y la maicena 3.- Luego agregar huevos en la mezcla mencionada y batir con varilla de mano 4.- Cuando rompa hervor agregar esta mezcla a la leche y cocinar bien por un lapso de 3 a 4 minutos Nota: Una vez listo el producto dejar enfriar bien antes de usar Mermelada Ingredientes: 1Kg. Mora 500 gr. Fructosa Proceso: 1.- Cocinar los dos ingredientes hasta que este ligoso, tiempo aproximado de preparación es 1 hora Kake Vainilla Ingredientes 350 gr. Harina 350 gr. Margarina light 350 gr. Huevos 350 gr. Fructosa 12 gr. Polvo de hornear 10 gr. Vainilla 1 ralladura de naranja (corteza de naranja) Relleno: Crema Pastelera Ingredientes: 1 lt. Naranja 200 gr. Fructosa 5 unid. Huevos (claras) 500gr. Fécula de maíz = maicena Proceso 1.- Batir a velocidad media la margarina, la fructosa, la vainilla y la ralladura de naranja por un tiempo aproximado de 4 a 5 minutos cuando ya esta esponjoso 2.- Luego agregar huevos poco a poco (es decir unidad por unidad) y continuar batiendo a la misma velocidad media 3.- Agregar la harina con polvo de hornear para continuar batiendo a velocidad lenta; a medida que se va mezclando ir subiendo la velocidad hasta que este totalmente mezclada la harina 4.- Pasar al horno por un tiempo aproximado entre 25 y 30 minutos utilizando moldes de ½ libra y a una temperatura de 150°C Proceso de la crema pastelera 1.- Ubique el litro de naranja al fuego previamente ubicado en recipientes adecuados hasta romper hervor 2.- Realice la mezcla de la fructosa y la maicena 3.- Luego agregar huevos en la mezcla mencionada y batir con varilla de mano 4.- Cuando rompa hervor agregar esta mezcla a la naranja y cocinar bien por un lapso de 3 a 4 minutos Nota: Una vez listo el producto dejar enfriar bien antes de usar Una vez terminado ambos procesos podemos armar el plato listo para los clientes.	   
--	---

Kake Inglés

Ingredientes

350 gr. Harina
350 gr. Margarina light
350 gr. Huevos
350 gr. Fructosa
12 gr. Polvo de hornear
10 gr. Vainilla
1 ralladura de naranja (corteza de naranja)
100 gr. Nueces
100 gr. Frutas confitadas
40 gr. Harina adicional



Relleno:

500 gr. Cubierta de chocolate light (100% puro cacao)
250 gr. Leche

Proceso

- 1.- Batir a velocidad media la margarina, la fructosa, la vainilla y la ralladura de naranja por un tiempo aproximado de 4 a 5 minutos cuando ya esta esponjoso
- 2.- Luego agregar huevos poco a poco (es decir unidad por unidad) y continuar batiendo a la misma velocidad media
- 3.- Agregar la harina con polvo de hornear para continuar batiendo a velocidad lenta; a medida que se va mezclando ir subiendo la velocidad hasta que este totalmente mezclada la harina
- 4.- Agregar las nueces, las frutas confitadas (o frutas secas)
- 5.- Pasar al horno por un tiempo aproximado entre 25 y 30 minutos utilizando moldes de ½ libra y a una temperatura de 150°C

Proceso de la crema pastelera

- 1.- Realice la mezcla y batido por 4 minutos entre el chocolate light y la leche
- Una vez terminado ambos procesos podemos armar el plato listo para los clientes.

Kake Navideño

Ingredientes

350 gr. Harina
350 gr. Margarina light
350 gr. Huevos
350 gr. Fructosa
20 gr. Polvo de hornear
10 gr. Vainilla
1 ralladura de naranja (corteza de naranja)
25 gr. Esencia de caramelo
10 gr. Clavo de olor en polvo
10 gr. Canela en polvo
100 gr. Nueces
100 gr. Frutas confitadas
40 gr. Harina adicional



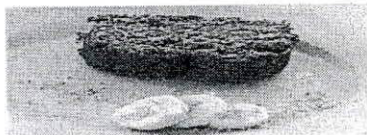
Proceso:

- 1.- Batir a velocidad media la margarina, la fructosa, la vainilla y la ralladura de naranja por un tiempo aproximado de 4 a 5 minutos cuando ya esta esponjoso
- 2.- Luego agregar huevos poco a poco (es decir unidad por unidad) y continuar batiendo a la misma velocidad media
- 3.- Agregar la harina con polvo de hornear para continuar batiendo a velocidad lenta; a medida que se va mezclando ir subiendo la velocidad hasta que este totalmente mezclada la harina
- 4.- Agregar el clavo de olor en polvo, la canela en polvo, las nueces, las frutas confitadas (o frutas secas)
- 5.- Seguir batiendo por 2 minutos hasta que este uniforme los ingredientes
- 6.- Pasar al horno por un tiempo aproximado entre 25 y 30 minutos utilizando moldes de ½ libra y a una temperatura de 150°C
- 7.- Terminado el proceso está listo para servirse

Kake de banano

Ingredientes

350 gr. Harina
350 gr. Margarina light
350 gr. Huevos
350 gr. Fructosa
12 gr. Polvo de hornear
10 gr. Vainilla
300 gr. Banano
5 gr. Canela
12 gr. Bicarbonato



Proceso:

- 1.- Batir a velocidad media la margarina, la fructosa y la vainilla por un tiempo aproximado de 4 a 5 minutos cuando ya esta esponjoso
- 2.- Luego agregar huevos poco a poco (es decir unidad por unidad) y continuar batiendo a la misma velocidad media
- 3.- Agregar la harina con polvo de hornear para continuar batiendo a velocidad lenta; a medida que se va mezclando ir subiendo la velocidad hasta que este totalmente mezclada la harina
- 4.- Agregar el banano, la canela y el bicarbonato
- 5.- Seguir batiendo por 3 minutos hasta que este uniforme los ingredientes
- 6.- Pasar al horno por un tiempo aproximado entre 25 y 30 minutos utilizando moldes de ½ libra y a una temperatura de 150°C
- 7.- Luego del proceso estaría listo para servirse.

Kake Marmoleado

Mezcla kake de Vainilla y Chocolate 50% de cada uno, con los mismos ingredientes pero a la mitad

Ingredientes

350 gr. Harina
350 gr. Margarina light
350 gr. Huevos
350 gr. Fructosa
12 gr. Polvo de hornear
5 gr. Vainilla
25gr. de cocoa amarga
1 ralladura de naranja (corteza de naranja)



Proceso

- 1.- Utilizar de manera separada los ingredientes con la finalidad de realizar un kake de vainilla y un kake de chocolate considerando que se debe utilizar la mitad de los ingredientes sin contar la vainilla y el chocolate
- 2.- Realizar la mezcla en un envase sin mezclar
- 3.- Pasar al horno por un tiempo aproximado entre 25 y 30 minutos utilizando moldes de ½ libra y a una temperatura de 150°C
- 4.- El plato queda listo para el servicio al cliente.

Kake Manzana

Ingredientes

500 gr. Harina Integral
150 ml. Aceite canola
250 gr. Fructosa
6 unid. Huevos
15 gr. Vainilla
150 ml. Leche descremada
7 unid. Manzanas
5 gr. Color caramelo o esencia
5 gr. Canela



Proceso

- 1.- En un tazón ubicar la leche, la fructosa, la vainilla y los huevos para batir por un lapso aproximado de 3 minutos
- 2.- Luego agregar harina, polvo de hornear para continuar batiendo a velocidad media por 3 minutos
- 3.- Ubicar las porciones de manzanas en cubos pequeños
- 3.- Ubicar en recipiente para altas temperaturas para pasar al horno cuando ya se tenga la mezcla batida completa
- 4.- Pasar al horno a una temperatura de 130°C (previamente revisado el horno) por un lapso entre 20 y 30 minutos aproximadamente (dependiendo del tamaño, ejemplo moldes de 20cm, de ½ libra en el tiempo dado)
- 5.- Finalmente arme el plato listo para servirse

Fruto del Bosque

1500 gr. Mora
900 gr. Fructosa
150 ml. Agua
350 gr. Frutillas
250 gr. Uvillas
250 gr. Frambuesas
200 gr. Mora
250 gr. Durazno
Salsa mora: mora, azúcar, agua



Proceso

- 1.- Mezclamos la mora, la fructosa y el agua mas las frutas picadas
- 2.- Poner a fuego hasta tener el primer hervor
- 3.- Luego de estos pasos queda listo para servirse

Nota: Se puede acompañar con helado de chocolate o helados a elección

Mush de Choclight

250 gr. Clara de huevos
125 gr. Fructosa
500 gr. Chocolate amargo
1 lt. Crema de leche (vegetal)
10 gr. Gelatina simple



Proceso

- 1.- Utilizar las claras y la fructosa para batir a punto de nieve
- 2.- El chocolate amargo disolver en baño maría
- 3.- La crema de leche semimontada (semibatida) previamente batida
- 4.- Una vez listo el merengue a punto de nieve agregar la gelatina previamente disuelta con agua al fuego
- 5.- Luego agregamos el chocolate amargo disuelto en forma envolvente (con la mano)
- 6.- Al final agregamos la leche semimontada en forma envolvente
- 7.- Una vez listo llevar en envases deseados (copas, vasos, cevicheras, etc.) y enfriar por un tiempo de 30 minutos a 4 o 5°C

Mush de Vainilla

250 gr. Clara de huevos
125 gr. Fructosa
1 lt. Crema de leche (vegetal)
1 rama de Vainilla
10 gr. Gelatina Simple
Salsa mora: guarnición
500 gr. Mora
300 gr. Fructosa
50 ml. Agua



Proceso

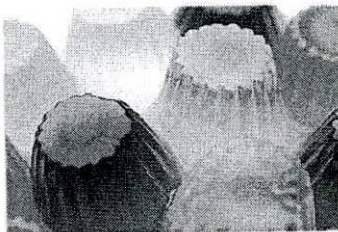
- 1.- Utilizar las claras y la fructosa para batir a punto de nieve
- 2.- La rama de vainilla disolver en baño maría
- 3.- La crema de leche semimontada (semibatida) previamente batida
- 4.- Una vez listo el merengue a punto de nieve agregar la gelatina previamente disuelta con agua al fuego
- 5.- Luego agregamos la vainilla del baño maría en forma envolvente (con la mano)
- 6.- Al final agregamos la leche semimontada en forma envolvente
- 7.- Una vez listo llevar en envases deseados (copas, vasos, cevicheras, etc.) y enfriar por un tiempo de 30 minutos a 4 o 5°C
- 8.- El plato queda listo para el servicio

Proceso de la salsa a mora

- 1.- Llevar los ingredientes y luego tamizar (cernir)
- 2.- Llevar al fuego lo licuado hasta dado un hervor por seguridad alimenticia
- 3.- La guarnición queda lista para el servicio

Gelatinas varios sabores

1 Concentrado de gelatina
1000 ml Agua
50 gr. Fructosa

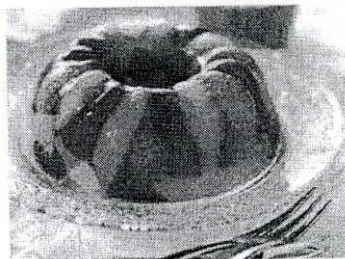


Proceso

- 1.- Disolver la gelatina con $\frac{1}{2}$ litro de jugo de naranja al fuego
- 2.- Luego retirar del fuego y agregar el resto de ingredientes que son: jugo de naranja, fructosa y hierba buena
- 3.- Mezclar bien para luego llenar en envases deseados (copas, etc.) la cantidad necesaria para luego de esto agregar todas las frutas picadas
- 4.- Refrigerar por un tiempo aproximado de 40 a 50 minutos.

Gelatina (Aspic de frutas) Francés

175 gr. Frutilla
125 gr. Uvilla
125 gr. Frambuesas
100 gr. mora
125 gr. durazno
1 lt. Jugo de naranja
30 gr. Gelatina simple
100 gr. Fructosa
1 ramita hierba buena



Proceso

- 1.- Disolver la gelatina con $\frac{1}{2}$ litro de jugo de naranja al fuego
- 2.- Luego retirar del fuego y agregar el resto de ingredientes que son: jugo de naranja, fructosa y hierba buena
- 3.- Mezclar bien para luego llenar en envases deseados (copas, etc.) la cantidad necesaria para luego de esto agregar todas las frutas picadas
- 4.- Refrigerar por un tiempo aproximado de 40 a 50 minutos.

ANEXO 3.7 FORMATO DE ENCUESTA

CUESTIONARIO - FREE SUGAR



1 En que rango de edad se ubica usted?

Entre 18 y 29 años ☐ Entre 30 y 45 años ☐ Entre 46 y 65 años ☐ Mayor a 65 años ☐

2 En que rango de ingresos se ubica usted?

No trabaja ☐ menor a 500 ☐ Entre 501 y 1000 ☐ Mayor a 1000 ☐

3 Estaría dispuesto a consumir productos de repostería sin azúcar endulzados con un ingrediente natural llamado fructosa ?

Si ☐ No ☐

4 Consuma ud. actualmente productos de repostería bajos y/o libres de azúcar?

Si ☐ No ☐

En caso de ser afirmativa su respuesta señale el nombre y ubicación del lugar.

5 Porque circunstancias consumiría productos libres de azúcar?

Diabetes ☐ Sobre peso ☐
Hipertensión ☐ Deportista ☐
Prevención (salud) ☐

6 Asistiría usted a un local ubicado en la ciudadela urdesa, en la Av. Víctor Emilio Estrada entre la Av. Las Lomas e llanos de las siguientes características : local cerrado, con puertas de entrada de vidrio, aire acondicionado, mesas y sillas coloridas, letreros con menú tipo led, con productos para llevar a la mano, baños y local en condiciones higiénicas y con vitrinas refrigeradas en las cuales se detalla el contenido calórico y beneficios nutricionales de cada uno de los productos?

Si ☐ No ☐



7 Con cuántas personas asistiría a comer al nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐
5 ☐ 6 ☐ más de 6 ☐ 0 (ninguna) ☐

8 Con que frecuencia asistiría usted al nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

1-2 veces al mes ☐ 3-4 veces al mes ☐ 5-6 veces al mes ☐ 7 o más veces al mes ☐

9 Que días iría a consumir en el nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

Lunes ☐ Martes ☐ Miércoles ☐ Jueves ☐
Viernes ☐ Sábado ☐ Domingo ☐

10 En que horario asistiría a consumir al nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

Mañana ☐ Medio día ☐ Tarde ☐ Noche ☐

11 Que cantidad de dinero estaría dispuesto a gastar cada vez que visite el nuevo local de productos de repostería sin azúcar? (incluye el consumo de las personas que lo acompañan)

USD \$

12 En que rango de precio estaría usted dispuesto a gastar de acuerdo a los productos ofrecidos por el nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

PRODUCTO	Menor \$2,00	Entre \$2,01 - \$5,00	Mayor a \$5,00
Repostería (porciones)			
Tortas (entera)			
Helados (vasos)			
Jugos			
Bebidas frías			
Bebidas calientes			

13 Motivo principal por el cual usted visitaría el nuevo local de productos de repostería sin azúcar

Variedad ☐ Ubicación ☐
Salud ☐ Tipo de Productos ☐
Precio ☐

14 Que beneficio le gustaría tener de acuerdo a su concurrencia al nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

Descuentos ☐ Postres personalizados ☐
Degustación de nuevos productos ☐ Postre por su cumpleaños ☐
Promociones ☐ Otros, cual?

15 Que nombre le gustaría que tenga como presentación al nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

LIBRE SUGAR ☐ FRUTALITE ☐
ZUCAR FREE ☐ DELIGHT ☐
FREE SUGAR ☐ DULZONE ☐

16 A través de que medio le gustaría que publicitemos al nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

RADIO ☐ PRENSA ESCRITA ☐
TELEVISION ☐ REVISTAS ☐
AFICHES ☐

17 Dentro del menú cual de las siguientes opciones de POSTRE sería de su mayor agrado?

CHOCOLIGHT ☐ CAKE BANANO ☐ MUSS DE VANILLA ☐
CAKE DE VAINILLA ☐ CAKE MARMOLEADO ☐ MUSS DE CHOCOLIGHT ☐
CAKE INGLES ☐ CAKE DE MANZANA ☐ GELATINAS ☐
CAKE NAVIDEÑO ☐ FRUTOS DEL BOSQUE ☐ ASPIC DE FRUTAS ☐

18 Dentro del menú cual de las siguientes opciones de bebida o helado sería de su mayor agrado?

HELADOS (FRUTAS) ☐ TE HELADO ☐
AGUA ☐ TE (AGUA AROMATICA) ☐
COLAS (LIGHT) ☐ CAFÉ EN LECHE ☐
JUGOS ☐ CAFÉ EN AGUA ☐

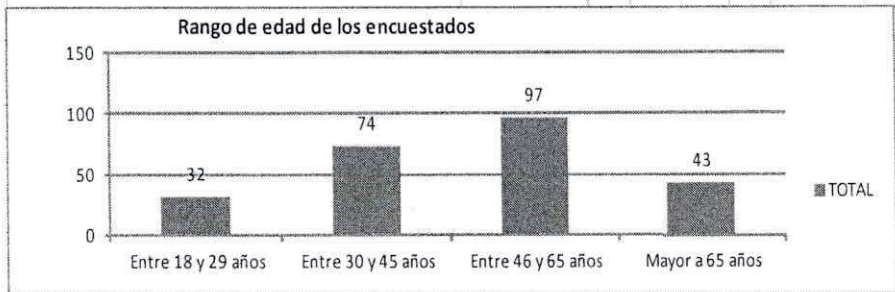
Anexo 3.8 Resultado de las encuestas

1.- Resultados de la pregunta #1

1.1 Determinación de la estructura demográfica de la muestra (encuestados) según la edad (medida en rangos)

En qué rango de edad se ubica usted?	TOTAL	%
Entre 18 y 29 años	32	13%
Entre 30 y 45 años	74	30%
Entre 46 y 65 años	97	39%
Mayor a 65 años	43	17%
Total	246	100%

1.2 Gráfico

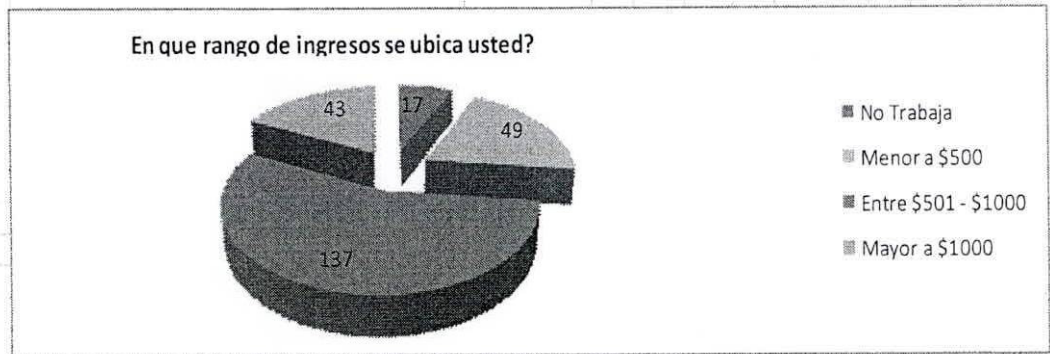


2.- Resultados de la pregunta #2

2.1 Ingreso económico de encuestados

En que rango de ingresos se ubica usted?	Número de personas	Porcentaje de clientes potenciales (%)
No Trabaja	17	7%
Menor a \$500	49	20%
Entre \$501 - \$1000	137	56%
Mayor a \$1000	43	17%
Total	246	100%

2.2 Gráfico

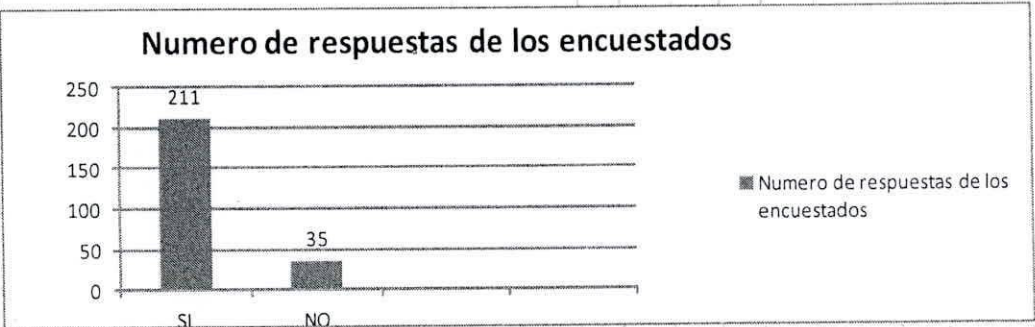


3.- Resultados de la pregunta #3

3.1 Estaría dispuesto a consumir productos de repostería sin azúcar endulzados con un ingrediente natural llamado fructosa ?

	SI	NO	Porcentaje SI	Porcentaje NO
Numero de respuestas de los encuestados	211	35	85,77%	14,23%

3.2 Gráfico

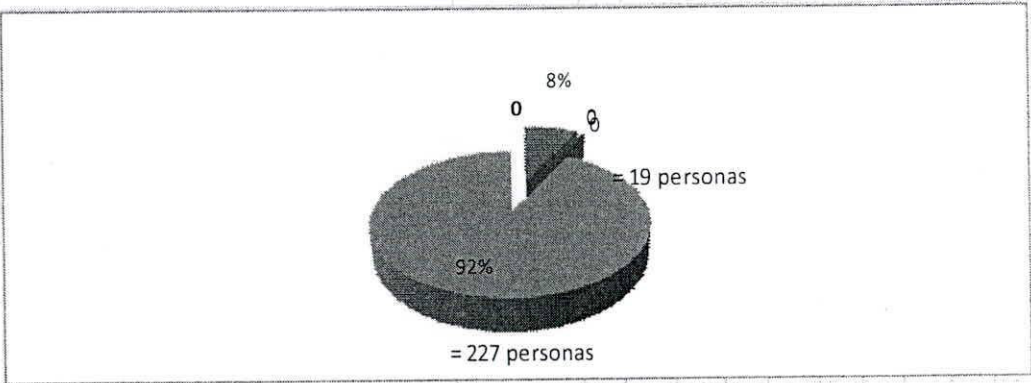


4 Resultados de pregunta #4

4.1 Consume ud. actualmente productos de repostería bajos y/o libres de azúcar?

	SI	NO	TOTAL
Respuestas de los encuestados	19	227	246
	8%	92%	100%

4.2 Gráfico



4.3 En caso de ser afirmativa su respuesta señale el nombre y ubicación del lugar.

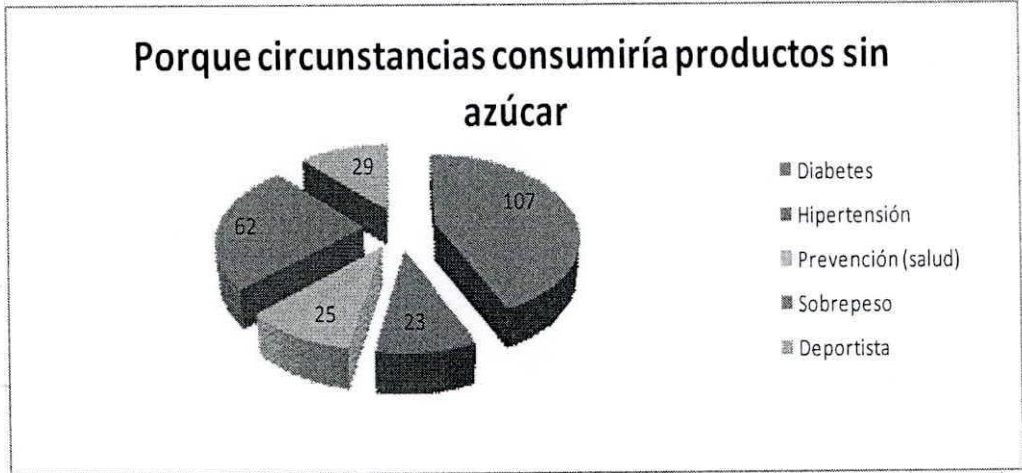
	Nombre del lugar donde consume productos de repostería libres de azúcar				Total
	Preparación Casera	Supermaxi	Mi Comisariato	Sweets and Treats	
Cantidad de encuestados según lugar	4	12	2	1	19
%	21%	63%	11%	5%	100%
Ubicación	Hogar	Guayaquil	Guayaquil	Costa Rica	

5 Resultados de pregunta #5

5.1 Porque circunstancias consumiría productos libres de azúcar?

Porque circunstancias consumiría productos libres de azúcar?	TOTAL	%
Diabetes	107	43%
Hipertensión	23	9%
Prevención (salud)	25	10%
Sobrepeso	62	25%
Deportista	29	12%
Total de personas	246	100%

5.2 Gráfico



6 Resultados de pregunta #6

6.1 Asistiría ud a un local ubicado en la ciudadela urdesa, en la Av. Víctor Emilio Estrada entre la Av. Las Lomas e llanes de la siguientes características : local cerrado, con puertas de entrada de vidrio, aire acondicionado, mesas y sillas coloridas, letreros, con menu tipo led, con productos para llevar a la mano, baños y local en condiciones higiénicas y con vitrinas refrigeradas en las cuales se detalle el contenido calórico y beneficios nutricionales de cada uno de los productos?

Local	Cantidad Encuestados		%	
	SI	NO	SI	NO
Urdesa (V.E.E. entre Las lomas e llanes), cerrado,puertas/vidrio, colorido, letreros led, condición higiénica, refrigeración permanente y detalle de los productos	219	27	89,02%	10,98%

7 Resultados de la pregunta #7

7.1 Personas con las que asistiría al local c/cliente

	0 (ninguna)	1	2	3	4	5	6	más de 6	Total
Con cuántas personas asistiría a comer al nuevo local de productos de repostería sin azúcar?	3	22	79	98	30	9	4	1	246
	0	7,72%	29,28%	36,17%	9,76%	10,57%	6,50%	0	1

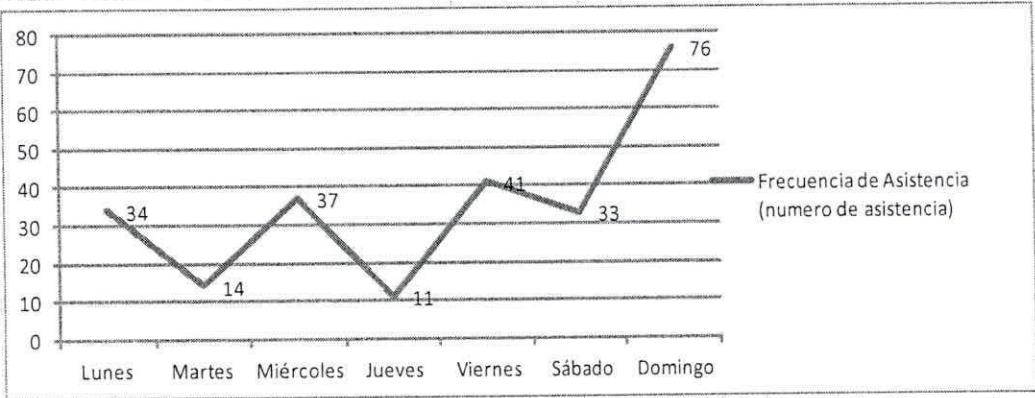
8 Resultados de pregunta #8 - Concurrencia al nuevo local

	Frecuencia de Asistencia (numero)	Porcentaje de asistencia (%)
1 - 2 veces al mes	43	17,47%
3 - 4 veces al mes	169	68,70%
5 - 6 veces al mes	25	10,17%
≥ 7 veces al mes	9	3,66%
Total	246	100,00%

9 Resultados de pregunt #9 - Días ed asistencia

	Frecuencia de Asistencia (numero)	Porcentaje de asistencia (%)
Lunes	34	14%
Martes	14	6%
Miércoles	37	15%
Jueves	11	4%
Viernes	41	17%
Sábado	33	13%
Domingo	76	31%
Total	246	100%

9.2 Gráfico

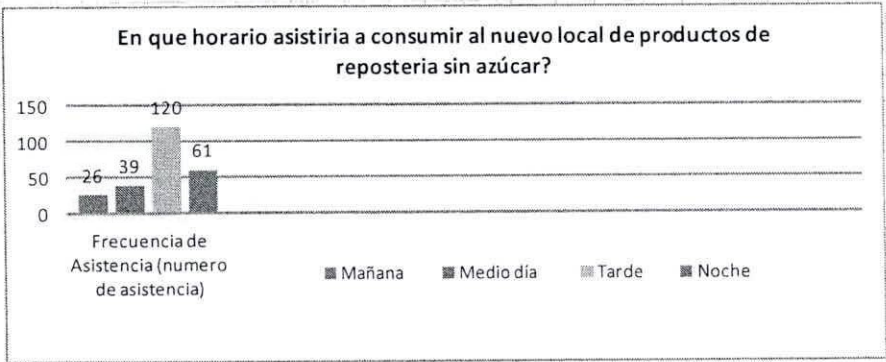


10 Resultados de pregunta #10 - Horario de concurrencia

10.1 En que horario asistiría a consumir al nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

	Frecuencia de Asistencia (numero)	Porcentaje de asistencia (%)
Mañana	26	11%
Medio día	39	16%
Tarde	120	49%
Noche	61	25%
Total	246	100%

10.2 Gráfico



11 Resultados de pregunta #11

	Cantidad promedio	Moneda
11.1 Que cantidad de dinero estaria dispuesto a gastar cada vez que visite el nuevo local de productos de repostería sin azúcar?	14	dólares

12 Resultados de pregunta #12

12.1 En que rango de precio estaria usted dispuesto a gastar de acuerdo a los productos ofrecidos por el nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

	Repostería (porciones)	Tortas (entera)	Helados	Jugos	Bebidas	
					Calientes	Frias
Menor a \$2	51	21	176	62	190	151
Entre \$2,01 y \$5	184	47	49	167	52	87
Mayor a \$5	11	178	21	17	4	8
Total	246	246	246	246	246	246

12.2 Resultados potenciales de los rangos en los que deberíamos tener el precio de productos

	Repostería (porciones)	Tortas (entera)	Helados	Jugos	Bebidas	
					Calientes	Frias
Menor a \$2					x	x
Entre \$2,01 y \$5	x		x	x		
Mayor a \$5		x				

12.3 Resultados potenciales de los rangos en cuanto al porcentaje de personas encuestadas

	Repostería (porciones)	Tortas (entera)	Helados	Jugos	Bebidas	
					Calientes	Frias
Menor a \$2	21%	9%	72%	25%	77%	61%
Entre \$2,01 y \$5	75%	19%	20%	68%	21%	35%
Mayor a \$5	4%	72%	9%	7%	2%	3%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

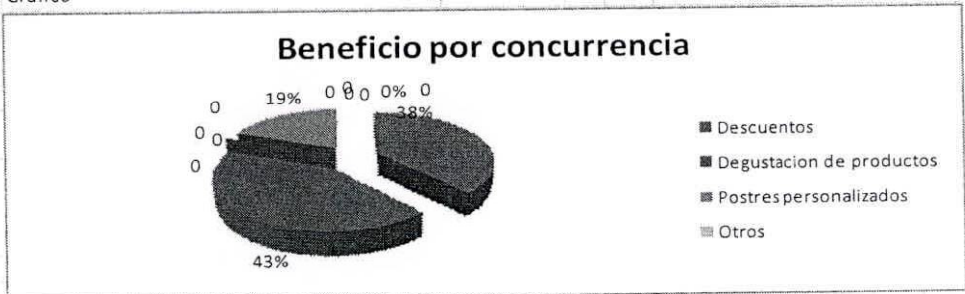
13 Resultados de pregunta #13

13.1 Motivo principal por el cual usted visitaría el nuevo local de productos de repostería sin azúcar							
	Variedad	Salud	Precio	Ubicación	Novedad	Tipo de productos	Total
Motivo principal por el cual usted visitaría el nuevo local de productos de repostería sin azúcar (número y % de encuestados)	21	104	8	14	20	79	246
	9%	42%	3%	6%	8%	32%	100%

14 Resultados de pregunta #14

14.1 Que beneficio le gustaría tener de acuerdo a su concurrencia al nuevo local de productos de repostería sin azúcar?					
	Descuentos	Degustacion de productos	Postres personalizado	Otros	Total
Beneficio por concurrencia	65	72	32	-	169
	38%	43%	19%	0%	100%

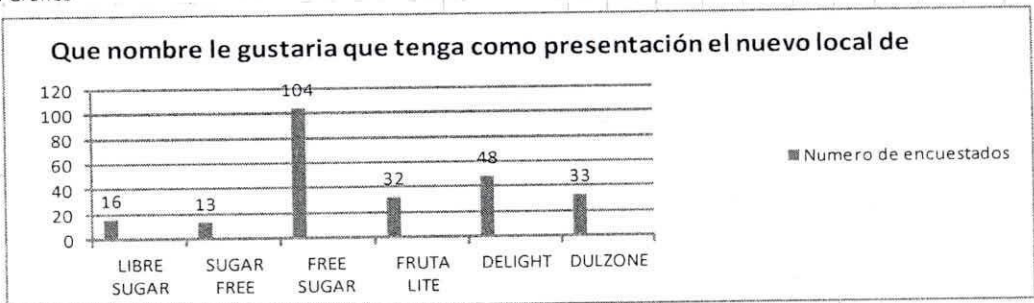
14.2 Gráfico



15 Resultados de la pregunta #15

15.1 Que nombre le gustaría que tenga como presentación el nuevo local de productos de repostería sin azúcar?		
	Numero de encuestados	%
LIBRE SUGAR	16	7
SUGAR FREE	13	5
FREE SUGAR	104	42
FRUTA LITE	32	13
DELIGHT	48	20
DULZONE	33	13
Total	246	100

15.2 Gráfico

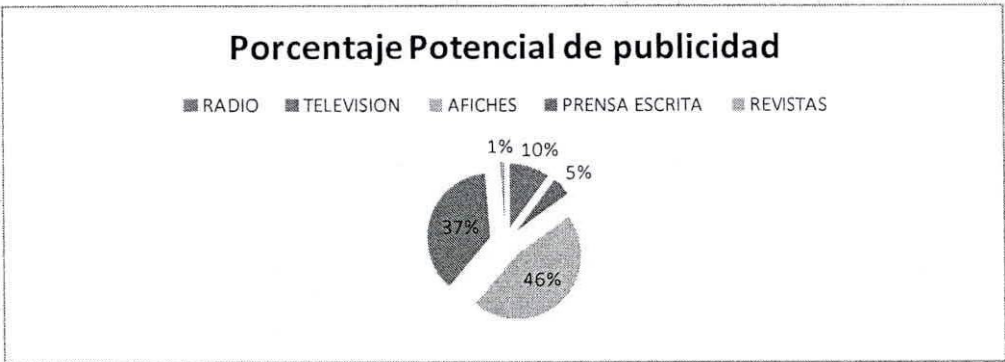


16 Resultados de pregunta #16

16.1 A través de que medio le gustaría que publicitemos el nuevo local de productos de repostería sin azúcar?

	Numero de encuestados	%
RADIO	25	10%
TELEVISION	12	5%
AFICHES (VOLANTES)	114	46%
PRENSA ESCRITA	92	37%
REVISTAS	3	1%
Total	246	100%

16.2 Gráfico



17 Resultados de pregunta #17

17.1 Dentro del menú cual de las siguientes POSTRES sería el de su mayor agrado?

	RESPUESTAS ENCUESTADOS	%
CHOCOLIGHT	57	23%
CAKE DE VAINILLA	17	7%
CAKE INGLES	15	6%
CAKE NAVIDEÑO	9	4%
CAKE BANANO	13	5%
CAKE MARMOLEADO	14	6%
CAKE DE MANZANA	13	5%
FRUTOS DEL BOSQUE	18	7%
MUSS DE VAINILLA	16	7%
MUSS DE CHOCOLIGHT	22	9%
GELATINAS (varios sabores)	14	6%
ASPIC DE FRUTAS	38	15%
TOTAL	246	100%

17.2 Gráfico

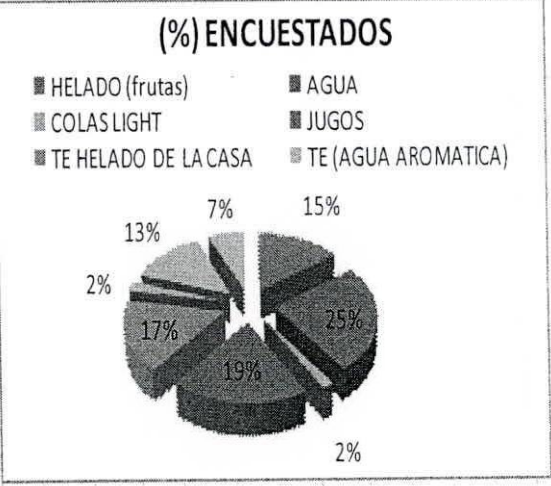


18 Resultados de pregunta #18

18.1 Dentro del menú cual de las siguientes BEBIDAS Y HELADOS sería el de su mayor agrado?

	RESPUESTAS ENCUESTADOS	Porcentaje potencial %
HELADO (frutas)	37	15%
AGUA	62	25%
COLAS LIGHT	4	2%
JUGOS	47	19%
TE HELADO DE LA CASA	41	17%
TE (AGUA AROMATICA)	6	2%
CAFÉ EN LECHE	33	13%
CAFÉ EN AGUA	16	7%
TOTAL	246	100%

18.2 Gráfico



ANEXO 3.9 CALCULO DE LA POBLACION DEL NORTE DE GUAYAQUIL

CUADRO 1.- DETALLE DE POBLACION DE GUAYAQUIL POR PARROQUIAS			
Parroquias Urbanas-Censo 2001			
Parroquia	Habitantes	%	UBICACIÓN
Pedro Carbo	13462	1%	CENTRO
Roca	7296	0%	CENTRO
Rocafuerte	8761	0%	CENTRO
Olmedo	9516	0%	CENTRO
Bolívar	9149	0%	SUR
Ayacucho	11976	1%	SUR
9 de Octubre	6680	0%	CENTRO
Sucre	15071	1%	CENTRO
Urdaneta	25323	1%	NORTE
Tarqui	835486	43%	NORTE
Ximena	500076	26%	SUR
García Moreno	60255	3%	CENTRO
Letamendi	101615	5%	SUR
Febres-Cordero	341334	18%	SUR
Total	1946000	100%	

Datos preliminares del INEC de 1,946,000 habitantes.
El dato final es 1,984,379 habitantes urbanos.
<http://enciclopedia.us.es/index.php/Guayaquil#Parroquias> Urbanas (FUENTE)

CUADRO 2.- DATOS DEL INCREMENTO DE LA POBLACION DE GUAYAQUIL		
TOTAL	INCREMENTO (%)	AÑO
1570396	-	1990
2039789	29,89%	2001
2350915	15,25%	2010

<http://www.inec.gob.ec/cpv/> (FUENTE)

DATOS DE POBLACION DEL NORTE DE GUAYAQUIL				
DATOS DEL NORTE DE GUAYAQUIL				
PARROQUIA	POBLACION 2001	UBICACIÓN	INCREMENTO POBLACION GQUIL	POBLACION 2010
Urdaneta	25.323	NORTE	15,25%	29.185
Tarqui	835.486	NORTE	15,25%	962.921
TOTAL POBLACION NORTE GUAYAQUIL :		860.809		992.107

NOTA: SE REALIZA ESTA METODOLOGIA DE CALCULA EN VISTA QUE EN LA PÁGINA WEB DEL INEC NO SE CUENTA CON UN DATO EXACTO DE LA POBLACION TOTAL DE NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

ANEXO 4.1 DETALLE DE PRODUCTOS

Kake chocolate light – tipo americano (para 30 personas)

Ingredientes

500 gr. Harina Integral
200 ml. Aceite granola
90 gr. Cocoa
250 gr. Fructosa
6 unid. Huevos (claras)
15 gr. Vainilla
200 ml. Leche Descremada



Proceso

- 1.- En un tazón ubicar la leche, la fructosa, la vainilla y los huevos para batir por un lapso aproximado de 3 minutos
- 2.- Luego agregar harina, polvo de hornear, cocoa para continuar batiendo a velocidad media por 3 minutos
- 3.- Ubicar en recipiente para altas temperaturas para pasar al horno cuando ya se tenga la mezcla batida completa
- 4.- Pasar al horno a una temperatura de 130°C (previamente revisado el horno) por un lapso entre 20 y 30 minutos aproximadamente (dependiendo del tamaño, ejemplo moldes de 20cm, de ½ libra en el tiempo dado)
- 5.- Finalmente arme el plato listo para servirse

Rellenos

Crema Pastelera

Ingredientes:

1 lt. Leche
200 gr. Fructosa
5 unid. Huevos
500gr. Fécula de maíz = maicena



Proceso

- 1.- Ubique la leche al fuego previamente ubicado en recipientes adecuados hasta romper hervor
- 2.- Realice la mezcla de la fructosa y la maicena
- 3.- Luego agregar huevos en la mezcla mencionada y batir con varilla de mano
- 4.- Cuando rompa hervor agregar esta mezcla a la leche y cocinar bien por un lapso de 3 a 4 minutos

Nota: Una vez listo el producto dejar enfriar bien antes de usar

Mermelada

Ingredientes:

1Kg. Mora
500 gr. Fructosa



Proceso:

- 1.- Cocinar los dos ingredientes hasta que este ligoso, tiempo aproximado de preparación es 1 hora

Kake Vainilla

Ingredientes

350 gr. Harina
350 gr. Margarina light
350 gr. Huevos
350 gr. Fructosa
12 gr. Polvo de hornear
10 gr. Vainilla
1 ralladura de naranja (corteza de naranja)
Relleno:



Crema Pastelera

Ingredientes:

1 lt. Naranja
200 gr. Fructosa
5 unid. Huevos (claras)
500gr. Fécula de maíz = maicena

Proceso

- 1.- Batir a velocidad media la margarina, la fructosa, la vainilla y la ralladura de naranja por un tiempo aproximado de 4 a 5 minutos cuando ya esta esponjoso
- 2.- Luego agregar huevos poco a poco (es decir unidad por unidad) y continuar batiendo a la misma velocidad media
- 3.- Agregar la harina con polvo de hornear para continuar batiendo a velocidad lenta; a medida que se va mezclando ir subiendo la velocidad hasta que este totalmente mezclada la harina
- 4.- Pasar al horno por un tiempo aproximado entre 25 y 30 minutos utilizando moldes de ½ libra y a una temperatura de 150°C

Proceso de la crema pastelera

- 1.- Ubique el litro de naranja al fuego previamente ubicado en recipientes adecuados hasta romper hervor
- 2.- Realice la mezcla de la fructosa y la maicena
- 3.- Luego agregar huevos en la mezcla mencionada y batir con varilla de mano
- 4.- Cuando rompa hervor agregar esta mezcla a la naranja y cocinar bien por un lapso de 3 a 4 minutos

Nota: Una vez listo el producto dejar enfriar bien antes de usar

Una vez terminado ambos procesos podemos armar el plato listo para los clientes.

Kake Inglés

Ingredientes

350 gr. Harina
350 gr. Margarina light
350 gr. Huevos
350 gr. Fructosa
12 gr. Polvo de hornear
10 gr. Vainilla
1 ralladura de naranja (corteza de naranja)
100 gr. Nueces
100 gr. Frutas confitadas
40 gr. Harina adicional



Relleno:

500 gr. Cubierta de chocolate light (100% puro cacao)
250 gr. Leche

Proceso

- 1.- Batir a velocidad media la margarina, la fructosa, la vainilla y la ralladura de naranja por un tiempo aproximado de 4 a 5 minutos cuando ya esta esponjoso
- 2.- Luego agregar huevos poco a poco (es decir unidad por unidad) y continuar batiendo a la misma velocidad media
- 3.- Agregar la harina con polvo de hornear para continuar batiendo a velocidad lenta; a medida que se va mezclando ir subiendo la velocidad hasta que este totalmente mezclada la harina
- 4.- Agregar las nueces, las frutas confitadas (o frutas secas)
- 5.- Pasar al horno por un tiempo aproximado entre 25 y 30 minutos utilizando moldes de ½ libra y a una temperatura de 150°C

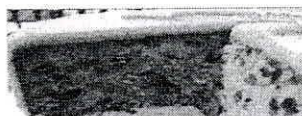
Proceso de la crema pastelera

- 1.- Realice la mezcla y batido por 4 minutos entre el chocolate light y la leche
- Una vez terminado ambos procesos podemos armar el plato listo para los clientes.

Kake Navideño

Ingredientes

350 gr. Harina
350 gr. Margarina light
350 gr. Huevos
350 gr. Fructosa
20 gr. Polvo de hornear
10 gr. Vainilla
1 ralladura de naranja (corteza de naranja)
25 gr. Esencia de caramelo
10 gr. Clavo de olor en polvo
10 gr. Canela en polvo
100 gr. Nueces
100 gr. Frutas confitadas
40 gr. Harina adicional



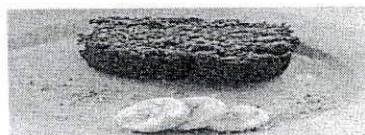
Proceso:

- 1.- Batir a velocidad media la margarina, la fructosa, la vainilla y la ralladura de naranja por un tiempo aproximado de 4 a 5 minutos cuando ya esta esponjoso
- 2.- Luego agregar huevos poco a poco (es decir unidad por unidad) y continuar batiendo a la misma velocidad media
- 3.- Agregar la harina con polvo de hornear para continuar batiendo a velocidad lenta; a medida que se va mezclando ir subiendo la velocidad hasta que este totalmente mezclada la harina
- 4.- Agregar el clavo de olor en polvo, la canela en polvo, las nueces, las frutas confitadas (o frutas secas)
- 5.- Seguir batiendo por 2 minutos hasta que este uniforme los ingredientes
- 6.- Pasar al horno por un tiempo aproximado entre 25 y 30 minutos utilizando moldes de ½ libra y a una temperatura de 150°C
- 7.- Terminado el proceso está listo para servirse

Kake de banano

Ingredientes

350 gr. Harina
350 gr. Margarina light
350 gr. Huevos
350 gr. Fructosa
12 gr. Polvo de hornear
10 gr. Vainilla
300 gr. Banano
5 gr. Canela
12 gr. Bicarbonato



Proceso:

- 1.- Batir a velocidad media la margarina, la fructosa y la vainilla por un tiempo aproximado de 4 a 5 minutos cuando ya esta esponjoso
- 2.- Luego agregar huevos poco a poco (es decir unidad por unidad) y continuar batiendo a la misma velocidad media
- 3.- Agregar la harina con polvo de hornear para continuar batiendo a velocidad lenta; a medida que se va mezclando ir subiendo la velocidad hasta que este totalmente mezclada la harina
- 4.- Agregar el banano, la canela y el bicarbonato
- 5.- Seguir batiendo por 3 minutos hasta que este uniforme los ingredientes
- 6.- Pasar al horno por un tiempo aproximado entre 25 y 30 minutos utilizando moldes de ½ libra y a una temperatura de 150°C
- 7.- Luego del proceso estaría listo para servirse.

Kake Marmoleado

Mezcla kake de Vainilla y Chocolate 50% de cada uno, con los mismos ingredientes pero a la mitad

Ingredientes

350 gr. Harina
350 gr. Margarina light
350 gr. Huevos
350 gr. Fructosa
12 gr. Polvo de hornear
5 gr. Vainilla
25gr. de cocoa amarga
1 ralladura de naranja (corteza de naranja)



Proceso

- 1.- Utilizar de manera separada los ingredientes con la finalidad de realizar un kake de vainilla y un kake de chocolate considerando que se debe utilizar la mitad de los ingredientes sin contar la vainilla y el chocolate
- 2.- Realizar la mezcla en un envase sin mezclar
- 3.- Pasar al horno por un tiempo aproximado entre 25 y 30 minutos utilizando moldes de ½ libra y a una temperatura de 150°C
- 4.- El plato queda listo para el servicio al cliente.

Kake Manzana

Ingredientes

500 gr. Harina Integral
150 ml. Aceite canola
250 gr. Fructosa
6 unid. Huevos
15 gr. Vainilla
150 ml. Leche descremada
7 unid. Manzanas
5 gr. Color caramelo o esencia
5 gr. Canela



Proceso

- 1.- En un tazón ubicar la leche, la fructosa, la vainilla y los huevos para batir por un lapso aproximado de 3 minutos
- 2.- Luego agregar harina, polvo de hornear para continuar batiendo a velocidad media por 3 minutos
- 3.- Ubicar las porciones de manzanas en cubos pequeños
- 3.- Ubicar en recipiente para altas temperaturas para pasar al horno cuando ya se tenga la mezcla batida completa
- 4.- Pasar al horno a una temperatura de 130°C (previamente revisado el horno) por un lapso entre 20 y 30 minutos aproximadamente (dependiendo del tamaño, ejemplo moldes de 20cm, de ½ libra en el tiempo dado)
- 5.- Finalmente arme el plato listo para servirse

Fruto del Bosque

1500 gr. Mora
900 gr. Fructosa
150 ml. Agua
350 gr. Frutillas
250 gr. Uvillas
250 gr. Frambuesas
200 gr. Mora
250 gr. Durazno
Salsa mora: mora, azúcar, agua



Proceso

- 1.- Mezclamos la mora, la fructosa y el agua mas las frutas picadas
- 2.- Poner a fuego hasta tener el primer hervor
- 3.- Luego de estos pasos queda listo para servirse

Nota: Se puede acompañar con helado de chocolate o helados a elección

Mush de Choclight

250 gr. Clara de huevos
125 gr. Fructosa
500 gr. Chocolate amargo
1 lt. Crema de leche (vegetal)
10 gr. Gelatina simple



Proceso

- 1.- Utilizar las claras y la fructosa para batir a punto de nieve
- 2.- El chocolate amargo disolver en baño maría
- 3.- La crema de leche semimontada (semibatida) previamente batida
- 4.- Una vez listo el merengue a punto de nieve agregar la gelatina previamente disuelta con agua al fuego
- 5.- Luego agregamos el chocolate amargo disuelto en forma envolvente (con la mano)
- 6.- Al final agregamos la leche semimontada en forma envolvente
- 7.- Una vez listo llevar en envases deseados (copas, vasos, cevicheras, etc.) y enfriar por un tiempo de 30 minutos a 4 o 5°C

Mush de Vainilla

250 gr. Clara de huevos
125 gr. Fructosa
1 lt. Crema de leche (vegetal)
1 rama de Vainilla
10 gr. Gelatina Simple
Salsa mora: guarnición
500 gr. Mora
300 gr. Fructosa
50 ml. Agua



Proceso

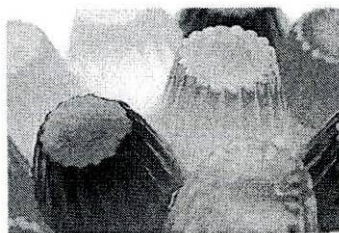
- 1.- Utilizar las claras y la fructosa para batir a punto de nieve
- 2.- La rama de vainilla disolver en baño maría
- 3.- La crema de leche semimontada (semibatida) previamente batida
- 4.- Una vez listo el merengue a punto de nieve agregar la gelatina previamente disuelta con agua al fuego
- 5.- Luego agregamos la vainilla del baño maría en forma envolvente (con la mano)
- 6.- Al final agregamos la leche semimontada en forma envolvente
- 7.- Una vez listo llevar en envases deseados (copas, vasos, cevicheras, etc.) y enfriar por un tiempo de 30 minutos a 4 o 5°C
- 8.- El plato queda listo para el servicio

Proceso de la salsa mora

- 1.- Licuar los ingredientes y luego tamizar (cernir)
- 2.- Llevar al fuego lo licuado hasta dado un hervor por seguridad alimenticia
- 3.- La guarnición queda lista para el servicio

Gelatinas varios sabores

1 Concentrado de gelatina
1000 ml Agua
50 gr. Fructosa

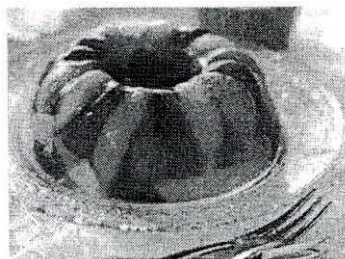


Proceso

- 1.- Disolver la gelatina con $\frac{1}{2}$ litro de jugo de naranja al fuego
- 2.- Luego retirar del fuego y agregar el resto de ingredientes que son: jugo de naranja, fructosa y hierba buena
- 3.- Mezclar bien para luego llenar en envases deseados (copas, etc.) la cantidad necesaria para luego de esto agregar todas las frutas picadas
- 4.- Refrigerar por un tiempo aproximado de 40 a 50 minutos.

Gelatina (Aspic de frutas) Francés

175 gr. Frutilla
125 gr. Uvilla
125 gr. Frambuesas
100 gr. mora
125 gr. durazno
1 lt. Jugo de naranja
30 gr. Gelatina simple
100 gr. Fructosa
1 ramita hierba buena

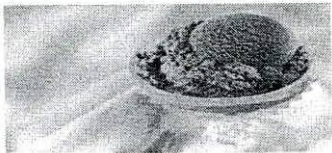


Proceso

- 1.- Disolver la gelatina con $\frac{1}{2}$ litro de jugo de naranja al fuego
- 2.- Luego retirar del fuego y agregar el resto de ingredientes que son: jugo de naranja, fructosa y hierba buena
- 3.- Mezclar bien para luego llenar en envases deseados (copas, etc.) la cantidad necesaria para luego de esto agregar todas las frutas picadas
- 4.- Refrigerar por un tiempo aproximado de 40 a 50 minutos.

Helado

500 ml. Leche descremada
500 ml. Crema leche vegetal
6 claras de huevo
5 gr. Vainilla
50 gr. Fructosa



Proceso

- 1.- Disolver al leche descremada junto a la crema vegetal al fuego
- 2.- Luego batir las claras de huevo hasta que esten firmes
- 3.- Agregar la vainilla y endulzante (fructosa)

Agua

1 botella de agua 500 cc



Proceso

- 1.- Adquisición, almacenaje y venta

Colas light

1 botella de 600 cc



Proceso

- 1.- Adquisición, almacenaje y venta

Jugos

- 1.- 100 gr. Pulpa de fruta
- 2.- 20 gr fructosa



Proceso

- 1.- Licuar la pulpa pura con agua
- 2.- Agregar endulzante natural (fructosa)

Te helado de la casa

24 gr. Concentrado de Té (hecho en la casa)
400 ml. Agua



Proceso

- 1.- Disolver el concentrado en agua caliente
- Nota: El concentrado incluye endulzante (fructosa) en baja dosis

Te (agua aromática)

2 especies aromáticas
200 ml de agua



Proceso

- 1.- Disolver la gelatina con ½ litro de jugo de naranja al fuego

Café en leche

2 gr café
250 ml de leche
4 gr endulzante (fructosa)

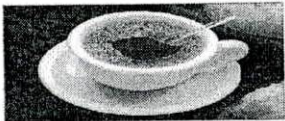


Proceso

- 1.- Disolver el café con la leche
- 2.- Agregar el endulzante (fructosa)

Café en agua

2 gr. Café
250 ml agua
4 gr fructosa



Proceso

- 1.- Disolver el café con el agua
- 2.- Agregar el endulzante (fructosa)

ANEXO 4.2 FICHA DE LOCALIZACION DEL PROYECTO

LOCAL:

FICHA DE LOCALIZACIÓN DE PROYECTO - LOCAL DE VENTA	
DATOS DEL PROYECTO:	
NOMBRE DE LA EMPRESA	ALIAZUCAR S.A.
NOMBRE COMERCIAL	FREE SUGAR
DATOS DE UBICACIÓN LOCAL:	
PAIS	ECUADOR
PROVINCIA	GUAYAS
CIUDAD	GUAYAQUIL
SECTOR	NORTE
PARROQUIA	TARQUI
ZONA	URDESA
DIRECCION	URDESA CENTRAL, VICTOR EMILIO Y ESTRADA Y ZONAS COLINDANTES
JUSTIFICACIÓN:	
Se ha considerado importante montar el local de venta del negocio en la parte norte de la ciudad en vista que es aquí donde se concentra la mayor cantidad de población de la ciudad, adicionalmente existe un mayor poder adquisitivo y la ciudadela Urdesa se caracteriza en este sector por ser un buen lugar para emprendimiento de negocios alimenticios, razón por la cual podemos encontrar importantes empresas de repostería en este sector	

PLANTA Y BODEGA:

FICHA DE LOCALIZACIÓN DE PROYECTO - PLANTA	
DATOS DEL PROYECTO:	
NOMBRE DE LA EMPRESA	ALIAZUCAR S.A.
NOMBRE COMERCIAL	FREE SUGAR
DATOS DE UBICACIÓN PLANTA:	
PAIS	ECUADOR
PROVINCIA	GUAYAS
CIUDAD	GUAYAQUIL
SECTOR	NORTE
PARROQUIA	TARQUI
ZONA	URDESA
DIRECCION	LOMAS DE URDESA COLINAS 320 Y CERROS
JUSTIFICACIÓN:	
Por temas logísticos y de costos la planta deberá estar situada a máximo 10 km del perímetro de nuestro local, por esa razón escogimos un área de terreno con infraestructura que nos permite estar a tan solo 3 kilómetros del local de punto de venta, minimizando no solamente costos en el traslado de los productos, sino también en lo que respecta a tiempos, creando una ventaja competitiva para nuestro negocio.	

ANEXO 5.1 PERFIL DE LOS ACCIONISTAS

5.1.1 Perfil Ing. Carlos Méndez

Datos Personales	• Fecha de Nacimiento: 27/Marzo/1981 • Lugar de Nacimiento: Guayaquil • Nacionalidad: Ecuatoriana • Estado Civil: Casado • Profesión: Ingeniero Eléctrico Especialización electrónica y automatización Industrial	
Objetivo Profesional	Ser parte de una empresa donde pueda desarrollarme tanto en la parte técnica como administrativa, trabajar con honradez y responsabilidad defendiendo los intereses de la empresa como mis propios intereses.	
Educación	2007 - 2009 ESCUELA DE POST-GRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMRESAS • MBA – Maestría en Administración de Empresas (proceso de tesis - graduación) 1999 – 2005 ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL • Graduado en la Facultad de Ingeniería Eléctrica y Telecomunicaciones Especialización en Electrónica y Automatización Industrial • Canadá, Montreal - Universidad de Quebec Estudios en Comercio y Marketing Internacional. • Brasil, Pernambuco – Tecon Suape S.A. Curso de electricidad, electrónica y mecánica • China, Shangai – ZPMC (Zhenhua Port Machinery Co. LTD)	
Cursos y Seminarios		

Proyectos realizados	Curso de electrónica • Chile – Santiago – Linde Curso técnico • Righttrack, Soluciones Operativas en el mercado Seminario de puntos clave de logística: minimización de tiempos y costos. • Compañía BROMMA International - USA Seminario de sistema eléctrico, electrónico, mecánico e hidráulicos. • GRUPO NOVATECH Taller <i>“Hallazgos de Auditoría”</i> • UNIVERSIDAD CASA GRANDE Taller <i>“INTELIGENCIA EMOCIONAL EN LA EMPRESA”</i> • TBL – THE BOTTOM LINE Seminario Internacional <i>“Comunicación y Resolución de Conflictos”</i> • ESPOL - CEDEP Seminario de <i>“Productividad y Eficiencia”</i> • ESPOL – INSTITUTO DE TECNOLOGIAS Seminario de <i>“Refrigeración Industrial”</i> • ESPOL – INSTITUTO DE TECNOLOGIAS Seminario de <i>“Seguridad Industrial”</i> • Colegio Regional e Ingenieros Industriales Conferencia de <i>“Bombas y sus aplicaciones”</i> • CENTRO DE LENGUAS EXTRANJERAS <i>“Suficiencia en Inglés”</i> - Módulos de Inglés (Graduado) • Coordinación, cálculo de carga de la planta, implementación y ejecución para realizar la calificación de gran consumidor de energía • Realizar armado de máquinas porta contenedores • Realizar armado de las grúas de muelle • Realizar montaje de grúas RTG con personal de. • Realizar armado de locales comerciales tanto en la parte eléctrica, electrónica y mecánica: Chilis Norte, Machala, Riobamba, Quevedo, Carls Jr Norte, Quevedo, Machala, Riobamba, Libertad, Alban Borja. Control de personal de proyecto.
---------------------------------	---

Experiencia laboral	Julio 2010 – Actualidad Corporación el Rosado Gerente Técnico Regional Diciembre 2009 – Julio 2010 CONAUTO Asesor Técnico Comercial de la Costa de Ecuador Junio 2007 – Octubre 2009 CONTECON GUAYAQUIL S.A. – AN ICTSI GROUP COMPANY Dpto. de Ingeniería – Jefe de Mantenimiento Junio 2005 – Junio 2007 INDUSTRIAL Y COMERCIAL TRILEX S.A Supervisor de Mantenimiento Nov. 2004 – Junio 2005 Industria Plasti-Empaques S.A. - (6 meses) Dpto. de Mantenimiento - Asistente de Mantenimiento y Proyecto Marzo 2004 – Mayo 2004 Base Naval Sur – ARMADA DEL ECUADOR (3 meses)



5.12 PERFIL ING.COM. MARX XAVIER GARCÍA LEÓN

Información personal

Estado civil: Casado

Nacionalidad: Ecuatoriano

Cédula de Ciudadanía: 0916592207

Edad: 36 años

Lugar de Nacimiento: Guayaquil

Fecha: 21 febrero de 1.976

Formación

ESCUELA POLITÉCNICA DEL LITORAL

ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - ESPAE

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (EGRESADO)

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TITULO: INGENIERO COMERCIAL

COLEGIO

INSTITUTO INTEGRAL SUDAMERICANO, GUAYAQUIL

BACHILLER FISICO MATEMATICO

ESCUELA

COLEGIO ALEMAN HUMBOLDT DE GUAYAQUIL

CURSO TALLER "SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA", INCOP.

SEMINARIO INTERNACIONAL DE LIDERES LATINOAMERICANOS DE SEGURIDAD INTEGRAL Y PARTICIPACIÓN EN FERIAS DE TECNOLOGÍAS DE SEGURIDAD, INCASI

CURSO DE GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN PUBLICA, UNIVERSIDAD CENTRAL DE QUITO

SEMINARIO - TALLER : " LEY ORGANICA DE CONTRATACIÓN PUBLICA Y SU REGLAMENTO, EDICIONES LEGALES.

SEMINARIO - TALLER : " EL PORTAL DEL SISTEMA NACIONAL DE COMPRAS PUBLICAS", EDICIONES LEGALES.

CURSO DE CONTRATACIÓN PÚBLICA : ESTADE
CURSO DE DERECHO ADMINISTRATIVO : ESTADE

CURSOS VIRTUALES DE COMPRAS PÚBLICAS : PAC, MENOR CUANTIA BIENES Y
SERVICIOS, MENOR CUANTIA OBRAS, COTIZACIÓN, LICITACIÓN E INFIMA CUANTIA

CURSO DE RELACIONES PERSONALES : MINISTERIO DE RELACIONES LABORABLES

CURSO DE ATENCIÓN AL CLIENTE: MINISTERIO DE RELACIONES LABORABLES

CURSO DE CONTABILIDAD, TITULO : AUXILIAR CONTABLE, IDEPRO

CURSO DE VENTAS- CONSORCIO DEL PICHINCHA

CURSO DE COMPUTACIÓN AVANZADA, IDEPRO

ESTUDIOS DE INGLES, BENEDICT SCHOOLS (TERMINADO)

ESTUDIOS DE INGLES, WALL STREET INSTITUTE (TERMINADO)

ANEXO 5.2 SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES

CARGOS FIJOS POR SUELDOS AÑO 1

CARGOS	No. Trabajad.	Meses Trabajados	SUELDO INDIVIDUAL	SUELDO MENSUAL	A.Patronal 12,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Cajera	1	12	300,00	300,00	36,45	25,00	24,33	12,50	0,00	398,28	4.779,40
Administrador	1	12	600,00	600,00	72,90	50,00	24,33	25,00	0,00	772,23	9.266,80
Chef pastelero	1	12	500,00	500,00	60,75	41,67	24,33	20,83	0,00	647,58	7.771,00
Asistente de pasteleria	2	12	400,00	800,00	97,20	66,67	48,67	33,33	0,00	1.045,87	12.550,40
Mesero	1	12	300,00	300,00	36,45	25,00	24,33	12,50	0,00	398,28	4.779,40
Limpieza	1	12	296,00	296,00	35,96	24,67	24,33	12,33	0,00	393,30	4.719,57
TOTAL			2.396,00	2.796,00	339,71	233,00	170,33	116,50	0,00		43.866,57

CARGOS FIJOS POR SUELDOS AÑO 2

CARGOS	No. Trabajad.	Meses Trabajados	SUELDO INDIVIDUAL	SUELDO MENSUAL	A.Patronal 12,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Cajera	1	12	312,00	312,00	37,91	26,00	24,33	13,00	26,00	439,24	5.270,90
Administrador	1	12	624,00	624,00	75,82	52,00	24,33	26,00	52,00	854,15	10.249,79
Chef pastelero	1	12	520,00	520,00	63,18	43,33	24,33	21,67	43,33	715,85	8.590,16
Asistente de pasteleria	2	12	416,00	832,00	101,09	69,33	48,67	34,67	69,33	1.155,09	13.861,06
Mesero	1	12	312,00	312,00	37,91	26,00	24,33	13,00	26,00	439,24	5.270,90
Limpieza	1	12	307,84	307,84	37,40	25,65	24,33	12,83	25,65	433,71	5.204,51
TOTAL			2.491,84	2.907,84	353,30	242,32	170,33	121,16	242,32		48.447,31

CARGOS FIJOS POR PERSONAL ADICIONAL POR MESES PICO AÑO 1

CARGOS	No. Trabajad.	Meses Trabajados	SUELDO	SUELDO MENSUAL	A.Patronal 12,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Asistente de cocina	1	4	400,00	400,00	48,60	33,33	24,33	16,67	0,00	522,93	2.091,73
Mesero	1	4	300,00	300,00	36,45	25,00	24,33	12,50	0,00	398,28	1.593,13
TOTAL			700,00	700,00	85,05	58,33	48,67	29,17	0,00		3.684,87

CARGOS FIJOS POR PERSONAL ADICIONAL POR MESES PICO AÑO 2

CARGOS	No. Trabajad.	Meses Trabajados	SUELDO	SUELDO MENSUAL	A.Patronal 12,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Asistente de cocina	1	4	416,00	416,00	50,54	34,67	24,33	17,33	0,00	542,88	2.171,51
Mesero	1	4	312,00	312,00	37,91	26,00	24,33	13,00	0,00	413,24	1.652,97
TOTAL			728,00	728,00	88,45	60,67	48,67	30,33	0,00		3.824,47

MESES ADICIONALES

MES 1 (FEB)	SAN VALENTIN
MES 2 (MAYO)	DIA DE LA MADRE
MES 3 (JUN)	DIA DEL PADRE
MES 4 (DIC)	NAVIDAD Y FIN DE AÑO

Nota: No se consideran estos meses en los flujos de demanda con el fin de dejar un colchón para eventuales caídas del número de clientes.

ANEXO 6.1 TRÁMITES Y PERMISOS ANTE LOS ORGANISMOS DE GOBIERNO.

1.- Solicitar una auditoria ambiental municipio Guayaquil:

Requisitos:

1. Tasa única de trámite.
2. Copia de la Tasa de Habilitación Municipal de la empresa o establecimiento.
3. Carta de entrega de la Auditoria Ambiental dirigida al Director de Medio Ambiente y suscrita por el representante de la compañía o establecimiento.

Pasos del trámite:

1. Pagar la tasa de trámite en las ventanillas municipales de recaudaciones (bloque noroeste 2).
2. En una carpeta, adjuntar todos los requisitos indicados a la solicitud y entregarla en la Dirección de Medio Ambiente (10 de Agosto y Malecón, Edificio "Valra", 4to piso).

* Procedimiento interno: Verificación de datos, análisis del estudio, evaluación e informe.

El solicitante deberá regresar en el plazo de 30 días laborables, para conocer el resultado de su trámite.

Atención: Lunes a Viernes 8h30 a 17h00

2.- Inspección Sanitaria :

Requisitos:

1. Tasa única de trámite.
2. Formulario "Solicitud para suscripción de convenio de inspección sanitaria con la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil", indicando en la misma el número de la Tasa de Habilitación actualizado.
3. Copia de la autorización otorgada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, para el caso de Mataderos Particulares, sólo en el caso de suscripción de convenio por primera vez.

4. Copia del permiso de funcionamiento vigente otorgado por la Dirección Provincial de Salud, tanto del lugar de origen como sitio de expendio de los productos.

Pasos del trámite:

1. Pagar la tasa de trámite en las ventanillas municipales de recaudaciones (bloque noroeste 2, Palacio Municipal, planta baja), donde recibirá la solicitud respectiva.
2. Llenar la solicitud a máquina o con letra clara.
3. Adjuntar a la solicitud todos los requisitos indicados, colocarlos en una carpeta y entregarla en la Dirección de Salud e Higiene Municipal (Palacio Municipal, 3er piso, puerta 10 de Agosto)

* Procedimiento interno: Revisión de documentación, análisis.

El solicitante deberá regresar en el plazo de 30 días aproximadamente, para conocer el resultado de su trámite.

3.- Solicitud para registro de patente: personas jurídicas :

Requisitos generales:

1. Formulario "Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas".
2. Copia legible de los Estados Financieros del período contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según sea el caso.
3. Copia legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
4. Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
5. Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos). Las personas que tienen más de un establecimiento, deben presentar el Certificado de Seguridad de cada uno de los locales.
6. Copia de la Escritura de Constitución (cuando es por primera vez).

(TRÁMITE PREVIO – INFORME TÉCNICO DE FACTIBILIDAD DE LA DUAR):

Requisitos:

1. Copia de la cédula de ciudadanía.

2. Oficio dirigido al Director de Urbanismo, Avalúos y Registro
3. Tasa de Trámite para Planeamiento Urbano
4. Foto del letrero

Pasos del trámite:

1. Pagar la tasa de trámite en las ventanillas de recaudaciones (Palacio Municipal, planta baja, lado de Clemente Ballén)
2. Entregar la documentación completa, en la Dirección de Urbanismo, Avalúos y Registro (Palacio Municipal, segundo piso, lado de 10 de Agosto)
- * Procedimiento interno: Verificación de Factibilidad.

4.- Trámite para obtención del permiso de vía pública (posterior a la determinación de la factibilidad) :

Requisitos:

1. Tasa única de trámite
2. Formulario "Solicitud para la instalación de rótulos publicitarios"
3. Copia de cédula, o del nombramiento del representante legal si se trata de una empresa
4. Copia del Certificado de Factibilidad otorgado por la DUAR
5. Foto del rótulo publicitario
6. Copia de la Tasa de Habilitación y Patente Municipal de la empresa propietaria de la estructura donde se pretenda ubicar la publicidad
7. Copia del comprobante de pago del impuesto predial al día
8. Plano de ubicación y diseño del rótulo, firmado por el interesado y el responsable técnico

Para la obtención del permiso de ocupación, los interesados deberán presentar un Informe del Colegio de Ingenieros Civiles del Guayas, el cual comprenderá dos instancias: la primera respecto del diseño y planos de la estructura metal mecánica; y, la segunda respecto de la instalación. Una vez instalado el rótulo publicitario, el propietario o responsable de la instalación tendrá un plazo de 30 días para presentar la Certificación de instalación de la estructura publicitaria que emitirá el Colegio de Ingenieros Civiles del Guayas, de no contarse con dicho documento, se sancionará al propietario con el retiro de

la estructura, y la revocatoria del permiso.

Para la renovación del permiso de ocupación, se deberá presentar un Informe del Colegio de Ingenieros Civiles del Guayas, que acredite el buen estado de las estructuras publicitarias, considerando los elementos visibles de lo instalado.

5.- Para obtener la tasa de habilitación:

1er Paso Obtener el Certificado de Uso de Suelo

¿Qué es el Certificado de Uso de Suelo?

Es el documento que indicará inicialmente si la actividad solicitada es permisible y las condiciones adicionales con las cuales deberá cumplir el local.

¿Cómo se obtiene el Certificado de Uso de Suelo?

1. Tasa de Trámite por Servicios Técnicos Administrativos (valor \$2, comprar en la ventanilla de Ballén y Pichincha)
2. Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite)
3. Cumplir con demás requisitos que se indiquen en la Ventanilla Municipal #54 (ubicada en 10 de Agosto y Malecón)

Completada la documentación deberá ingresarla en la Ventanilla Municipal #54 (ubicada en 10 de Agosto y Malecón).

Locales ubicados en Centros Comerciales

Deben presentar el Certificado de Uso de Suelo del Centro Comercial, que para la obtención del mismo deben solicitarlo a la Administración del Centro Comercial.

IMPORTANTE

Al recibir el Certificado de Uso de Suelo el Usuario debe verificar que:

- El **código catastral** en el que se otorga la factibilidad corresponda al código catastral del predio en el que funciona el local comercial.
- La **actividad comercial** otorgada como factible corresponda exactamente a la actividad desempeñada en el local, la cual deberá coincidir con la registrada en el RUC y la Tasa por Servicio Contra Incendios.
- La **dirección** en la que se otorga la factibilidad sea la misma que consta como dirección del establecimiento en el RUC de la compañía.

Prevía a la obtención de la Tasa de Habilitación es imprescindible leer las **OBSERVACIONES** del Certificado del Uso de Suelo, ya que en estas constan los **requisitos adicionales** para la obtención de la Tasa de Habilitación.

2do Paso De ser Factible el Certificado de Uso de Suelo ingresar en la Ventanilla Municipal #41 (10 de Agosto y Pichincha) la carpeta con la siguiente documentación

Documentación General exigida a TODOS los locales

1. Certificado de Uso de Suelo (Incluidos aquellos locales ubicados en Centros Comerciales)
2. Tasa de trámite de Tasa de Habilitación (valor \$2, comprar en las ventanillas municipales ubicadas en 10 de Agosto y Pichincha)
3. Formulario de Tasa de habilitación (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite de Tasa de Habilitación)
4. Copia de Patente Municipal del año en curso
5. Copia de última actualización del RUC
6. Copia del Nombramiento, Cédula y Certificado de Votación del representante legal (si el solicitante es una persona jurídica)
7. Copia de Cédula y Certificado de Votación del dueño del negocio (si el solicitante es una persona natural)
8. Tasa por Servicio Contra Incendios (Certificado del Cuerpo de Bomberos) del año en curso
9. Carta de Concesión o Contratos de Arrendamientos extendidos de manera legal y con copia de cédula del arrendador (adicionalmente los documentos deben ser notariados)
10. Copia del pago de los Impuestos Prediales vigentes (de Enero a Junio el del año

anterior, de Julio a Diciembre se recibe el del año en curso)

11. Certificado de Desechos Sólidos (se obtiene en la Dirección de Aseo Cantonal, en el 3er piso del lado de 10 de Agosto)

12. Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio notariada

Importante: Todos los Documentos deben ser vigentes, y deben contener siempre la dirección exacta del local y el nombre del solicitante ya sea persona natural o jurídica.

Documentos Adicionales exigidos de acuerdo a la Actividad Comercial de su Negocio:

Certificado de Trampa de Grasa de Interagua

Para todos los locales como restaurantes, talleres mecánicos, lubricadoras y a fines a cualquiera de estas actividades necesitarán específicamente el certificado de Interagua. Se obtiene en Interagua (sucursal norte: Calle Justino Cornejo y Av. Fco de Orellana, Edificio Atlas; sucursal sur: Coronel y Calicuchima, Polideportivo Huancavilca).

Certificado Municipal de Turismo

Para todos los locales en los que se realicen actividades turísticas. Por ejemplo: hoteles, restaurantes, transporte turístico, etc.

Se obtiene en la Dirección de Turismo, en el primer piso del Edificio Ex-Crillón al frente del Palacio Municipal.

Previo a la obtención de este documento debe tener el Certificado del Ministerio de Turismo (Av. Fco de Orellana, Edificio Gobierno del Litoral, 8vo Piso).

Certificado de Medio Ambiente

Para todos los locales en los que se realicen actividades que puedan tener impactos ambientales. Por ejemplo: talleres, fábricas, industrias, y locales donde se expenden alimentos y bebidas (restaurantes, asaderos, parrilladas, cangrejales y cevicherías, etc).

Se obtiene en la Dirección de Medio Ambiente, en el tercer piso del Edificio Ex-Crillón.

Nota: Si una vez obtenido el Certificado de Medio Ambiente, este posee alguna observación, deberá acercarse a la comisaria correspondiente para la firma del acta de compromiso, la misma que deberá adjuntar a la carpeta del trámite para la Tasa de Habilitación.

Certificado del Ministerio de Educación

Para todos los centros educativos.

Se obtiene en la Dirección Provincial de Educación del Guayas ubicada en Domingo

Comín y Chambers.

Requisitos:

- Comprar la tasa de uso de suelo.
- Completar la solicitud.
- Entregarla en la ventanilla de recepción de uso del suelo en Malecón y 10 de agosto.
- La factibilidad será contestada luego de 10 días.

En caso de ser factible:

- Comprar la tasa de habilitación
- Completar el formulario para funcionamiento anual

Requisitos para funcionamiento anual

- Copia de la cédula de identidad
- Copia de registro Único de contribuyente
- Copia de nombramiento de representante legal (persona jurídica)
- Carta de autorización a la prensa que realiza el trámite
- Copia de la patente del año a tramitar
- Certificado de seguridad otorgado por el Cuerpo de Bomberos

Importante

Hay requisitos adicionales que deberán cumplirse, según el género de actividades.

Atención: Lunes a Viernes 8h30 a 17h00

ANEXO 10.1 DETALLE DE GASTOS, AMORTIZACIONES, DEPRECIACIONES
E INVERSIÓN INICIAL

PROYECCION DE GASTOS ANUALES

	MES	AÑOS				
		2013	2014	2015	2016	2017
GASTOS OPERACIONALES						
GAS	171,00	2.052,00	2.154,60	2.262,33	2.375,45	2.494,22
VARIOS	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
TOTAL GASTOS OPERAC.	231,00	2.772,00	2.910,60	3.056,13	3.208,94	3.369,38
GASTOS DE VENTA						
BONO POR EXCELENCIA	80,00	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
MANTENIMIENTO PAG. WEB	40,00	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
PUBLICIDAD RADIAL	1.200,00	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
AFICHES (VOLANTES)	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
PRENSA ESCRITA	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
TOTAL GASTOS DE VENTA	1.770,00	21.240,00	22.302,00	23.417,10	24.587,96	25.817,35
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
INTERNET	23,00	276,00	289,80	304,29	319,50	335,48
TELEFONO - TV CABLE	46,00	552,00	579,60	608,58	639,01	670,96
AGUA	70,00	840,00	882,00	926,10	972,41	1.021,03
LUZ	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
ARRIENDO	2.000,00	24.000,00	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15
UTILES DE OFICINA	20,00	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
GASTOS VARIOS	35,00	420,00	441,00	463,05	486,20	510,51
TOTAL GASTOS ADMIN.	2.354,00	28.248,00	29.660,40	31.143,42	32.700,59	34.335,62
GASTOS FINANCIEROS						
GASTOS BANCARIOS	5,00	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
TOTAL GASTOS FINANC.	5,00	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
TOTAL GASTOS		52.320,00	54.936,00	57.682,80	60.566,94	63.595,29

DETALLE DE INVERSION INICIAL			
BIENES INMUEBLES			Dólares
Terrenos			0,00
Edificios (local)			0,00
			0,00
GASTOS DE CONSTITUCION Y PERMISOS			600,00
Gastos de constitución			250,00
Registro de Patente Municipal			100,00
Permiso de funcionamiento			80,00
Ministerio de turismo			40,00
Permiso de bomberos			80,00
Licencia de turismo			500,00
Registro de marcas y patente (IEPI)			150,00
Permiso para medidor de energía eléctrica			1.800,00
DISEÑO DEL LOCAL			800,00
Diseño y distribución			240,00
Mano de obra			1.000,00
Materiales			2.000,00
Vitrinas decorativas			4.040,00
VARIOS			1.500,00
Fotos, asesorías, uniformes			360,00
Servilleteros, revistas, sorbeteros, sorbetes, etc			1.860,00
PLAN PUBLICITARIO DE INICIO			300,00
Afiches (Volantes)			1.200,00
Radio			150,00
Prensa escrita			1.650,00
MUEBLES Y EQUIPOS	PRECIO	UNID.	TOTAL
Sillas	10,90	32,00	348,80
Mesas	45,00	8,00	360,00
Vasos varios - rubro bebidas	0,70	125,00	87,50
Plato postre	1,50	100,00	150,00
Tazas	1,50	100,00	150,00
Cubiertos varios	10,70	104,00	1.112,43
Caja registradora	450,00	1,00	450,00
Charolas y varios	150,00	1,00	150,00
Cafetera-equipo	240,00	2,00	480,00
Mesa de trabajo	600,00	1,00	600,00
Bandeja aluminio	24,00	20,00	480,00
Televisores	800,00	2,00	1.600,00
Coche multiuso	488,00	1,00	488,00
Moldes y demás herramientas para hacer pastel	500,00	1,00	500,00
Mostrador	500,00	2,00	1.000,00
Estantes y Tachos de almacenaje	315,00	8,00	2.520,00
Tachos basura - varios tamaños	32,00	12,00	384,00
Tanque de gas estacionario	800,00	1,00	800,00
Equipo contra incendio - kit	500,00	1,00	500,00
Horno convección, 1 solo cuerpo	5.652,00	1,00	5.652,00
Máquina batidora-amasadora	2.718,00	1,00	2.718,00
Cámara refrigeradora	4.328,00	1,00	4.328,00
Planta de luz de emergencia	3.500,00	1,00	3.500,00
Laminadora	2.800,00	1,00	2.800,00
Exhibidor refrigerante	2.164,00	2,00	4.328,00
Horno microonda	822,00	1,00	822,00
Cocina industrial	1.100,00	1,00	1.100,00
Básculas varios pesajes	110,00	2,00	220,00
Maquina de jugos	220,00	1,00	220,00
Licuada	80,00	2,00	160,00
Centrales de aire acondicionado	2.800,00	3,00	8.400,00
Utensilios repostería	20,00	5,00	100,00
			46.508,73
EQUIPOS DE COMPUTACION Y SOFTWARE			
Computadora	750,00	2,00	1.500,00
Impresora	230,00	2,00	460,00
Licencia del Software	500,00	1,00	500,00
			2.460,00
Total inversion			58.318,73

Inversiones a amortizar	Dólares	AMORTIZACIONES										STATUS FINAL DE ACTIVOS	
		2013		2014		2015		2016		2017			
		OPERAC.	VTAS.-ADM.	OPERAC.	VTAS.-ADM.	OPERAC.	VTAS.-ADM.	OPERAC.	VTAS.-ADM.	OPERAC.	VTAS.-ADM.	DEP./AMORT ACUM.	VALOR RESID.
ENES INMUEBLES													
reno	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
al	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ASTOS DE CONSTITUCION Y PERMISOS													
stos de constitución	600,00	0,00	600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	600,00	0,00
istro de Patente Municipal	250,00	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00	0,00
misio de funcionamiento	100,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	0,00
isterio de turismo	80,00	0,00	80,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	80,00	0,00
mio de bomberos	40,00	0,00	40,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	40,00	0,00
encia de turismo	80,00	0,00	80,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	80,00	0,00
istro de marcas y patente (IEPI)	500,00	0,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00	0,00
misio para medidor de energia eléctrica	150,00	0,00	150,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	150,00	0,00
	1.800,00	0,00	1.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.800,00	0,00
SEÑO DEL LOCAL													
añador	800,00	0,00	800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	800,00	0,00
no de obra	240,00	0,00	240,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	240,00	0,00
eriales	1.000,00	0,00	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
tnas decorativas	2.000,00	0,00	2.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	0,00
	4.040,00	0,00	4.040,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4.040,00	0,00
RIOS													
renamiento y uniformes	1.500,00	1.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.500,00	0,00
villetteros, sorbeteros, otros	360,00	360,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	360,00	0,00
	1.860,00	1.860,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.860,00	0,00
AN PUBLICITARIO DE INICIO													
ves	300,00	0,00	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00	0,00
io	1.200,00	0,00	1.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.200,00	0,00
esa escrita	150,00	0,00	150,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	150,00	0,00
	1.650,00	0,00	1.650,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.650,00	0,00
EBLES Y EQUIPOS DEL NEGOCIO													
as	348,80	0,00	34,88	0,00	34,88	0,00	34,88	0,00	34,88	0,00	34,88	174,40	174,40
as	360,00	0,00	36,00	0,00	36,00	0,00	36,00	0,00	36,00	0,00	36,00	180,00	180,00
os varios- rubro bebidas	87,50	0,00	8,75	0,00	8,75	0,00	8,75	0,00	8,75	0,00	8,75	43,75	43,75
o postre	150,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	75,00	75,00
os	150,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	75,00	75,00
ertos varios	1.112,43	0,00	111,24	0,00	111,24	0,00	111,24	0,00	111,24	0,00	111,24	556,21	556,21
registradora	450,00	0,00	45,00	0,00	45,00	0,00	45,00	0,00	45,00	0,00	45,00	225,00	225,00
rolas y varios	150,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	75,00	75,00
tera-equipo	480,00	48,00	0,00	48,00	0,00	48,00	0,00	48,00	0,00	48,00	0,00	240,00	240,00
a de trabajo	600,00	60,00	0,00	60,00	0,00	60,00	0,00	60,00	0,00	60,00	0,00	300,00	300,00
deja aluminio	480,00	48,00	0,00	48,00	0,00	48,00	0,00	48,00	0,00	48,00	0,00	240,00	240,00
visores	1.600,00	160,00	0,00	160,00	0,00	160,00	0,00	160,00	0,00	160,00	0,00	800,00	800,00
te multiuso	488,00	48,80	0,00	48,80	0,00	48,80	0,00	48,80	0,00	48,80	0,00	244,00	244,00
des y demás herramientas para hacer pastel	500,00	50,00	0,00	50,00	0,00	50,00	0,00	50,00	0,00	50,00	0,00	250,00	250,00
trador	1.000,00	100,00	0,00	100,00	0,00	100,00	0,00	100,00	0,00	100,00	0,00	500,00	500,00
ntes y Tachos de almacenaje	2.520,00	252,00	0,00	252,00	0,00	252,00	0,00	252,00	0,00	252,00	0,00	1.260,00	1.260,00
os basura - varios tamaños	384,00	38,40	0,00	38,40	0,00	38,40	0,00	38,40	0,00	38,40	0,00	192,00	192,00
que de gas estacionario	800,00	80,00	0,00	38,40	0,00	38,40	0,00	38,40	0,00	38,40	0,00	233,60	566,40
po contra incendio - kit	500,00	0,00	50,00	0,00	34,88	0,00	34,88	0,00	34,88	0,00	34,88	189,52	310,48
no convección, 1 solo cuerpo	5.652,00	0,00	565,20	0,00	36,00	0,00	36,00	0,00	36,00	0,00	36,00	709,20	4.942,80
ilina batidora-amasadora	2.718,00	0,00	271,80	0,00	8,75	0,00	8,75	0,00	8,75	0,00	8,75	306,80	2.411,20
ara refrigeradora	4.328,00	0,00	432,80	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	492,80	3.835,20
to de luz de emergencia	3.500,00	0,00	350,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	410,00	3.090,00
inadora	2.800,00	0,00	280,00	0,00	111,24	0,00	111,24	0,00	111,24	0,00	111,24	724,97	2.075,03
pidor refrigerante	4.328,00	0,00	432,80	0,00	45,00	0,00	45,00	0,00	45,00	0,00	45,00	612,80	3.715,20
o microonda	822,00	82,20	82,20	82,20	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	291,60	530,40
na industrial	1.100,00	15,00	110,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	185,00	915,00
ulas varios pesajes	220,00	15,00	22,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	97,00	123,00
uina de juegos	220,00	15,00	22,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	97,00	123,00
adora	160,00	15,00	16,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	91,00	69,00
rales de aire acondicionado	8.400,00	15,00	840,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	915,00	7.485,00
silios reposteria	100,00	15,00	10,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	85,00	15,00
	46.508,73	1.072,40	3.790,67	1.030,80	631,76	963,60	631,76	963,60	631,76	963,60	631,76	10.871,66	36.637,07
		4.650,87											
UJOS DE COMPUTACION													
putadora	1.500,00	0,00	500,00	0,00	500,00	0,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.500,00	0,00
resora	460,00	0,00	153,33	0,00	153,33	0,00	153,33	0,00	0,00	0,00	0,00	460,00	0,00
ncia del Software	500,00	0,00	166,67	0,00	166,67	0,00	166,67	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00	0,00
	2.460,00	0,00	820,00	0,00	820,00	0,00	820,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.460,00	0,00
tal inversión													
	58.318,73	1.940,00	6.810,00	38,40	820,00	38,40	820,00	38,40	0,00	38,40	0,00	22.881,66	566,40