

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**TRABAJO DE GRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN: DESARROLLO DE
MODELO DE NEGOCIOS DIGITALES**

**DESARROLLO DE PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL:
PASTELERIA Y REPOSTERIA NUTRI ARSADI**

PRESENTADO POR:

ARÉVALO CASTRO, JENNIFER DIANE	L10804
VÁSQUEZ HERNÁNDEZ, RICARDO ANTONIO	L10804
VÁSQUEZ RAMOS, SANTOS ESTANISLAO	L10803

JUNIO 2022

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR	MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ACADÉMICO	PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO	ING. JUAN ROSA QUINTANILLA
SECRETARIO GENERAL	ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO:	MSC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ
VICEDECANO	MSC. MARIO WILFREDO CRESPÍN
SECRETARIA:	LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESO DE GRADUACIÓN:	LIC. MAURICIO ERNESTO MAGAÑA MENÉNDEZ

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA:	LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADORA DE PROCESO DE GRADUACIÓN:	LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS
DOCENTE ASESOR:	MSC. EDWIN IVÁN PASTORE CHÁVEZ
TRIBUNAL EVALUADOR:	MSC. EDWIN IVÁN PASTORE CHÁVEZ MSC. JUAN JOSÉ CANTÓN GONZÁLEZ MSC. HENRY EDWARD HERNÁNDEZ AYALA

JUNIO 2022

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradezco infinitamente a Dios todo poderoso por permitirme seguir viviendo y que a pesar de todas las adversidades me brindo fuerzas para seguir adelante y culminar este paso tan importante y añorado. A mis padres quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación, siendo mi apoyo en los momentos difíciles y mi mayor motivación.

Jennifer Diane Arévalo Castro

Agradezco primeramente a Dios, porque a pesar de las adversidades nunca me dejó solo, siempre me dio la sabiduría y las fuerzas necesarias para sacar adelante mis estudios, a mis padres, quienes me dieron su apoyo incondicional y motivación en el transcurso de la carrera, mis compañeros de este trabajo de especialización que juntos lo hicimos con mucha dedicación y esfuerzo, a la Universidad de El Salvador por la oportunidad de estudiar y contar con excelentes docentes que fueron parte de mi formación académica.

Ricardo Antonio Vásquez Hernández

Al concluir una etapa maravillosa de mi vida, quiero extender un profundo agradecimiento a Dios y a quienes hicieron posible este sueño, aquellos que junto a mi caminaron en todo momento y siempre fueron inspiración, apoyo y fortaleza. Esta mención es para mi madre, hermanos, esposa e hijo, compañeros de este trabajo de especialización. Muchas gracias a ustedes por demostrarme que el verdadero amor no es otra cosa que el deseo inevitable de ayudar a otro, para que este se supere.

Santos Estanislao Vásquez Ramos

Índice

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	1
1.1. Nombre del negocio.....	1
1.2. Integrantes.....	2
1.3. Información general de la institución educativa.....	2
2. MARCO ESTRATÉGICO.....	2
2.1. Descripción del negocio (Demanda Insatisfecha).....	5
2.2. Descripción de los productos o servicios.....	6
2.3. Estrategias a implementar	6
2.4. Ventaja competitiva.....	7
2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).....	8
3. PLAN ORGANIZACIONAL.....	9
3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's).....	9
3.2. Estructura organizativa de la empresa.....	9
3.3. Organización de gestión.....	10
3.4. Proceso de Mercadeo y Ventas	12
3.5. Proceso Administrativo.....	13
3.6. Proceso de Producción.....	14
3.7. Procesos de Recursos Humanos.....	14
3.8. Identificación y características de proveedores.....	15
3.9. Distribución en Planta.....	15
3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo	16
4. PLAN DE MERCADEO.....	17
4.1. Resultados de la investigación de mercado.....	17
4.1.1 Crecimiento de la tendencia Keto durante el 2020	18
4.2. Análisis de la situación.....	21
4.2.1. Análisis de la competencia.....	22
4.3. Productos o servicios a ofrecer.....	22
4.4. Mercado objetivo.....	23
4.5. Perfil del consumidor o cliente.....	23

4.6.	Fortaleza y oportunidades de los productos.....	23
4.7.	Objetivos y metas de mercadeo.....	24
4.8.	Mix de mercadeo (Producto, Precio, Plaza y Promoción).....	25
4.8.1.	Imagen Corporativa.....	33
4.9.	Estrategias y tácticas de Marketing.....	33
4.10.	Ejecución y control.....	34
5.	PLAN DE VENTAS.....	35
5.1.	Ciclo de Ventas.....	36
5.2.	Proyección de Ventas.....	40
6.	PLAN FINANCIERO.....	42
6.1.	Plan de Inversión.....	42
6.2.	Estructura de costos.....	44
6.3.	Flujo de efectivo.....	45
6.4.	Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.....	45
6.5.	Estado de Resultados proyectado.....	46
6.6.	Evaluación Financiera: Viabilidad y factibilidad del proyecto.....	47
7.	PLAN DE TRABAJO.....	47
8.	PLAN DE CONTINGENCIA.....	49
9.	BIBLIOGRAFÍA.....	51
	ANEXOS.....	52

RESUMEN EJECUTIVO

NUTRI ARSADI es un emprendimiento que busca posicionarse en el mercado como la mejor pastelería y repostería saludable, ofreciendo dos líneas de productos como pasteles y postres, algunos de ellos: Cake fruit Paradise, Cake de maracuyá y fresas, Cake de coco keto, mientras que en la repostería están: Los alfajores de avena y coco, los muffins de manzana y nueces, cheesecake de mango, siendo estos los mejores en repostería.

Para lograr mayor aceptación de los clientes actuales y potenciales se implementarán estrategias de marketing digital entre ellas: Publicaciones y promociones en las plataformas digitales: redes sociales y sitio web, que según proyecciones estimadas tienen un impacto en el crecimiento de las ventas en los meses de febrero con \$4,484.83, mayo con \$5,651.13, junio con \$4,961.80, en noviembre \$4,479.66 y diciembre con \$4,789.34 unidades monetarias por fechas especiales.

Con respecto al plan financiero muestra los indicadores tales como: el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 3 años, para recuperar la inversión, el Valor Actual Neto es \$43,390.60 muy alejado de cero; por lo tanto, el proyecto es factible, la Tasa Interna de Retorno sirve para tomar la decisión de aceptar o rechazar el proyecto, la TIR esperada es 33.41% mayor que el costo de capital 7.5%, por lo tanto, la inversión es aceptable.

El proyecto cuenta con un plan de contingencia para prevenir y asegurar la continuidad del mismo, ante situaciones adversas tales como: siniestros, desastres naturales, daños de maquinaria y equipo, para lo cual se cuenta con un seguro que cubre estos riesgos.

INTRODUCCIÓN

El presente modelo de negocio tiene como finalidad conocer la viabilidad de la puesta en marcha de una pastelería y repostería con temática saludable. Por lo que, para saber su grado de rentabilidad se versa de los siguientes apartados:

En el marco estratégico se menciona la misión, visión, valores y principios del negocio; posteriormente, se hace una breve descripción de los productos a ofrecer al público objetivo. Además, La ventaja competitiva hace énfasis al valor agregado que tendrán los productos a diferencia de la competencia, apoyado a través de un análisis FODA.

El plan organizacional muestra cómo estará conformada la empresa a inicios de operación, sus respectivas funciones y responsabilidades de cada socio, y los debidos procesos de gestión que realizará en cada área funcional, también se identifican los proveedores idóneos que abastecerán de insumos de calidad a los mejores precios.

Se realiza un análisis de la situación basada en las 5 fuerzas de Porter, así como el desarrollo de objetivos y metas de mercadeo, la implementación de estrategias en el mix de marketing, estrategias y tácticas de mercadeo que el negocio debe utilizar para promocionar y posicionar su marca en el mercado de pastelería y repostería saludable, medibles con la ejecución de los indicadores claves de desempeño que permitirá evaluar la eficacia de dicho negocio. El plan de ventas contiene las proyecciones estimadas en periodos mensuales y trimestrales a base de costos y precios de la competencia, Por otra parte, el plan financiero contiene información de los recursos a utilizar para iniciar operaciones. Así mismo los índices de viabilidad que muestran la rentabilidad. Por último, se cuenta con un plan de contingencia para prevenir riesgos que puedan poner en peligro la funcionalidad y continuidad del negocio.

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.

La idea de negocio consiste en la puesta en marcha de una pastelería y repostería, que comercialice pasteles y postres totalmente saludables bajos en calorías, grasas y azúcar, elaborados con insumos naturales, dirigido para aquellas personas que padecen de enfermedades crónicas y personas que mantienen una vida saludable. La venta de los productos y promoción, será a través de las diferentes plataformas digitales. Para la reservación de pasteles y postres se hará con 24 horas de anticipación después de cancelar dicho producto en las diferentes formas de pago: Transferencia bancaria, pago con tarjeta de crédito y débito, contra reembolso y chivo wallet. Se tendrá cobertura en ciertas zonas establecidas del área metropolitana de San Salvador. Cabe mencionar que a mediano plazo se adquirirá un local para la venta y distribución de los productos de forma presencial.

1.1. Nombre del negocio.

- ✓ **Nombre del negocio:** NUTRI ARSADI
- ✓ **Nombre del representante de la empresa:** Jennifer Diane Arévalo Castro
- ✓ **Razón social:** NUTRI ARSADI S.A DE C.V
- ✓ **Giro del negocio:** Alimentos
- ✓ **Dirección del negocio, incluir municipio y departamento:** Boulevard constitución casa #30. Col. Miranda, San Salvador, San Salvador.

1.2. Integrantes.

Tabla 1.

Información de los integrantes del equipo

Nombre Completo	Sexo		Carnet	E-mail	Especialidad
	F	M			
Arévalo Castro, Jennifer Diane	X		AC12092	AC12092@ues.edu.sv	Modelo de Negocio Digital
Vásquez Hernández, Ricardo Antonio		X	VH15020	VH15020@ues.edu.sv	Modelo de Negocio Digital
Vásquez Ramos, Santos Estanislao		X	VR12004	VR12004@ues.edu.sv	Modelo de Negocio Digital

Fuente: *Elaboración propia.*

1.3. Información general de la institución educativa.

Nombre de la Institución: Universidad de El Salvador

Especialidad: Licenciatura en Mercadeo Internacional

Licenciatura en Administración de Empresas

Municipio/Departamento: San Salvador, San Salvador

2. MARCO ESTRATÉGICO

MISIÓN

Somos una empresa dedicada a la pastelería y repostería, que trabaja de la mano con la innovación para cumplir con las expectativas de los clientes, ofreciendo una amplia variedad de pasteles y postres saludables, elaborados con insumos naturales de alta calidad, con baja cantidad de azúcares, grasas, calorías y gluten, garantizando así el compromiso de ayudar a las personas a mejorar su calidad de vida.

VISIÓN

Seremos una pastelería y repostería que se convertirá en un punto de referencia gourmet a nivel nacional y en un futuro consolidarse internacionalmente, como una empresa líder en la producción y distribución de comida saludable, convirtiendo la marca en una filosofía de vida, trabajo y desempeño eficiente con el desarrollo de nuevos productos que encanten a los clientes.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Desarrollar un núcleo de estrategias que permitan poner en marcha el emprendimiento de pastelería y repostería NUTRI ARSADI, utilizando los recursos de marketing digital, para fortalecer la compra online y generar posicionamiento de la marca.

Objetivos Específicos

- Diseñar un plan de mercadeo que permita definir las estrategias apropiadas para lograr posicionamiento e introducción de NUTRI ARSADI al mercado del comercio electrónico de una manera rápida y satisfactoria.
- Establecer proyecciones de ventas de los ingresos que la empresa NUTRI ARSADI espera recibir en tiempos mensuales o anuales, para posibles decisiones con las futuras ganancias.
- Realizar un plan financiero que permita analizar y demostrar la viabilidad, capacidad y rentabilidad de la empresa en el tiempo de operación.

METAS

- Llevar a cabo la puesta en marcha del negocio NUTRI ARSADI para enero del año 2023.
- Crear alianzas estratégicas con un nutriólogo profesional, para asesoramiento a la audiencia sobre llevar una vida saludable en el segundo trimestre del primer año de operación.
- Aumentar los niveles de ventas e ingresos en un 10% a partir del segundo año de operación.
- Alquilar un local en una zona de comercio activo y de alto poder adquisitivo en el segundo año de operación.
- Contar con los servicios profesionales de un chef pastelero para el segundo año de operación.
- Adquirir dos nuevas unidades de motocicletas para ampliar las zonas de cobertura en el tercer año de operación.
- Innovación de nueva maquinaria para la producción eficiente de los productos en el quinto año de operaciones.

VALORES

- ✓ Responsabilidad.
- ✓ Ética.
- ✓ Respeto.
- ✓ Honestidad.
- ✓ Compromiso.

PRINCIPIOS

- ✓ Trabajo en Equipo.
- ✓ Innovación continua.
- ✓ Orientación a resultados.
- ✓ Servicio al cliente.
- ✓ Eficiencia.
- ✓ Empatía.
- ✓ Espíritu emprendedor.

2.1. Descripción del negocio (Demanda Insatisfecha)

Hemos detectado que en el mercado hay muchas personas que desean consumir en un momento dado platillos dulces, en este caso pasteles y postres, pero que por motivos de restricciones médicas a consecuencia de enfermedades crónicas no pueden ingerir alimentos altos en grasas saturadas, azúcares, calorías, entre otras; también está dirigido para todas aquellas personas que optan por llevar una alimentación balanceada. Por lo tanto, se ha visto una gran oportunidad de poner en marcha una pastelería y repostería saludable que comercialice productos a base de insumos naturales. Además, se hace con el propósito de concientizar al consumidor a comer sanamente y que pueda degustar de un delicioso pastel o postre libre de preocupaciones. Tal demanda será suplida por dichos productos a través de las plataformas digitales donde el cliente podrá hacer sus pedidos desde la comodidad de su casa.

2.2. Descripción de los productos o servicios.

Se ofrece una variedad de diez productos, los cuales serán totalmente saludables, apto para hombres y mujeres con enfermedades crónicas o personas que llevan un estilo de vida saludable, mayores de 22 años. Los productos a ofrecer estarán compuestos en dos categorías: pastelería, ofreciendo pasteles de diferentes tamaños, sabores, estilos y la repostería con productos tales como: bizcochos, galletas, cheesecakes, mousse, entre otros, para diferentes ocasiones con familiares, cumpleaños, aniversarios, bodas, y días festivos, seleccionando el de su preferencia en el menú.

Los principales ingredientes que destacaran en los productos saludables son: Harinas (Integral, Almendra, Avena y Coco), leches (Almendra y coco), Edulcorante natural Stevia y Frutas, entre otros.

2.3. Estrategias a implementar

- ✓ Entrar en contacto periódicamente con los consumidores en las distintas plataformas digitales como WhatsApp, Instagram, Facebook, para brindar una mejor atención sobre consultas que los clientes tengan con respecto a los productos o servicio.
- ✓ Desarrollar un sitio web que le permita al cliente elegir y comprar los productos de su preferencia realizando su pago de una manera fácil y rápida, con detalles sobre su pedido y transacción.
- ✓ Ofrecer zonas de cobertura cercanas para realizar entregas rápidas y seguras del producto brindando un servicio eficiente.

- ✓ Establecer precios basados en los de la competencia o a precios bajos para una pronta aceptación a inicios de operación del negocio.
- ✓ Brindar diferentes métodos de pago, ya sea que el cliente desee hacer la compra por transferencia bancaria, tarjeta de crédito, débito, chivo wallet o efectivo contra entrega.
- ✓ Poseer certificado de seguridad SSL en el sitio web como parte de las acciones que favorezcan a la compra en línea, ya que esto brinda seguridad a los usuarios de sus datos bancarios.

2.4. Ventaja competitiva

- ✓ NUTRI ARSADI tiene como ventaja competitiva ofrecer pasteles y postres saludables de alta calidad, ya que existirá una rigurosa y minuciosa selección de todos los insumos a utilizar en cada receta, llevando a cabo un estricto control de calidad que cumplan ampliamente con las expectativas de los clientes.
- ✓ Se cuenta con la asesoría de un profesional que posee conocimientos en alimentos y nutrición, lo cual hace que el producto se desarrolle y se comercialice idóneamente
- ✓ Se dispondrá de un sitio web, con la cual los clientes podrán no sólo adquirir, sino también ver el valor nutricional y calorías de los productos que van a consumir.
- ✓ Se compartirán tips y recetas que apoyarán al consumidor a conservar un estilo de vida saludable y preferir los productos.
- ✓ La empresa se enfocará en mantener el contacto con el consumidor final y afianzar las relaciones en el proceso post venta.

2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

Tabla 2.

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Disponibilidad de Materia Prima.	Mercado y sector en expansión.	Duda por parte de la población en sabores de productos saludables.	Crecimiento de la competencia en el rubro de pastelerías y reposterías saludables.
Postres de fácil digestión.	Producto innovador.	Precios altos de los pasteles y postres saludables.	Factores climatológicos como la humedad que afectan a la producción.
Insumos salvadoreños de alta calidad.	Producto Nutritivo.	Dificultad de posicionamiento para nuevas marcas en el mercado.	Estacionalidad de algunos ingredientes.
Las mejores pastelerías y reposterías utilizan sitios web y redes.	Incremento de personas que cuidan su salud y concientización por llevar una vida saludable.	Productos perecederos.	Incremento en la oferta de productos sustitutos.
Servicio a domicilio.	Apoyo del gobierno: Política orientada al apoyo de las PYMES.	Precios altos de materia prima.	Posibilidad de nuevos confinamientos y cuarentena.
Contar con asesores que conocen muy bien el rubro.	Expectativa de crecimiento económico y este es uno de los sectores que puede crecer.	Alto capital de inversión.	Desplazamiento de fuerza laboral en cesantía hacia el sector gastronómico.
Productos aptos para todo consumidor.	Tendencia al aumento de consumo de productos naturales y orgánicos.	Alto costo de maquinaria.	Incremento del valor agregado (IVA)
Conocimientos en marketing y desarrollo de campañas.			

Fuente: *Elaboración propia.*

3. PLAN ORGANIZACIONAL.

NUTRÍ ARSADI iniciará operaciones con los fundadores que integraran la junta de accionistas, precedido de un administrador único cuya función principal será supervisar cada una de las áreas, posteriormente el gerente general tendrá a cargo los diferentes departamentos para el buen funcionamiento de la empresa.

3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's).

Tabla 3.

Características CEP'S.

Nº	NOMBRE DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO	Búsqueda de Información	Creatividad	Toma de Decisiones	Toma de Riesgos	Motivación y Liderazgo	Redes de Apoyo	Planificación y Organización	Perseverancia	Cumplimiento de metas	Comunicación
1	Arévalo Castro, Jennifer Diane	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2	Vásquez Hernández, Ricardo Antonio	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3	Vásquez Ramos, Santos Estanislao	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Fuente: *Elaboración propia.*

3.2. Estructura organizativa de la empresa.

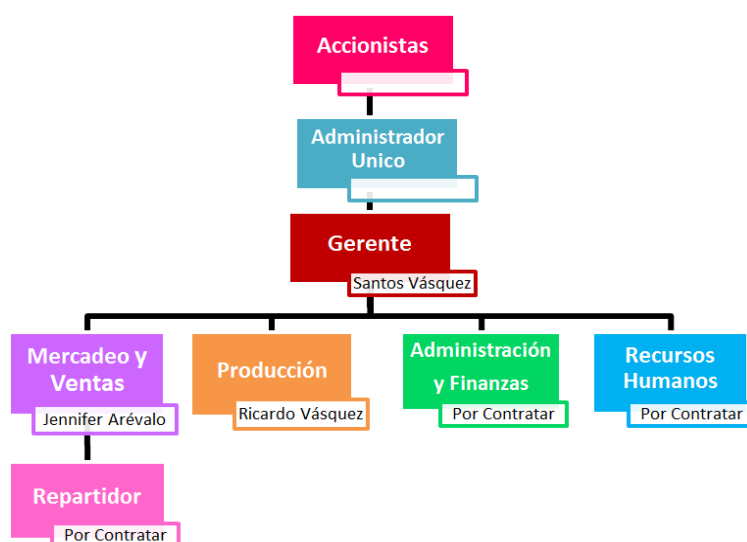


Figura 1. *Organigrama de Nutri Arsadi*

Fuente: *Elaboración propia*

3.3. Organización de gestión.

Tabla 4.

Manual de Puesto de Gerencia

Área de gestión	Gerencia
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar la administración y finanzas del negocio. • Planear las actividades que se desarrollaran dentro de la empresa. • Organizar y administrar los recursos de la entidad. • Fijar los objetivos que marcarán el rumbo de la organización. • Crear estructura organizacional en función de la competencia. • Motivar, supervisar y mediar entre el equipo de trabajo. • Representar a la empresa ante socios, empleados, clientes y medios.
Habilidades Requeridas	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de Comunicación, Creatividad, Iniciativa, Intuición. • Capacidad de planificar y negociar. • Visión empresarial, trabajar bajo presión. • Egresado en administración de empresas, finanzas y mercadeo.
Cantidad de personas	1 socio de la empresa.

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 5.

Manual de Puestos de Mercadeo

Área de gestión	Mercadeo
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las necesidades y gustos de los clientes. • Identificar el mercado meta y clientes potenciales. • Realizar análisis del macro y micro entorno. • Innovación de nuevos productos o servicios. • Administrar con eficacia y eficiencia el presupuesto de marketing. • Gestionar campañas e iniciativas de marketing. • Desarrollar y ejecutar el plan de mercadeo.
Habilidades Requeridas	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo, trabajo en equipo, proactivo, capacidad innovadora. • Manejo de redes sociales, paquete office y programas de edición. • Técnico / Egresado o graduado de Lic. En mercadeo.
Cantidad de personas	1 socia de la empresa.

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 6.*Manual de Puesto de Ventas.*

Área de gestión	Ventas
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar servicio post venta. • Crear una base de datos de clientes y ventas realizadas. • Desarrollar estrategias para incrementar las ventas. • Desarrollar un plan de ventas. • Liderar y monitorear las estrategias de mercadeo y ventas.
Habilidades Requeridas	<ul style="list-style-type: none"> • Excelente capacidad verbal. • Tercer año / Egresado o graduado en Mercadeo Internacional. • Nivel intermedio del idioma inglés. • Trabajar bajo presión, buen trato con los clientes y proactivo. • Disponibilidad de trabajar fin de semana y días festivos.
Cantidad de personas	1 socio de la empresa.

*Fuente: Elaboración propia***Tabla 7.***Manual de Puestos de Repartidor.*

Área de gestión	Repartidor
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Cotejar la lista de productos a entregar con la lista de pedidos. • Leer mapas y verificar las direcciones de entrega. • Llevar el registro de productos entregados. • Devolver los productos que no pudieron ser entregados. • Reportar emergencias, retrasos o accidentes al área de ventas de la empresa y al cliente.
Habilidades Requeridas	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios mínimos de Bachillerato. • Manejo de Waze y Google Maps. • Residir en el boulevard constitución o sus alrededores. • Disponibilidad de trabajar fin de semana y días festivos. • Honesto, Responsable, proactivo y buen trato con los clientes.
Cantidad de personas	Se contratará 1 persona del sexo masculino.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8.*Manual de Puestos de Producción*

Área de gestión	Producción
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener organizada y limpia el área de trabajo. • Mantener al día el inventario de la materia prima. • Elaborar los productos de pastelería y repostería. • Diseñar decoraciones para pasteles y postres. • Comprobar la calidad de las materias primas para garantizar que se cumplen las normas y especificaciones.
Habilidades Requeridas	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración, decoración y montaje de pasteles y postres. • Conocimiento de harinas e ingredientes orgánicos y naturales. • Conocimientos sobre la dieta cetogénica. • Intelecto sobre desarrollo e innovación de producto. • Conocimientos de inventarios y costeo de productos. • Proactivo, Responsable, Trabajo en equipo.
Cantidad de personas	1 socio de la empresa.

Fuente: *Elaboración propia*

Nota aclaratoria: Al mediano y largo plazo se prevé reclutar a tres personas para cubrir los departamentos de repartidor, recursos humanos y administración y finanzas, enumerados como tabla 30 y 31 detallados en anexo 1, mientras tanto la gerencia se encargará de gestionar las respectivas actividades de estas áreas y por ser el único que sabe conducir motocicleta cumplirá el rol de repartidor. Además, se contratará a un chef pastelero profesional para agilizar de forma eficiente la producción.

3.4. Proceso de Mercadeo y Ventas

El designado a esta área tendrá que cumplir con las siguientes funciones:

- ✓ Proporcionar la información correspondiente del catálogo de productos cuando el cliente lo solicite y realizar publicaciones de post a través de las redes sociales.

- ✓ Realizar sondeos con respecto a precios que maneja la competencia en periodos cortos, con esto se busca impulsar las ventas, conseguir una participación en el mercado, obtener utilidades rápidamente y ser competitivos.
- ✓ Al inicio de operaciones se tendrá un sistema de distribución totalmente a domicilio, y a corto plazo se contará con un local para atender a los clientes presencialmente.
- ✓ Promocionar la variedad de pasteles y postres naturales en existencia mediante artes publicadas en las diferentes plataformas digitales y presentaciones en vivos por Facebook sobre llevar una vida saludable.

3.5. Proceso Administrativo

La empresa consta de 4 procesos administrativos que son la base para que la entidad sea exitosa, los cuales son: Planificación, Organización, Dirección y Control.

Planificación: Incluirá 5 planes muy útiles para la empresa: plan de venta y comercialización, plan de producción y costos, plan de ganancias, plan de flujo de caja, plan de acceso al crédito

Organización: Cada área funcional será encargada de llevar sus respectivas actividades en función de los objetivos que la empresa a propuesto. Es decir, el área de ventas asignará al área de producción la orden de los productos.

Dirección: La gerencia general dirigirá a cada área de la empresa y controlará el uso correcto de los recursos de forma eficiente y eficaz para guiar a la organización en el cumplimiento de metas y objetivos propuestas por la misma.

Control: Los jefes de cada departamento serán los encargados de informar al gerente mensualmente de los resultados obtenidos y fallas que ha tenido la empresa, para establecer las correcciones correspondientes.

3.6. Proceso de Producción.

La secuencia del proceso para producir pasteles y postres en NUTRI ARSADI es el siguiente:

1. Obtención de la materia prima.
2. Almacenamiento organizativo de los insumos.
3. Lavado de los insumos.
4. Elaboración de los pasteles y postres.
5. Colocar los productos en las cámaras refrigerantes.
6. Limpieza de cocina y lavado de utensilios.

3.7. Procesos de Recursos Humanos.

Al inicio del emprendimiento el gerente de NUTRI ARSADI llevará a cabo el proceso de reclutamiento del talento humano que se necesita para poner en marcha el negocio.

1. Reclutamiento.
2. Selección.
3. Contratación.
4. Integración.
5. Capacitación.
6. Retención del talento humano.

3.8. Identificación y características de proveedores.

Tabla 9.

Identificación de Proveedores

Nombre del proveedor	Producto/Servicio que provee	Dirección	Forma de pago	Forma y plazo de entrega
The Green Corner	Materia Prima	Calle la Reforma 227, San Benito, S.S.	Efectivo	Retiro de Materia Prima en un plazo de 3 días.
Súper Tienda Morena	Utensilios de cocina y electrodomésticos	8va. Calle Poniente, San Salvador.	Efectivo	Retiro de Utensilios al momento de la compra.
EB Muebles y Más	Maquinaria	Barrio San Miguelito, San Salvador CP, 1101	Efectivo	Retiro de Maquinaria al momento de la compra.
Mi PC papelería y Más	Equipo Informático	Res. Flor Blanca Cl, El progreso 43 Av. sur No 114 S. S	Efectivo	Retiro de equipo informático al momento de la compra.
Banco Credomatic	Financiamiento	Alameda Roosevelt y 39 Av. Norte.	Efectivo	Retiro de préstamo en Banco, con plazo de 72 horas.
Innovarte	Empaques	CC. Montecristo, Local 4, Antiguo Cuscatlán.	Efectivo	Retiro de Empaques al momento de la compra.

Fuente: *Elaboración propia*

3.9. Distribución en Planta.

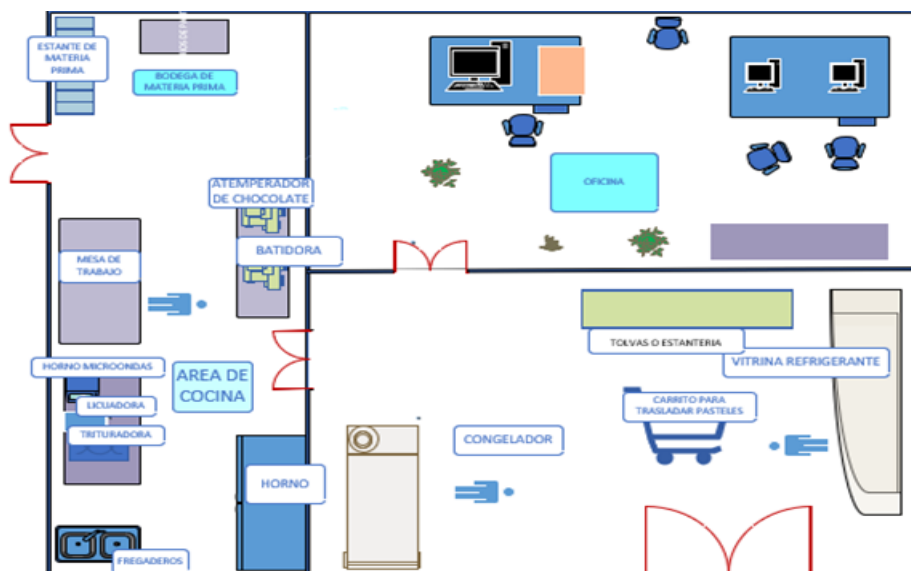


Figura 2. *Distribución en planta*

Fuente: *Elaboración propia*

3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo

Tabla 10.

Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Inversión (US\$)
Maquinaria		
Horno	1	\$ 550.00
Cazos eléctricos.	1	\$ 26.88
Congeladores 1.50 metros	1	\$ 600.00
Cámara refrigerante 12 pies	1	\$ 350.00
Batidora	1	\$ 450.00
Trituradoras	2	\$ 60.00
Licuadoras	1	\$ 40.00
Microondas	1	\$ 60.00
Báscula	1	\$ 95.00
Atemperador de chocolate	1	\$ 150.00
Subtotal		\$ 2,381.88
Equipo y utensilios		
Fregadero doble	1	\$ 50.00
Mesas	3	\$ 500.00
Alacena	1	\$ 120.00
Carros y porta latas	1	\$ 41.48
Tolvas o estantería	2	\$ 90.00
Termómetro	1	\$ 47.00
Varillas	4	\$ 17.56
Tazón de plástico transparente	4	\$ 9.84
Perol de medio punto	3	\$ 75.00
Manga pastelera	5	\$ 17.50
Juego de boquilla	20	\$ 24.00
Paletas de madera	4	\$ 11.56
Juego de cortapastas	set de 3	\$ 22.84
Cuchillos	set de 5	\$ 19.49
Cucharillas sacabocados	2	\$ 30.00
Descorazonador	2	\$ 30.00
Colador chino grandes y pequeños	6	\$ 17.34
Espátulas cuadradas y plásticas	5	\$ 12.50
Juego de cucharas medidoras	set de 4	\$ 5.96
Juego de tasas medidoras	set de 4	\$ 5.00
Moldes	10	\$ 64.90
Placas de horno	6	\$ 35.94
Rallador (aparato para rallar frutas)	3	\$ 10.47
Rodillo, medianos y grandes	4	\$ 10.00
Aros	5	\$ 10.00
Uniforme para el equipo	Unidad	\$ 20.00
Subtotal		\$ 1,298.38

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 10.1.*Continuación de tabla 10, Equipo de oficina*

Descripción	Cantidad	Inversión (US\$)
Equipo de oficina		
Computadoras	3	\$ 800.00
Impresor	1	\$ 50.00
Escritorio	2	\$ 220.00
Sillas para oficina	4	\$ 150.00
Archiveros	1	\$ 50.00
Lapiceros	1 caja	\$ 1.75
Clasificadores	6	\$ 10.50
Papel	resmas	\$ 9.60
Engrapadora	2	\$ 7.98
Perforadora	2	\$ 8.98
Escoba	1	\$ 1.25
Clasificadores	4	\$ 7.94
Trapeador	3	\$ 3.00
Deposito para basura	2	\$ 7.38
Subtotal		\$ 1,328.38
TOTAL		\$ 5,008.64

Fuente: *Elaboración propia*

4. PLAN DE MERCADEO

En el plan de mercadeo se procedió a realizar una investigación de mercado la cual se desarrolló de forma bibliográfica y en base a este estudio la empresa ha estructurado una serie de estrategias y tácticas apropiadas para lograr los objetivos de marketing propuestos, con ello también se conocerá cuáles son los clientes potenciales del producto y como se controlará la evolución de las estrategias.

4.1. Resultados de la investigación de mercado

Debido a la pandemia COVID-19 el método que se utilizó fue el de conseguir elementos de información secundaria de materiales electrónicos en el sitio web (diario digital, revistas e informes).

En El Salvador, una Encuesta Nacional de Enfermedades Crónicas No Transmisibles en la población adulta realizada en 2015, ENECA-ELS, reveló que la prevalencia nacional de diabetes mellitus en la población de 20 años o más era de 12.5 %. Según datos del Ministerio de Salud (MINSAL), durante los últimos cuatro años y medio, la diabetes mellitus se ha mantenido dentro de las 10 principales causas más frecuentes de consulta, y muertes.

Al unir las estadísticas del MINSAL y del ISSS, entre 2016 y junio de 2020, murieron un total de 3,397 personas a causa de la diabetes. (Benítez, 2020)

Otra de las enfermedades como la celiaquía identificada en El Salvador y de acuerdo con la prevalencia que definen los especialistas y entidades de reconocimiento mundial, el 1% de la población puede ser celíaca. A pesar de no contar aún con estudios de prevalencia en El Salvador, se puede afirmar que la enfermedad celíaca está presente en el país y se considera como un diagnóstico perdido debido a la falta de conocimiento, ya que los síntomas son parecidos a otras enfermedades. (Ventura & Mendoza, 2020)

4.1.1 Crecimiento de la tendencia Keto durante el 2020

Estadísticas demuestran la creciente aceptación y la popularidad en la demanda de los consumidores por productos saludables, orgánicos y bajos en carbohidratos en todo el mundo. En el año 2018, la palabra Keto fue el tema relacionado con los alimentos más buscados en Google en todo el mundo, esta tendencia ha continuado en 2020.

Un reciente estudio de mercado realizado por Mordor Intelligence, titulado “Mercado de Alimentos de la Dieta Cetogénica: Crecimiento, Tendencias y Pronóstico (2019-2024),

encuentra que, a nivel mundial, se proyecta que el mercado de alimentos de dieta cetogénica crezca a una tasa de crecimiento anual de 5.3 por ciento.

El informe basa sus hallazgos en la creciente demanda de opciones de alimentos amigables con la dieta Keto en restaurantes y comedores.

Recientes estudios y según lo investigado, confirman que se espera que el sector de alimentos saludables crezca a una tasa del 5,7 por ciento y que podría alcanzar un tamaño de mercado de 1,253 mil millones de dólares para 2024. Dicho incremento abre oportunidades para miles de marcas pequeñas de alimentos bajos en carbohidratos para establecer un negocio exitoso. (Paleo Foundation, 2021)

Para conocer un poco acerca de este mercado objetivo, a continuación, se desglosa en que consiste, como funciona y los beneficios de que trae el hacer la dieta Keto.

¿Qué es la dieta cetogénica?

Una dieta cetogénica o de forma abreviada dieta Keto, es un plan de alimentación alta en grasas, adecuada en proteínas y baja en carbohidratos. El objetivo es ganar más calorías de las proteínas y grasas buenas que carbohidratos.

¿Cómo funciona la dieta Keto?

Cuando el cuerpo no tiene los carbohidratos suficientes que funcionan como combustible (que es la glucosa), consumirá las reservas de glucógeno y la principal fuente de energía pasará a ser la quema de grasas en el hígado. (Centro Médico ABC, 2020)

Beneficios

1. Ayuda en la pérdida de peso.

Cuesta más convertir la grasa en energía que convertir los carbohidratos en energía. Por lo que la dieta cetogénica puede ayudar a acelerar la pérdida de peso. Y como la dieta es alta en proteínas, la persona no quedara con hambre.

2. Puede ayudar a reducir el riesgo de cáncer

Un estudio revelo que la dieta cetogénica puede ser un tratamiento complementario con la quimioterapia y la radiación en personas con cáncer. Ya que esta causaría más estrés oxidativo en las células cancerosas que en las células normales.

3. Mejora la salud del corazón.

Al mantener una dieta cetogénica es querer vivir de manera saludable; y que según cierta evidencia muestra que la dieta puede mejorar la salud del corazón, ya que aumentan los niveles de colesterol HDL (bueno) y el colesterol LDL (malo) baja significativamente.

Dietas cetogénica para la diabetes y la prediabetes

Alimentarse a base de una dieta cetogénica ayuda a perder el exceso de grasa, lo que está estrechamente relacionado con la diabetes tipo 2, la prediabetes y el síndrome metabólico. Es decir que, la dieta cetogénica puede impulsar la sensibilidad a la insulina y causar una pérdida de grasa, por lo que se logra controlar el azúcar en la sangre que trae consigo muchos beneficios para la salud en personas que sufren diabetes tipo 2 o prediabetes.

Un estudio descubrió que la dieta cetogénica mejoraba la sensibilidad a la insulina en un enorme incremento del 75%. En otro estudio sobre personas que sufren diabetes del tipo 2 se descubrió que 7 de los 21 participantes fueron capaces de frenar el consumo de todos los medicamentos para la diabetes. (healthline, 2018)

4.2. Análisis de la situación

Según el diagnóstico de las 5 fuerzas de Porter, la rivalidad entre competidores actuales es baja, debido a que pocos negocios ofrecen estos productos enfocados a la salud. En la amenaza de entrada a nuevos competidores el sector de pastelerías y reposterías saludables, las barreras de entrada son de nivel medio, puesto que para su inversión inicial se requerirán equipos e insumos de alto costo. El poder de negociación con los clientes es bajo, ya que los montos de compra son pequeños y ha habido un incremento de personas con capacidad de poder adquisitivo medio alto que demandan comida dulce y saludable, lo cual no representa un peligro de veto a la marca.

El poder de negociación con los proveedores es alto, debido a que puede decidir aumentar el precio por el tipo de producto que son totalmente orgánicos, y son pocos los que producen, lo que alteraría el costo de los productos.

En la amenaza de productos sustitutos en la industria pastelera es de nivel medio al ser un producto que va a un mercado objetivo: personas diabéticas y personas que desean mantenerse saludables. Los factores micro y macro ambientales hacen factible el desarrollo del modelo de negocio, ya que con el apoyo del gobierno hacia los micros emprendedores y el aumento de nuevos hábitos de consumo en la población objetivo lo hacen rentable.

4.2.1. Análisis de la competencia

Tabla 11.

Análisis de la competencia

Competencia	Descripción general
1. Sin pecado SV	Sin pecado es un negocio de pastelería y repostería saludable que se dedica a vender productos naturales apto para dietas y control médico personalizados.
2. Glutenno	Ofrece alimentos saludables apto para personas celíacos intolerantes al gluten.
3. Nutrísimo	Fabrica y distribuye productos de panificación sin gluten.

Fuente: *Elaboración propia*

4.3. Productos o servicios a ofrecer

Tabla 12.

Línea de productos

Descripción	Uso o aplicación	Precio de venta
Pastelería	Productos elaborados con insumos naturales como: harinas a base de semillas, edulcorante estevia y frutas, basados en la dieta cetogénica que ayudan a mantener los niveles de colesterol, triglicéridos y de azúcares dirigidas para personas diabéticas, celíacos y toda aquella persona que desea cuidar su salud.	\$ 49.10 - \$ 59.27
Repostería	Productos que cuenta con la misma función que la línea de pasteles descritos anteriormente.	\$ 7.67 - \$ 45.41

Fuente: *Elaboración propia*

4.4. Mercado objetivo

Tabla 13.

Mercado objetivo

Consumidor final	Negocio o empresa	Industria
Personas Diabéticas	ASADI/ADICO	Asociaciones
Personas Celíacos	FAISCA DO BRASIL	Restaurante
Personas con dieta balanceada	Be Fit/WORLD GYM	Fitness

Fuente: *Elaboración propia*

4.5. Perfil del consumidor o cliente.

Tabla 14.

Perfil del consumidor

Edad	22 años en adelante
Sexo	Indiferente
Estatus económico	Medio-Alto
Lugar de residencia	San Salvador

Fuente: *Elaboración propia*

4.6. Fortaleza y oportunidades de los productos.

Fortalezas:

- ✓ Información de ingredientes que contiene cada pastel y postre.
- ✓ Productos de calidad 100% naturales sin preservantes/conservadores.
- ✓ Gran variedad de productos y alternativas para el cliente.
- ✓ Servicio a domicilio.
- ✓ Productos personalizados en cuanto a estilo, sabor, precio y presentación.

Oportunidades

- ✓ Alianza con nuevos distribuidores, para comercializar los productos en distintas tiendas de conveniencia.
- ✓ Contacto con nuevos proveedores, para la adquisición de materia prima.
- ✓ Cambios en los hábitos de los consumidores, los cuales buscan productos nutritivos, saludables y bajos en grasa.
- ✓ Creciente segmento de personas diabéticas y personas con dieta balanceada, implementando postres especiales para ellos.
- ✓ Concientización sobre el consumo de pasteles y postres saludables para evitar enfermedades.

4.7. Objetivos y metas de mercadeo

Objetivos

- ✓ Aumentar las ventas a través del sitio web un 40%.
- ✓ Incrementar en un 50% las interacciones en redes sociales en el próximo trimestre.
- ✓ Generar posicionamiento de la marca a través de las redes sociales en el primer año.
- ✓ Participar en ferias de emprendimiento a mediano plazo.
- ✓ Ampliar el catálogo de productos cada año.

Metas

- ✓ Mejorar el porcentaje de ventas anuales.
- ✓ Lograr mayor reconocimiento de marca a nivel nacional.
- ✓ Fidelizar a los clientes activos o actuales.
- ✓ Asistir a las ferias de emprendimiento dos veces al año.
- ✓ Lanzar 10 nuevos productos en el segundo año de operación.

4.8. Mix de mercadeo (Producto, Precio, Plaza y Promoción)

Producto

Estrategias a implementar:

- Crear diversas plataformas digitales tales como Facebook, WhatsApp e Instagram para promover la venta de los productos, publicaciones sobre promociones y publicidad de los mismos, e interactuar con los clientes sobre sus pedidos y entregas o cualquier otra información acerca del negocio.

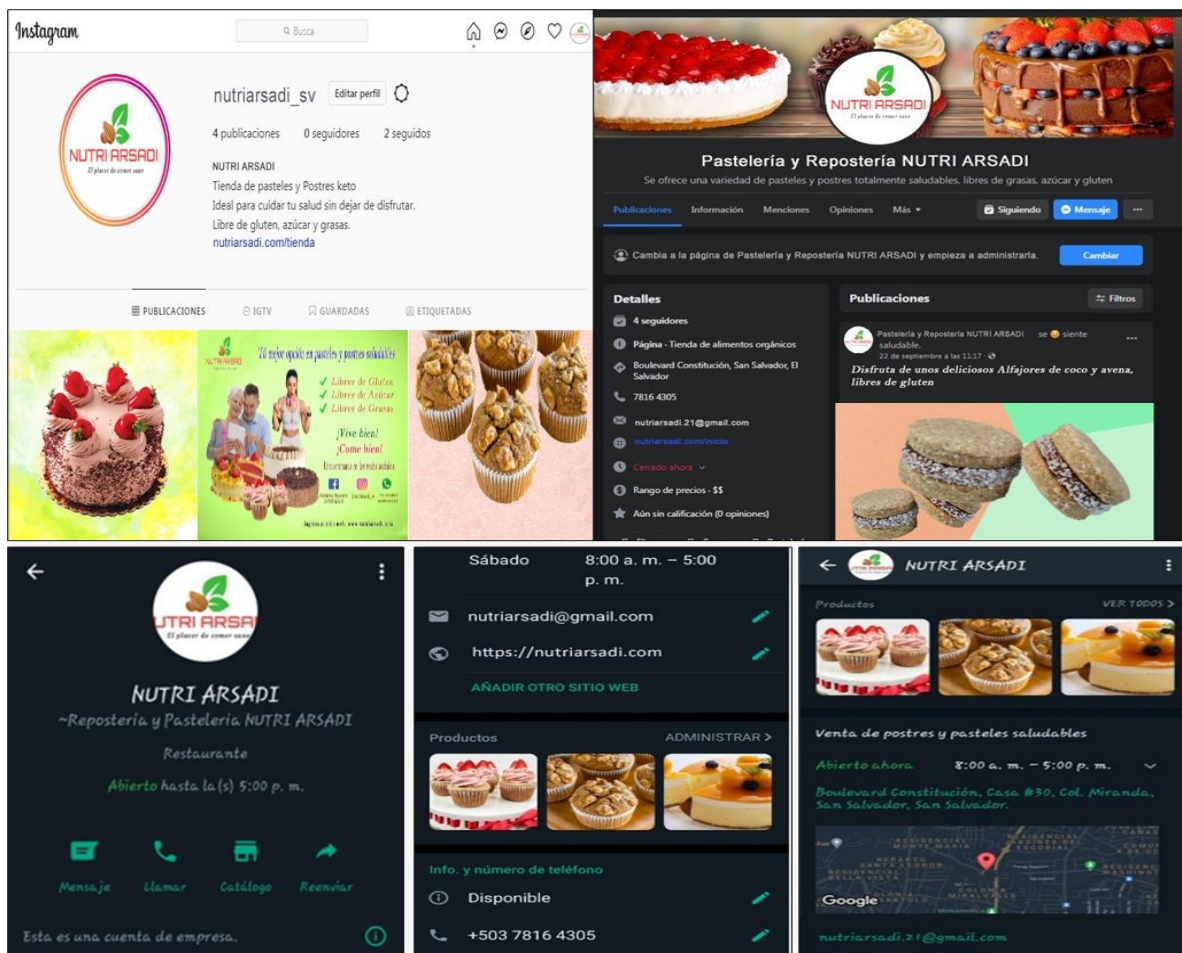


Figura 3. Publicación de productos en Instagram, Facebook y WhatsApp.

Fuente: Elaboración Propia

- Proporcionar al cliente información nutricional y composición de cada producto en general, que será visualizado a través del sitio web previo a una decisión de compra.



Figura 4. Información nutricional

Fuente: Elaboración Propia

- Por medio de Facebook live y YouTube se transmitirán charlas con nutricionistas acerca de la importancia de adquirir o consumir alimentos saludables.



Figura 5. Post sobre charlas en vivo, que serán transmitidas en Facebook y YouTube

Fuente: Elaboración propia

- Comercializar los diferentes pasteles y postres saludables en empaques biodegradables.



Figura 6. *Empaques biodegradables para pasteles y*

Fuente: *Elaboración propia*

- Se publicarán recetas saludables y sencillas para que los seguidores puedan prepararlas desde casa, estas serán publicadas en las historias de ambas redes sociales y el blog del sitio web.

Precio

Estrategias a implementar:

- Establecer precios competitivos de los productos más destacados en pastelería y repostería de la tienda online, para persuadir a clientes actuales y potenciales, publicando post en las redes sociales.



Figura 7. Post publicado en redes sociales sobre precios competitivos en el mercado.

Fuente: Elaboración propia

- Diseñar un catálogo de productos digital. Estos serán enviados por redes sociales y correo electrónico, cuando el cliente solicite información de los precios.

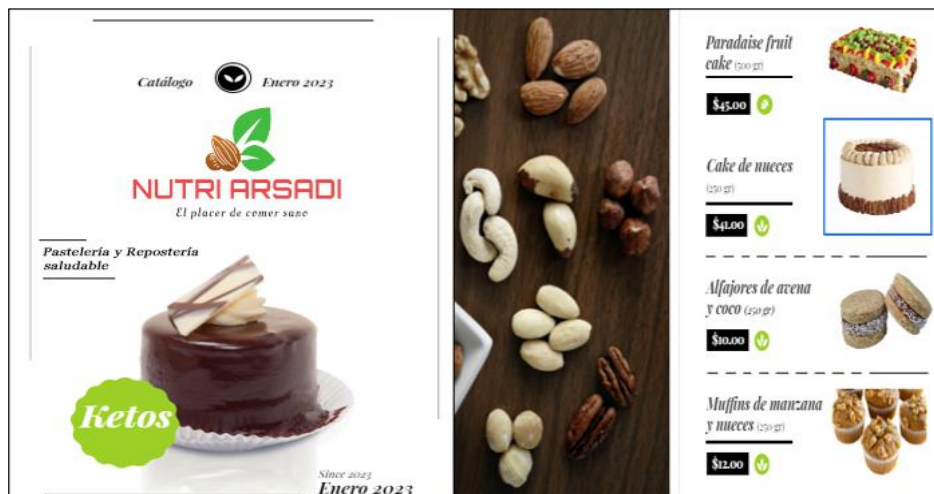


Figura 8. Catálogo de productos con sus respectivos precios.

Fuente: Elaboración propia

- Brindar a los clientes distintas formas de pago realizadas desde el sitio web.

Tu pedido	
Producto	Subtotal
CHOCOLATE STRAMBERRY CAKE - De 12 a 15 porciones × 1	\$54
Subtotal	\$54
Envío	Precio fijo: \$3
Total	\$57

Credit Cards (Visa - Mastercard)
 Transferencia bancaria directa
 Contra reembolso

[Realizar el pedido](#)

MÉTODOS DE PAGO


NUTRI ARSADI
El placer de comer sano

-Transferencia Bancaria
 -Tarjeta de Crédito y Débito
 -Efectivo Contra Entrega
 -Bitcoin



Figura 9. Formas de pago realizadas desde el sitio web.

Fuente: Elaboración propia

Plaza

- Brindar servicio a domicilio en zonas establecidas, adicionando a su vez el servicio carry out como otra opción.

SERVICIO A DOMICILIO

TE LO LLEVAMOS HASTA LA PUERA DE TU CASA

HORARIOS DE ATENCION:
LUNES A DOMINGO
DE 8:00 AM - 5:00 PM

ZONAS DE COBERTURA:
- SANTA TECLA
- ANTIGUO CUSCATLAN
- PASEO GENERAL ESCALÓN



 Tel: 22900233
 WhatsApp: 78164305

ENCUENTRANOS EN REDES SOCIALES COMO:

 Pastelería y Respostería NUTRI ARSADI
 @nutriarsadi_sv

Sitio web: www.nutriarsadi.com



Figura 10. Post en redes sociales sobre prestación de servicio a domicilio.

Fuente: Elaboración propia

- Desarrollar un sitio web atractivo donde el cliente pueda realizar sus compras desde donde se encuentre de manera fácil y rápida.

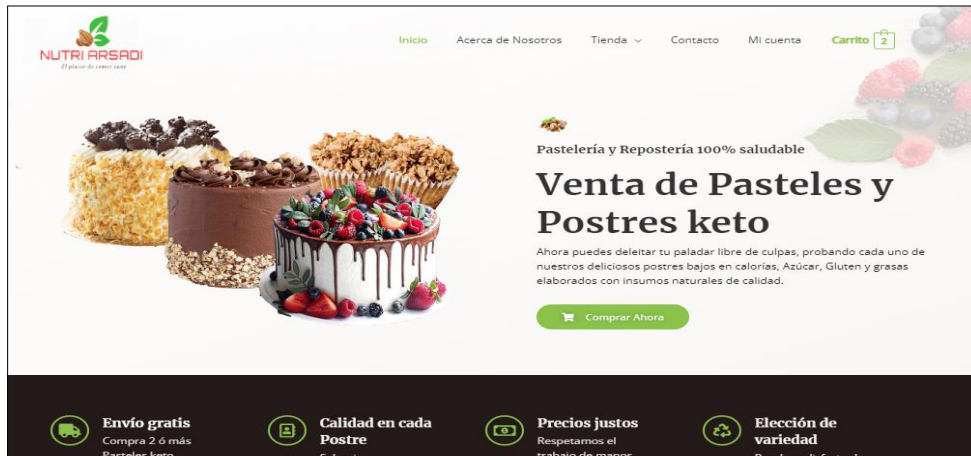


Figura 11. Desarrollo de Sitio Web.

Fuente: Elaboración propia

Promoción

- Postear en las redes sociales imágenes con mensajes alusivos que despierten el interés y deseo de los consumidores por consumir productos saludables.



Figura 12. Post de imágenes sobre mensajes reflexivos.

Fuente: Elaboración propia

- Crear cupones online para fidelizar clientes actuales y potenciales a través del sitio web, con descuentos del 10% en pastelería o repostería.

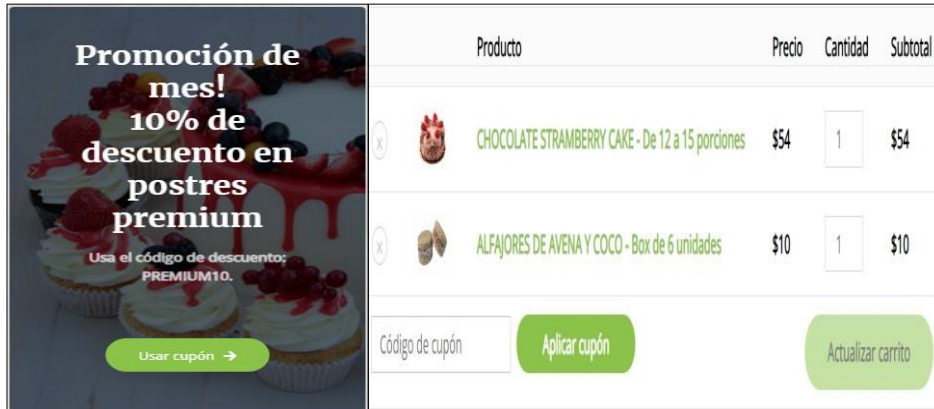


Figura 13. Cupones online a través del sitio web.

Fuente: Elaboración propia

- **Tarjetas de clientes frecuentes:** Generar lealtad hacia los clientes, otorgando tarjetas de clientes frecuentes. Con la cual se obsequiará 1 postre al realizar 5 compras en el sitio web y 1 pastel al completar los 10 sellos de cliente frecuente.



Figura 14. Tarjeta para clientes frecuentes.

Fuente: Elaboración propia

- Publicar un sorteo navideño en la red social de Facebook. La finalidad del sorteo será, conseguir likes, aumentar seguidores, recopilar información y consolidar la imagen de NUTRI ARSADI.



Figura 15. Post en la red social de Facebook de un sorteo navideño

Fuente: Elaboración propia

- Realizar una rifa para el día de las madres obsequiando un pastel de coco keto de 15 porciones a través de dinámicas en la red social de Instagram.



Figura 16. Post en la red social de Instagram de rifa para el día de las madres.

Fuente: Elaboración propia

4.8.1. Imagen Corporativa

Logo y Slogan de la empresa:



Figura 17. Logo de la empresa.

Fuente: *Elaboración propia*

4.9. Estrategias y tácticas de Marketing

Tabla 15 .

Estrategias y tácticas de Marketing

ESTRATEGIAS	TACTICAS
<p>Estrategia 1: Contar con una plataforma que permita realizar compras online y que detalle la gama de productos y sus respectivos precios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comprar un hosting y dominio. ✓ Crear y diseñar un sitio web. ✓ A través de la Fan Page de Facebook re direccionar a los clientes al Sitio web para un mayor conocimiento de los productos ofertados. ✓ Agregar información nutricional en cada producto generando un valor agregado e impulsar la compra.
<p>Estrategia 2: Difusión de productos en las diferentes plataformas digitales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear un blog en el sitio web sobre cómo llevar una vida saludable. ✓ Informar al público por medio de e-mail marketing sobre actividades a realizar, nuevos productos, promociones. ✓ Hacer entrevistas en vivo a través de Facebook y YouTube con nutriólogos.
<p>Estrategia 3: Crear campañas publicitarias en Google AdWords</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear anuncios atractivos. ✓ Elegir las palabras claves como: pastelería y repostería saludable, Pasteles y postres Keto. ✓ Optimizar las pujas de costo por clic. ✓ Personalizar los mensajes con la configuración del lenguaje de Google Ads.
<p>Estrategia 4: Otorgar tarjetas de clientes frecuentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer programas de suscripción de los clientes. ✓ Revisar la base de datos para detectar a los clientes que mantienen un consumo promedio. ✓ Obsequiar un postre o pastel al completar los sellos requeridos en la tarjeta.

Estrategia 5: Otorgar promociones, descuentos e incentivos que permitan generar más la lealtad del cliente	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar y obsequiar artículos promocionales como: camisetas, llaveros, gorras con el logo de la pastelería. ✓ Realizar sorteos, premios y descuentos en productos de pastelería y repostería. ✓ Ofrecer servicio delivery gratuito por la compra de dos o más productos Premium.
Estrategia 6: Implementar un programa de servicio post venta.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboración de base de datos de clientes actuales y potenciales. ✓ Diseño de encuesta de satisfacción del servicio y producto por medio de correo electrónico y llamadas telefónicas. ✓ Desarrollo del programa de “cliente fiel”, bonos regalos y detalle fecha cumpleaños.

Fuente: *Elaboración propia*

4.10. Ejecución y control

Tabla 16.

Ejecución y control

Estrategias	Objetivo	KPIs
Contar con una plataforma que permita realizar compras online y que detalle la gama de productos y sus respectivos precios.	Visibilizar los productos para su venta.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Número de pedidos a la semana. ✓ Número de ventas al mes. ✓ Número de visitantes en la página. ✓ Tiempo de estancia en la página.
Difusión de productos en las diferentes plataformas digitales.	Atraer a clientes potenciales e incentivar la compra.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Número de nuevos clientes al año. ✓ Número de productos vendidos al mes. ✓ Número de correos enviados. ✓ Visitas en el blog.
Otorgar tarjetas de clientes frecuentes.	Premiar la lealtad de los clientes e incentivar la compra frecuente.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Número de clientes suscritos. ✓ Número de Tarjetas otorgadas.

Crear publicitarias en AdWords.	campañas en Google	Potenciar las ventas online e incrementar la visibilidad de la marca.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Número de ventas en el mes. ✓ Número de clics. ✓ Número de impresiones. ✓ Porcentaje de rebote.
Implementar un post venta.	servicio	Establecer una relación con el cliente y brindar una buena experiencia.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Número de clientes antiguos y actuales. ✓ Número de llamadas y correos contestados. ✓ Número de sugerencias, reclamos y felicitaciones. ✓ Número de clientes satisfechos.
Otorgar descuentos e incentivos que permitan generar más lealtad del cliente	promociones,	Impulsar los productos, persuadir al cliente y promover la marca.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Número de artículos obsequiados. ✓ Número de sorteos realizados. ✓ Número de premios otorgados. ✓ Número de ventas de productos Premium.
Ofrecer delivery gratis el primer mes de operaciones.		Dar a conocer el negocio y empezar a vender.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Número de pedidos entregados. ✓ Número de ventas en el mes.

Fuente: *Elaboración propia*

5. PLAN DE VENTAS

Administración de ventas

Dentro de la empresa NUTRI ARSADI, el encargado de gestionar la parte de la fuerza de ventas será la socia: Jennifer Diane Arévalo Castro.

Número de vendedores: 1 vendedor a cargo.

Las personas que forman su equipo de ventas ¿Tienen otras responsabilidades además de ventas? Si, puesto que también es la encargada del área de mercadeo, ya que se está iniciando el negocio y no se cuenta con los recursos financieros necesarios para contratar otra persona por el momento.

¿Qué comisiones pagara usted al personal de ventas?

El personal de ventas tendrá un salario base; por lo tanto, no tendrá comisiones por el momento, pero en el futuro se le otorgará comisión por ventas cuando estas sean igual o mayores a la meta establecida.

¿Cómo supervisará a su equipo de ventas?

Se harán reuniones periódicas donde se supervisará y se evaluará de forma mensual e individual a cada vendedor y se tomará en cuenta lo siguiente:

- ✓ La cartera de clientes, el grado de cumplimiento de metas, las actividades previstas para el próximo periodo, ventas por vendedor, ofertas presentadas, porcentaje de crecimiento de ventas, tasa de satisfacción del cliente, solvencia de quejas y reclamos.

¿Cómo entrenará específicamente a su personal de ventas?

Al iniciar los socios brindaran una inducción básica sobre los productos y la idea de negocio saludable, posteriormente en un par de años se gestionará un nuevo proyecto con CONAMYPE o INSAFORP, para capacitar y formar al personal profesionalmente.

5.1. Ciclo de Ventas

1. Prospección.

¿Cómo identificará a potenciales clientes?

- ✓ Crear un perfil de cliente ideal.
- ✓ Identificar en qué lugar esta nuestra audiencia.
- ✓ Realizar publicaciones y promociones en redes sociales.
- ✓ Analizar, evaluar y revisar por medio de Google Analytics.

¿Qué métodos utilizará usted para determinar los intereses de los clientes?

- ✓ Sitio web (todas las búsquedas quedan registradas en Google Analytics).
- ✓ Mensajes y comentarios en nuestras redes sociales, sitio web y canal de YouTube.
- ✓ Contenidos más interactuados en las publicaciones.
- ✓ Tiempo de estancia en el sitio web.
- ✓ Escucha activa a los comentarios y sugerencias que se hagan en medios digitales.

2. Contacto con los clientes.

- ✓ Optimización de los motores de búsqueda SEO y SEM.
- ✓ Contenido orgánico en redes sociales.
- ✓ Crear una comunidad online.
- ✓ Blog, Sitio web, Correo Electrónico y WhatsApp.

¿Quién contactará a los potenciales clientes?

El área de ventas será la encargada de ponerse en contacto con los clientes que soliciten información acerca de los productos.

¿Cuándo contactará a los potenciales clientes?

Al momento que soliciten información por medio de las distintas plataformas digitales, se les solicitará un número de contacto para poder llamarle o por encuesta si así lo prefieren, además se les ofrecerá el catálogo de los productos para llamar más su atención.

¿Quién contactará a los clientes actuales?

El área de ventas será la encargada de contactar a clientes antiguos, actuales y potenciales de la empresa.

3. Reunión o Presentación.**¿A quién se le reportará la información sobre potenciales y actuales clientes?**

El área de ventas será la encargada de crear una base de datos donde llevará el control de los clientes actuales y potenciales, posteriormente pasará el informe a la gerencia general para su evaluación.

4. Manejo y objeciones.**¿Cómo se manejarán las objeciones para los clientes?**

- ✓ Mantener la calma, aceptar los reclamos del cliente y brindar soluciones inmediatas.
- ✓ Colocar un espacio de preguntas en el sitio web para responder inquietudes y escuchar sugerencias.

¿Se tiene un plan de apoyo para que no se caiga la venta?

Se ofrecerán diferentes métodos de pago y de servicio para que la entrega del producto sea más fácil; además se le puede ofrecer artículos promocionales por la compra efectiva o descuentos si se paga con tarjetas por medio del sitio web. Y se planea innovar el catálogo de productos cada cierto tiempo.

5. Cierre de ventas.

¿Cuáles son sus metas en ventas?

- ✓ Aumentar las ventas en un 10% a partir del segundo año de operaciones.
- ✓ Incrementar los pedidos en los meses de mayo, junio, noviembre y diciembre.

¿Se tiene personas con experiencia en cierre de ventas dentro del equipo?

Por el momento no se cuenta con personal que tenga experiencia en ventas; sin embargo, por medio de los socios se brindara una inducción sobre los productos, su comercialización y las características de la comida saludable y Keto.

6. Servicio post venta.

¿Quién contactará al cliente luego de haber realizado la venta?

El ejecutivo de ventas se contactará con los clientes, obteniendo su información personal por medio del sitio web donde se tendrá un apartado donde el cliente colocará su número de contacto o correo electrónico y por esos medios se le enviará información de los productos, se llevará acabo la atención al cliente y el servicio post venta.

¿Qué otros productos o servicios podemos ofrecerle para futuras ventas?

Pastelería y repostería NUTRI ARSADI enfocada en producir y distribuir productos saludables ampliara su catálogo de productos a futuro y agregara nuevas líneas de productos, comercializando bebidas naturales frías y calientes.

5.2. Proyección de Ventas

Tabla 17.

Proyección de ventas mensuales del primer año de operaciones

No.	Producto	Valor	Unidad de medida	Ventas del Año 1 (\$)											
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1	Fruit Paradise de 15	\$ 59.27	Unidad	\$ 296.36	\$ 296.36	\$ 355.63	\$ 355.63	\$ 592.71	\$ 533.44	\$ 414.90	\$ 355.63	\$ 414.90	\$ 355.63	\$ 414.90	\$ 533.44
2	Cake de maracuyá y fresas de 15	\$ 52.16	Unidad	\$ 417.26	\$ 417.26	\$ 417.26	\$ 417.26	\$ 678.04	\$ 573.73	\$ 469.41	\$ 469.41	\$ 469.41	\$ 469.41	\$ 521.57	\$ 573.73
3	Cake de nueces de 15	\$ 58.77	Unidad	\$ 411.40	\$ 411.40	\$ 470.17	\$ 411.40	\$ 705.26	\$ 646.49	\$ 528.94	\$ 470.17	\$ 528.94	\$ 470.17	\$ 528.94	\$ 528.94
4	Cake de chocolate strawberry de 15	\$ 53.89	Unidad	\$ 377.20	\$ 431.09	\$ 431.09	\$ 431.09	\$ 700.51	\$ 592.74	\$ 484.97	\$ 431.09	\$ 377.20	\$ 484.97	\$ 538.86	\$ 592.74
5	Cake de coco keto de 15	\$ 49.10	Unidad	\$ 343.70	\$ 392.80	\$ 392.80	\$ 392.80	\$ 638.30	\$ 540.10	\$ 392.80	\$ 392.80	\$ 392.80	\$ 343.70	\$ 638.30	\$ 491.00
6	Alfajores de coco y avena de 8	\$ 9.77	Box	\$ 214.97	\$ 205.20	\$ 214.97	\$ 244.29	\$ 322.46	\$ 293.14	\$ 263.83	\$ 234.51	\$ 244.29	\$ 244.29	\$ 244.29	\$ 273.60
7	Cheesecake de mango de 12	\$ 33.19	Unidad	\$ 630.53	\$ 1,626.10	\$ 597.34	\$ 630.53	\$ 896.01	\$ 796.46	\$ 696.90	\$ 763.27	\$ 696.90	\$ 730.09	\$ 730.09	\$ 829.64
8	Muffin de manzana con nueces de 6	\$ 7.67	Box	\$ 199.46	\$ 176.44	\$ 176.44	\$ 168.77	\$ 253.16	\$ 230.14	\$ 207.13	\$ 214.80	\$ 176.44	\$ 176.44	\$ 207.13	\$ 237.81
9	Galleta de avena y chocolate de 12	\$ 9.14	Box	\$ 210.29	\$ 210.29	\$ 201.14	\$ 210.29	\$ 274.29	\$ 256.00	\$ 219.43	\$ 246.86	\$ 201.14	\$ 228.57	\$ 246.86	\$ 274.29
10	Mousse de yogurt con fresas de 15	\$ 45.41	Unidad	\$ 317.90	\$ 317.90	\$ 317.90	\$ 317.90	\$ 590.39	\$ 499.56	\$ 363.31	\$ 408.73	\$ 363.31	\$ 408.73	\$ 408.73	\$ 454.14
Total de Ventas Mensuales				\$ 3,419.06	\$ 4,484.83	\$ 3,574.74	\$ 3,579.94	\$ 5,651.13	\$ 4,961.80	\$ 4,041.63	\$ 3,987.27	\$ 3,865.34	\$ 3,912.00	\$ 4,479.66	\$ 4,789.34
				Total de Ventas Anuales											
				\$50,746.74											

Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 18.*Proyección de Ventas trimestrales y anuales de los últimos cuatro años*

Producto	Valor	Unidad de medida	Año 2				Año 3				Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4		
Fruit Paradise de 15	\$ 59.27	Unidad	\$ 1,064.04	\$ 1,662.56	\$ 1,330.05	\$ 1,463.06	\$ 1,193.85	\$ 1,865.40	\$ 1,492.32	\$ 1,641.55	\$ 6,948.68	\$ 7,796.41
Cake de maracuya y fresas de 15	\$ 52.16	Unidad	\$ 1,404.49	\$ 1,872.65	\$ 1,580.05	\$ 1,755.61	\$ 1,575.84	\$ 2,101.11	\$ 1,772.81	\$ 1,969.79	\$ 8,324.74	\$ 9,340.36
Cake de nueces de 15	\$ 58.77	Unidad	\$ 1,450.71	\$ 1,978.25	\$ 1,714.48	\$ 1,714.48	\$ 1,627.70	\$ 2,219.59	\$ 1,923.65	\$ 1,923.65	\$ 8,633.33	\$ 9,686.59
Cake de chocolate strawberry de 15	\$ 53.89	Unidad	\$ 1,390.57	\$ 1,934.71	\$ 1,451.03	\$ 1,813.79	\$ 1,560.22	\$ 2,170.75	\$ 1,628.06	\$ 2,035.08	\$ 8,296.19	\$ 9,308.33
Cake de coco keto de 15	\$ 49.10	Unidad	\$ 1,267.07	\$ 1,762.89	\$ 1,322.16	\$ 1,652.71	\$ 1,421.66	\$ 1,977.96	\$ 1,483.47	\$ 1,854.34	\$ 7,559.39	\$ 8,481.63
Alfajores de coco y avena de 8	\$ 9.77	Box	\$ 712.63	\$ 964.79	\$ 833.23	\$ 855.16	\$ 799.57	\$ 1,082.50	\$ 934.88	\$ 959.49	\$ 4,237.16	\$ 4,754.10
Cheesecake de mango de 12	\$ 33.19	Unidad	\$ 1,973.42	\$ 2,606.41	\$ 2,420.23	\$ 2,569.17	\$ 2,214.18	\$ 2,924.39	\$ 2,715.50	\$ 2,882.61	\$12,046.55	\$13,516.23
Muffin de manzana con nueces de 6	\$ 7.67	Box	\$ 619.73	\$ 731.62	\$ 636.94	\$ 697.19	\$ 695.34	\$ 820.88	\$ 714.65	\$ 782.25	\$ 3,380.72	\$ 3,793.17
Galleta de avena y chocolate de 12	\$ 9.14	Box	\$ 697.56	\$ 830.92	\$ 748.85	\$ 841.18	\$ 782.67	\$ 932.29	\$ 840.22	\$ 943.80	\$ 3,925.85	\$ 4,404.81
Mousse de yogurt con fresas de 15	\$ 45.41	Unidad	\$ 1,070.05	\$ 1,579.60	\$ 1,273.87	\$ 1,426.74	\$ 1,200.60	\$ 1,772.31	\$ 1,429.28	\$ 1,600.80	\$ 6,735.35	\$ 7,557.07
Total de ventas trimestrales			\$11,650.29	\$15,924.40	\$13,310.91	\$14,789.08	\$13,071.62	\$17,867.18	\$14,934.84	\$16,593.35	\$70,087.97	\$78,638.70
Total de ventas anuales			\$			55,674.68	\$			62,466.99	\$70,087.97	\$78,638.70

Fuente: *Elaboración propia.*

Para las proyecciones de ventas estimadas se realizó siguiendo el proceso expuesto:

- Cálculo de costos totales de producción: consumo de materia prima, mano de obra y costos fijos.
- Realizando sondeos de los productos de la competencia, investigando los diferentes precios que manejan en el mercado y de esta forma ser competitivos.
- Las unidades se obtuvieron bajo supuestos y consultando a familiares, amigos conocidos que consumen este tipo de productos, puesto que no se contó con datos históricos.
- El crecimiento del 10% en ventas tiene como base fundamental la implementación de un plan de marketing que aumentarían las ventas en los siguientes años.

6. PLAN FINANCIERO

Para iniciar operaciones se recurrirá a dos fuentes de financiamiento, el préstamo bancario y aporte de socios para adquirir maquinaria, utensilios, equipo de oficina, y otros.

6.1. Plan de Inversión.

Tabla 19.

Presupuesto de Maquinaria, Equipo y Materia prima (Cuadro Resumen)

Descripción	Costo Total	Lugar de Compra
Maquinaria	\$ 2,381.88	EB Muebles y Más
Equipo de oficina	\$ 1,328.38	MI PC Papelería y Más
Utensilios	\$ 1,298.38	Tienda Morena
Empaque	\$ 1,567.30	Innovarte
Materia prima	\$ 14,417.02	The Green Corner, Frutas Josué
Total	\$ 20,992.96	

Fuente: *Elaboración propia.*

**Ver detalle de plan de inversión en anexo 2, Tabla 32.*

Tabla 20.*Plan de Inversión de capital de trabajo*

Descripción	Cantidad	Monto gastado mensual	Gasto Total
Alquiler de local			
Local	1	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Servicios Básicos			
Energía eléctrica		\$ 150.00	\$ 1,800.00
Agua		\$ 50.00	\$ 600.00
Teléfono e internet		\$ 30.00	\$ 360.00
Mantenimiento de maquinaria y equipo		\$ 20.00	\$ 240.00
Salario	3	\$ 300.00	\$ 10,800.00
Promoción y Publicidad			
Publicidad		\$ 150.00	\$ 1,800.00
Pago del sitio web			\$ 60.00
Computadora	3	\$ 800.00	\$ 800.00
Equipo de oficina			\$ 353.81
Equipo de trabajo			\$ 234.83
Moto			\$ 800.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$ 19,048.64

*Fuente: Elaboración propia.***Total de la inversión.****Tabla 21.***Total de Inversión.*

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	
Inversión en concepto de Equipo y Herramientas, Materia prima e Insumos Iniciales + inversión en capital de trabajo.	\$ 40,040.96

Fuente: Elaboración propia.

6.2. Estructura de costos

- Costos variables unitarios.

Tabla 22.

Costos variables totales promediados.



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 23.

Costos variables unitarios.

PRODUCTOS	Costo unitario de materia prima	Costo unitario de mano de obra	Costos fijos por servicios	Costos totales
Fruit Paradise de 15	\$ 14.99	\$ 13.50	\$ 13.00	\$ 41.49
Cake de maracuya y fresas de 15	\$ 11.95	\$ 12.56	\$ 12.00	\$ 36.51
Cake de nueces de 15	\$ 16.47	\$ 12.66	\$ 12.01	\$ 41.14
Cake de chocolate strawberry de 15	\$ 13.19	\$ 12.48	\$ 12.05	\$ 37.72
Cake de coco keto de 15	\$ 10.72	\$ 11.90	\$ 11.75	\$ 34.37
Alfajores de coco y avena de 8	\$ 4.65	\$ 1.19	\$ 1.00	\$ 6.84
Cheesecake de mango de 12	\$ 9.43	\$ 7.00	\$ 6.80	\$ 23.23
Muffin de manzana con nueces de 6	\$ 3.45	\$ 1.02	\$ 0.90	\$ 5.37
Galleta de avena y chocolate de 12	\$ 4.22	\$ 1.18	\$ 1.00	\$ 6.40
Mousse de yogurt con fresas de 15	\$ 9.22	\$ 11.56	\$ 11.01	\$ 31.79
Totales	\$ 98.29	\$ 85.05	\$ 81.52	\$ 264.86

Fuente: *Elaboración propia.*

**Cuadro detallado de cálculos de costeo en anexo 3, Tabla 33.*

- Costos totales de un año de operación.

Tabla 24.

Costos totales de un año de operación.

Producto o Servicio	Total de Costos Variables	Total de Costos Fijo	Costos Totales
Pastelería y Repostería	\$ 14,417.02	\$ 22,152.38	\$ 36,569.40

Fuente: *Elaboración propia.*

6.3. Flujo de efectivo

Tabla 25.

Flujo de efectivo proyectado

	Flujo de efectivo proyectado para el primer año de operaciones											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Saldo del periodo anterior		\$ 379.07	\$ 1,311.09	\$ 1,780.23	\$ 2,247.83	\$ 3,797.14	\$ 4,985.01	\$ 5,857.67	\$ 6,715.72	\$ 7,505.91	\$ 8,318.48	\$ 9,432.42
Ingresos												
Ingresos por venta	\$ 3,419.06	\$ 4,484.83	\$ 3,574.74	\$ 3,579.94	\$ 5,651.13	\$ 4,961.80	\$ 4,041.63	\$ 3,987.27	\$ 3,865.34	\$ 3,912.00	\$ 4,479.66	\$ 4,789.34
Otros ingresos												
Total de ingresos	\$ 3,419.06	\$ 4,863.90	\$ 4,885.83	\$ 5,360.17	\$ 7,898.96	\$ 8,758.94	\$ 9,026.64	\$ 9,844.94	\$ 10,581.06	\$ 11,417.91	\$ 12,798.14	\$ 14,221.76
Egresos												
Egresos por gastos de operación	\$ 1,154.01	\$ 1,375.02	\$ 1,188.25	\$ 1,187.31	\$ 1,619.73	\$ 1,474.49	\$ 1,210.31	\$ 1,194.55	\$ 1,174.41	\$ 1,183.18	\$ 1,306.31	\$ 2,965.95
Egresos por gastos de materia prima y mano de obra	\$ 1,885.98	\$ 2,177.79	\$ 1,917.35	\$ 1,925.03	\$ 2,482.09	\$ 2,299.44	\$ 1,958.66	\$ 1,934.67	\$ 1,900.74	\$ 1,916.25	\$ 2,059.41	\$ 2,258.58
Total de egresos	\$ 3,039.99	\$ 3,552.81	\$ 3,105.60	\$ 3,112.34	\$ 4,101.82	\$ 3,773.93	\$ 3,168.97	\$ 3,129.22	\$ 3,075.15	\$ 3,099.43	\$ 3,365.72	\$ 5,224.53
Flujo de efectivo proyectado	\$ 379.07	\$ 1,311.09	\$ 1,780.23	\$ 2,247.83	\$ 3,797.14	\$ 4,985.01	\$ 5,857.67	\$ 6,715.72	\$ 7,505.91	\$ 8,318.48	\$ 9,432.42	\$ 8,997.23

Fuente: *Elaboración propia.*

6.4. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.

Tabla 26.

Análisis de rentabilidad.

ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD DATOS DE UN AÑO DE OPERACIONES	
Utilidad neta	\$ 8,997.23
Total Activos	\$ 30,452.96
RENTABILIDAD	0.2954
	29.54%

Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 27.

Punto de equilibrio en unidades y Montos

Productos	En unidades	En unidades monetarias (\$)
Pastelería y Repostería	1,122	\$ 30,943.30

Fuente: *Elaboración propia.*

**Ver cuadro detallado en Anexo 6, tabla 38.*

6.5. Estado de Resultados proyectado

Tabla 28.

Estado de Pérdidas y Ganancias

NUTRI ARSADI S.A DE C.V ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 20XX			
Estado de Pérdidas y Ganancias	Mes 1	Trimestre	Año 1
Ventas	\$ 3,419.07	\$ 11,478.65	\$ 50,746.76
Costo de los Bienes Vendidos	\$ 985.98	\$ 3,281.12	\$ 14,417.02
Utilidad Bruta	\$ 2,433.09	\$ 8,197.53	\$ 36,329.74
Salarios	\$ 807.75	\$ 2,423.25	\$ 9,693.00
Prestaciones	\$ 92.25	\$ 276.75	\$ 1,107.00
Alquileres locales	\$ 100.00	\$ 300.00	\$ 1,200.00
Mantenimiento	\$ 30.77	\$ 103.31	\$ 456.72
Seguros	\$ 30.77	\$ 103.31	\$ 456.72
Agua, gas, electricidad	\$ 200.00	\$ 600.00	\$ 2,400.00
Comunicaciones	\$ 30.00	\$ 90.00	\$ 360.00
Útiles de oficina	\$ 51.21	\$ 153.63	\$ 614.52
Promoción y Publicidad	\$ 200.00	\$ 600.00	\$ 2,400.00
Transportes	\$ 58.12	\$ 195.14	\$ 862.69
Depreciación	\$ 216.81	\$ 650.43	\$ 2,601.73
Total Gastos Generales y de Admón	\$ 1,817.68	\$ 5,495.82	\$ 22,152.38
Utilidad de Operacion	\$ 615.41	\$ 2,701.71	\$ 14,177.36
Intereses Pagados	\$ 109.98	\$ 328.08	\$ 1,278.10
Utilidad antes de Reserva Legal e Impuesto			\$ 12,899.26
Reserva Legal(7%)			\$ 902.95
Utilidad antes de Impuestos	\$ 505.43	\$ 2,373.63	\$ 11,996.31
Impuesto sobre la Renta (25%)	\$ 126.36	\$ 593.41	\$ 2,999.08
Utilidad Neta	\$ 379.07	\$ 1,780.22	\$ 8,997.23

Fuente: *Elaboración propia.*

6.6. Evaluación Financiera: Viabilidad y factibilidad del proyecto.

Para la evaluación financiera se tomaron los siguientes indicadores:

- **Periodo de Recuperación de la Inversión:** El Periodo de Recuperación de la Inversión es de 3 años aproximados, por lo que dicho proyecto se puede llevar a cabo.
- **Valor Actual Neto:** La VAN para el emprendimiento de los ingresos esperados a valor presente es de \$43,390.60, dando como resultado la viabilidad y factibilidad del proyecto, por lo tanto, existe la oportunidad de invertir.
- **Tasa Interna de Retorno:** Es la tasa de descuento que iguala el VAN de la inversión a \$0 ó lo más cercano, para el proyecto es de 33.41% mayor que el costo de capital, por lo tanto, la inversión es viable.

Distribución de recursos propios y financiamiento.

Para la puesta en marcha del emprendimiento, la inversión total es de \$40,040.96 y se distribuirá de la forma siguiente: el 35.02% será aporte de los socios, el 7.17% será fondos en inventario con el que ya se cuenta, y el 57.78% será financiado a través de un préstamo bancario a 10 años plazo con una tasa de interés del 7.5% anual.

7. PLAN DE TRABAJO

A continuación, se describe en el siguiente cronograma las actividades necesarias para la puesta en marcha del negocio, considerando permisos, capacitaciones, gestiones con instituciones entre otros durante un periodo de un año.

Tabla 29.*Plan de trabajo.*

N°	Objetivo	Acciones	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de fin	Recursos
1	Iniciar un negocio	Establecer la idea de negocio.	Jennifer Arévalo	10/04/21	16/10/21	Computadora, Internet.
2	Legalizar la empresa	Obtener NIT e IVA.	Jennifer Arévalo	10/11/22	14/11/22	Documentos.
3	Apertura de operaciones	Solicitar permiso de alcaldía y MINSAL.	Santos Vásquez	15/11/22	23/11/22	Efectivo y Transporte.
4	Registrar la marca	Presentar documentación AL CNR.	Santos Vásquez	24/11/22	27/11/22	Efectivo y Transporte.
5	Utilizar equipos informáticos	Adquisición de mobiliario.	Ricardo Vásquez	15/12/22	16/12/22	Efectivo y Transporte.
6	Negociar precios	Contacto con proveedores.	Santos Vásquez	17/12/22	23/12/22	Teléfono e Internet.
7	Adquirir Materia Prima	Elaboración de pasteles y postres.	Ricardo Vásquez	26/12/22	30/12/22	Efectivo y Transporte.
8	Prevenir riesgos de siniestros	Contratar seguro contra incendio.	Ricardo Vásquez	01/01/23	15/01/23	Efectivo y Transporte.
9	Iniciar Operaciones	Empezar actividades laborales.	Santos Vásquez	01/01/23		Computadora, Teléfono.
10	Brindar servicio a domicilio	Adquirir Motocicleta.	Santos Vásquez	04/01/23	31/12/23	Motocicleta.
11	Posicionar la marca	Promoción y publicidad en los medios digitales.	Jennifer Arévalo	04/01/23	31/01/23	Computadora.
12	Fidelizar a los clientes	Otorgar artículos promocionales.	Jennifer Arévalo	04/01/23	31/12/23	Artículos.
13	Conocer la rentabilidad del proyecto	Cálculos de índices financieros.	Santos Vásquez	01/06/23	31/12/23	Computadora, Sistemas.
14	Búsqueda de local	Alquilar local.	Jennifer Arévalo	01/12/23	31/12/23	Efectivo y Transporte.
15	Aumentar las ventas	Innovación de nuevos productos.	Ricardo Vásquez	03/01/24	31/12/24	Maquinaria.

Fuente: *Elaboración propia*

8. PLAN DE CONTINGENCIA

Medidas generales de prevención.

- 1) Evitar los accidentes de trabajo en el personal.
 - La medida preventiva a potenciar y maximizar es la capacitación y concientización del personal que trabaja en cada una de las áreas.

- 2) No obstruir el paso y aseo en el área de trabajo para evitar accidentes.
 - Mantener el orden en el uso de maquinaria y herramientas, hacer uso de calzado adecuado antideslizantes y una buena iluminación eficiente.

- 3) Utilizar adecuadamente el equipo de trabajo en la manipulación de insumos.
 - Supervisar que el personal haga uso correcto de todo el equipo de trabajo como, por ejemplo, las redecillas para evitar caída de cabello y asegurar una mejor higiene.

- 4) No sobrecargar al personal en las actividades.
 - Mantener una cooperación mutua entre el personal cuando se requiera en las actividades a realizar para cumplir con dichas demandas de forma eficiente.

Acciones en caso de siniestro.

Riesgo de incendio por cortocircuito eléctrico generado por maquinaria del área de cocina y demás áreas: se contará con las siguientes medidas:

- Revisar periódicamente la instalación eléctrica.
- No sobrecargar los aparatos o instrumentos eléctricos.
- Mantener extintores en cada área.

- Supervisar que, al finalizar toda actividad, cerrar las válvulas de los contenedores para evitar fugas y ocurra algún percance de incendio.

Manejo de crisis.

Crear un comité de crisis para el manejo de las siguientes situaciones: Ante situaciones de incendio, fallas en el equipo ó maquinaria, incapacidad del personal, fallas en los intangibles, desastres naturales, que impida entregar el producto a tiempo.

El comité de crisis implementará el siguiente proceso para el manejo de las situaciones previamente antes mencionada: notificar al cliente, Alquilar o comprar equipo ó maquinaria, contratar personal temporalmente, apoyo de colaboradores 24/7.

Plan de continuidad.

Para la continuidad de modelo de negocio de pastelería y repostería NUTRI ARSADI busca minimizar el riesgo operacional;

- Causas externas que afectan la operatividad de un activo como un desastre natural y ante una posible pérdida parcial o total a causa de siniestros.
- Posible segundo confinamiento por incremento de casos de COVID-19.

Ante estos posibles escenarios de riesgos se llevará a cabo las siguientes opciones:

- Adquirir un nuevo financiamiento a través de las instituciones bancarias.
- Introducir un concepto diferente de productos enfocado a la alimentación tradicional.

Seguridad de los activos.

Poseer un seguro contra incendios, desastres naturales, robos que ayudarán a reducir la incertidumbre económica sobre el futuro.

9. BIBLIOGRAFÍA

Benítez, B. (2020). *Revista Gato Encerrado*. Recuperado de

<https://www.agenciaocote.com/blog/2020/12/14/el-salvador-pacientes-con-diabetesfrente-a-un-sistema-de-salud-con-poca-apuesta-a-la-prevencion/>

Centro Médico ABC. (2020). *¿Cómo funciona la dieta cetogenica?* Recuperado de

<https://centromedicoabc.com/revista-digital/como-funciona-la-dieta-cetogenica/>

healthline. (30 de junio de 2018). *¿Qué es la dieta cetogenica?* Recuperado de

<https://www.healthline.com/health/es/dieta-cetogenica#diabetes>

Paleo Foundation. (1 de Abril de 2021). *Mercado y las tendencias de la dieta keto*.

Recuperado de <https://paleofoundation.com/el-mercado-y-las-tendencias-de-la-dieta-keto2020/>

Ventura, S., & Mendoza, J. (Enero de 2020). Recuperado el 2020, de

<https://www.itca.edu.sv/wp-content/uploads/2021/02/03-Alimentos-ACELYSES-Ebook.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1: Manual de puestos de trabajo.

Tabla 30.

Manual de puestos de Administración y Finanzas

Área de gestión	Administración y Finanzas
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar e implementar el Plan de Compras. • Preparación y asignación de los presupuestos, flujos de efectivo. • Coordinar los servicios de mensajería y logística de la empresa. • Analizar las posibilidades de inversión. • Desarrollar un plan de administración de riesgos. • Impulsar proyectos en mercados alternativos. • Definir y desarrollar procesos contables.
Habilidades requeridas	<ul style="list-style-type: none"> • Proactivo, Analítico, Trabajo en equipo • Manejo de equipo de oficina, paquete de office • Capacidad de negociación, Habilidad numérica. • Habilidad de liderazgo y comunicación. • Técnico/Especialización en Finanzas, egresado o graduado en administración de empresas.
Cantidades de personas	1 socio de la empresa.

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 31.

Manual de puestos de Recursos Humanos

Área de gestión	Recursos humanos
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Reclutamiento, selección, Formación y Desarrollo de personal. • Diseñar y otorgar las recompensas, en forma de incentivo. • Planificación del plantel de la empresa. • Descripción y retribución de los puestos de trabajo. • Procurar el bienestar de todos los empleados. • Conocimiento en Leyes Laborales, Seguridad y Salud Ocupacional
Habilidades requeridas	<ul style="list-style-type: none"> • Empático/a, Proactivo, Trabajo en equipo. • Habilidad de liderazgo y comunicación. • Gestión de equipos y talento humano. • Manejo de nueva tecnología y Análisis de datos. • Conocimientos básicos en elaboración de planillas de salario, planilla de ISSS, AFP.
Cantidades de personas	1 socio de la empresa.

Fuente: *Elaboración propia*

ANEXO 2: Detalle de Plan de Inversión.

Tabla 32.

Plan de Inversión.

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Lugar de Compra
Maquinaria					
Horno	Unidad	1	\$ 550.00	\$ 550.00	EB Muebles y Más
Cazos eléctricos.	Unidad	1	\$ 26.88	\$ 26.88	EB Muebles y Mas
Congeladores	Unidad	1	\$ 600.00	\$ 600.00	EB Muebles y Más
Cámara refrigerante	Unidad	1	\$ 350.00	\$ 350.00	EB Muebles y Más
Batidora	Unidad	1	\$ 450.00	\$ 450.00	EB Muebles y Más
Trituradoras.	Unidad	2	\$ 30.00	\$ 60.00	EB Muebles y Más
Licuadoras.	Unidad	2	\$ 20.00	\$ 40.00	Tienda Morena
Microondas	Unidad	1	\$ 60.00	\$ 60.00	Tienda Morena
Báscula	Unidad	1	\$ 95.00	\$ 95.00	Tienda Morena
Atemperador de chocolate	Unidad	1	\$ 150.00	\$ 150.00	EB Muebles y Más
SUBTOTAL				\$ 2,381.88	
Equipo de oficina				\$ 1,328.38	
Empaque					
Empaque para pasteles de 15 porciones	Unidad	700	\$ 1.20	\$ 840.00	Innovarte
Empaque para Galletas y alfajores	Unidad	413	\$ 0.35	\$ 144.55	Innovarte
Empaque para Chesscake de 15 porciones	Unidad	450	\$ 0.80	\$ 360.00	Innovarte
Empaque para Muffin de manzana	Unidad	405	\$ 0.55	\$ 222.75	Innovarte
SUBTOTAL				\$ 1,567.30	
Utensilios				\$ 1,298.38	Tienda Morena
Materia Prima					
Chispas de chocolate	80 Gramos	2	\$ 2.00	\$ 4.00	Green Heart
Harinas de almendras	16 oz	10	\$ 14.00	\$ 140.00	The Green Corner
Harina de coco	16 oz	10	\$ 5.00	\$ 50.00	The Green Corner
Harina integral	16 oz	10	\$ 0.80	\$ 8.00	Bakery Depot
Avena	16 oz	10	\$ 3.00	\$ 30.00	The Green Corner
Coco rayado	8 oz	10	\$ 3.10	\$ 31.00	The Green Corner
Estevia	400 Gramos	10	\$ 7.00	\$ 70.00	The Green Corner
Almendras	16 oz	5	\$ 5.00	\$ 25.00	The Green Corner
Nueces	16 oz	5	\$ 5.00	\$ 25.00	The Green Corner
Almendras en rodaja para decorar	150 Gramos	8	\$ 3.20	\$ 25.60	The Green Corner
Leche de almedras	16 oz	10	\$ 2.50	\$ 25.00	The Green Corner
Leche de coco	16 oz	10	\$ 2.50	\$ 25.00	The Green Corner
Cocoa	500 Gramos	10	\$ 9.00	\$ 90.00	The Green Corner
Yogurt griego	750 Gramos	8	\$ 7.00	\$ 56.00	The Green Corner
Crema vegetal	Libra	8	\$ 2.70	\$ 21.60	The Green Corner
Fresas	Libra	10	\$ 2.77	\$ 27.73	Frutas Josué
Mango	Unidad	15	\$ 0.75	\$ 11.25	Frutas Josué
Uvas	Libra	10	\$ 1.42	\$ 14.20	Frutas Josué
Manzanas	Unidad	50	\$ 0.21	\$ 10.50	Frutas Josué
Bananos	Medio ciento	1	\$ 4.00	\$ 4.00	Frutas Josué
Naranja	Medio ciento	1	\$ 7.00	\$ 7.00	Frutas Josué
Piña	Caja 5 unidades	1	\$ 10.00	\$ 10.00	Frutas Josué
Maracuyá	Libra	8	\$ 2.00	\$ 16.00	Frutas Josué
Gelatina simple	100 Gramos	2	\$ 2.00	\$ 4.00	Walmart
Huevos	Carton	15	\$ 2.00	\$ 30.00	Avicola la norteña
Vainilla	Libra	6	\$ 2.00	\$ 12.00	Walmart
Aceite de oliva	1500 ml	1	\$ 8.00	\$ 8.00	Walmart
Canela	16 oz	2	\$ 3.25	\$ 6.50	Walmart
Galletas integrales	500 gm	8	\$ 4.50	\$ 36.00	Green Heart
Mantequilla de mani	8 oz	2	\$ 5.00	\$ 10.00	Green Heart
SUBTOTAL COMPRA MENSUAL				\$ 985.98	Costo mensual de materia prima
COSTO ANUAL DE MATERIA PRIMA				\$ 14,417.02	
TOTAL DE: EQUIPO Y HERRAMIENTAS, MATERIALES E INSUMOS INICIALES EN EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN				\$ 20,992.96	

Fuente: *Elaboración propia.*

ANEXO 3: Detalle y cálculos de costo variables unitarios y totales.

COSTO VARIBALE MATERIA PRIMA

Tabla 33.

Detalle de costos variables unitarios

PRODUCTOS	Descripción de la materia prima	Cantidad	Unidad de Medida	Precio Unitario	Total
Fruit Paradise	Harina de almendras	175	Gramos	\$ 0.0280	\$ 4.90
	Leche de coco	59	ML	\$ 0.0020	\$ 0.12
	Estevia	150	Gramos	\$ 0.0088	\$ 1.31
	Huevos	5	Gramos	\$ 0.0600	\$ 0.30
	Vainilla	15	Gramos	\$ 0.0040	\$ 0.06
	Crema vegetal	300	Gramos	\$ 0.0054	\$ 1.62
	Yogurt griego	200	Gramos	\$ 0.0093	\$ 1.86
	Coco rayado	150	Gramos	\$ 0.0052	\$ 0.78
	Fresas	100	Gramos	\$ 0.0055	\$ 0.55
	Kiwis	2	unidad	\$ 0.3000	\$ 0.60
	Melocoton	2	unidades	\$ 0.3000	\$ 0.60
	Uvas verdes	50	Gramos	\$ 0.0028	\$ 0.14
	Almendra troceada	50	Gramos	\$ 0.0190	\$ 0.95
Cake de maracuya y fresas	Harina de almendras	125	Gramos	\$ 0.0280	\$ 3.50
	Leche de coco	59	ML	\$ 0.0100	\$ 0.59
	Estevia	150	Gramos	\$ 0.0088	\$ 1.31
	Vinagre de manzana	700	ML	\$ 0.0014	\$ 0.98
	Aceite de oliva	100	ML	\$ 0.0053	\$ 0.53
	Vainilla	15	Gramos	\$ 0.0040	\$ 0.06
	Fresas	100	Gramos	\$ 0.0055	\$ 0.55
	Crema vegetal	450	ML	\$ 0.0054	\$ 2.43
	Maracuya	200	ML	\$ 0.0040	\$ 0.80
Cake de nueces	Harina de almendra	250	Gramos	\$ 0.0280	\$ 7.00
	Harina de coco	200	Gramos	\$ 0.0100	\$ 2.00
	Estevia	15	ML	\$ 0.0088	\$ 0.13
	Crema vegetal	450	ML	\$ 0.0054	\$ 2.43
	Mantequilla light	30	Gramos	\$ 0.0049	\$ 0.15
	Huevos	4	Unidad	\$ 0.0600	\$ 0.24
	Leche de Almendra	60	ML	\$ 0.0023	\$ 0.14
	Polvo para Hornear	15	Gramos	\$ 0.0085	\$ 0.13
	Vainilla	15	Gramos	\$ 0.0040	\$ 0.06
	Nueces troceada	300	Gramos	\$ 0.0100	\$ 3.00

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 33.1.*Detalle de costos variables unitarios*

Keto Chocolate Strambrerry cake	Harina de almendras	110	Gramos	\$ 0.0280	\$	3.08
	Leche de almendra	60	ML	\$ 0.0100	\$	0.60
	Cacao en polvo	70	Gramos	\$ 0.0160	\$	1.12
	Huevos	6	unidad	\$ 0.0600	\$	0.36
	Aceite de oliva	100	Gramos	\$ 0.0053	\$	0.53
	Estevia	15	MI	\$ 0.0088	\$	0.13
	Polvo para hornear	15	Gramos	\$ 0.0085	\$	0.13
	Fresas	1 1/2	Libra	\$ 2.7700	\$	4.16
	Crema vegetal	350	Gramos	\$ 0.0054	\$	1.89
Coco keto	Harina de coco	300	Gramos	\$ 0.010	\$	3.00
	Polvo para Hornear	15	Gramos	\$ 0.009	\$	0.13
	Mantequilla Ligth	80	Gramos	\$ 0.005	\$	0.39
	Estevia	15	Gramos	\$ 0.009	\$	0.13
	Huevos	3	Gramos	\$ 0.060	\$	0.18
	Leche de coco	60	ML	\$ 0.002	\$	0.12
	Crema vegetal	350	Gramos	\$ 0.005	\$	1.89
	Yogurt Griego	200	ML	\$ 0.009	\$	1.86
Coco Rayado	350	Gramos	\$ 0.005	\$	1.82	
Alfajores	Harina integral	100	Gramos	\$ 0.002	\$	0.16
	Harina de avena	100	Gramos	\$ 0.006	\$	0.60
	Coco rayado	90	Gramos	\$ 0.005	\$	0.47
	Edulcorante estevia	15	Gramos	\$ 0.009	\$	0.13
	Huevo	2	Unidad	\$ 0.060	\$	0.12
	Vainilla	25	gramos	\$ 0.004	\$	0.10
	Leche de almendra	140	ml	\$ 0.002	\$	0.32
	Dulce de leche sin azucar	35	Gramos	\$ 0.055	\$	1.93
	Aceite de oliva	90	Gramos	\$ 0.005	\$	0.48
Chesscake de mango	Harina de almendra	50	Gramos	\$ 0.028	\$	1.40
	Harina integral	50	Gramos	\$ 0.013	\$	0.63
	Aceite de oliva	30	ML	\$ 0.005	\$	0.16
	Mango	2	unidad	\$ 0.750	\$	1.50
	Yogurt Griego	450	Gramos	\$ 0.009	\$	4.19
	Gelatina simple	12	Gramos	\$ 0.020	\$	0.24
	Estevia	60	Gramos	\$ 0.009	\$	0.53

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 33.2.*Detalle de costos variables unitarios*

	Manzana	1	Unidad	\$	0.210	\$	0.21
	Nueces	100	Gramos	\$	0.010	\$	1.00
	Huevos	3	unidad	\$	0.180	\$	0.54
Muffin de manzana	Estevia	30	Gramos	\$	0.009	\$	0.26
	Harina de avena	100	Gramos	\$	0.006	\$	0.60
	Aceite de oliva	30	ML	\$	0.005	\$	0.16
	Polvo para hornear	15	Gramos	\$	0.009	\$	0.13
	Bananos	2	unidad	\$	0.080	\$	0.16
Galleta de avena y chocolate	Chispa de chocolate	100	Gramos	\$	0.025	\$	2.50
	Harina de avena	190	Gramos	\$	0.006	\$	1.14
	Estevia	8	Gramos	\$	0.009	\$	0.07
	Galleta integral	150	Gramos	\$	0.01	\$	1.35
	Aceite de oliva	30	Gramos	\$	0.01	\$	0.16
Mousse de yogurt con fresas	Yogurt natural griego	500	Gramos	\$	0.01	\$	4.65
	Vainilla	15	Gramos	\$	0.04	\$	0.60
	Estevia	30	Gramos	\$	0.01	\$	0.26
	Fresas	1	Lb	\$	1.00	\$	1.00
Sumatoria del Costo variable de materia prima					\$		89.05
Total de producción (cantidad)							131
Costo variable materia prima / total de producción					\$		0.68
Costo variable unitario de materia prima							

Fuente: *Elaboración propia.*

CÁLCULO DE COSTO DE MANO DE OBRA

Tabla 34.*Cálculo de Costo de Mano de Obra.*

PRODUCTO	Descripción del Tipo de Personal	Descripción del Tipo de Salario por periodo	Número de Personas	Total Salarios Mensuales
Pastelería	Gerente	Base	1	\$ 300.00
	Producción	Base	1	\$ 300.00
Repostería	Mercadeo y ventas	Base	1	\$ 300.00
Costo de Mano de Obra Mensual				\$ 900.00
Total de producción en libras (cantidad)				131
Costo variable mano de obra / total de producción = Costo Variable Mano de Obra				\$ 6.87

Fuente: *Elaboración propia.*

TOTAL DE COSTOS VARIABLES UNITARIOS

Tabla 35.

Total costos variables unitarios.

Productos	Costo unitario de materia prima	Costo unitario de mano de obra	Total costo variable unitario
Fruit Paradise de 15	\$ 14.99	\$ 13.50	\$ 28.49
Cake de maracuya y fresas de 15	\$ 11.95	\$ 12.56	\$ 24.51
Cake de nueces de 15	\$ 16.47	\$ 12.66	\$ 29.13
Cake de chocolate strawberry de	\$ 13.19	\$ 12.48	\$ 25.67
Cake de coco keto de 15	\$ 10.72	\$ 11.90	\$ 22.62
Alfajores de coco y avena de 8	\$ 4.65	\$ 1.19	\$ 5.84
Cheesecake de mango de 12	\$ 9.43	\$ 7.00	\$ 16.43
Muffin de manzana con nueces de 6	\$ 3.45	\$ 1.02	\$ 4.47
Galleta de avena y chocolate de 12	\$ 4.22	\$ 1.18	\$ 5.40
Mousse de yogurt con fresas de 15	\$ 9.22	\$ 11.56	\$ 20.78

Fuente: *Elaboración propia.*

ANEXO 4: Detalle de cálculos de costos fijos totales.

Tabla 36.

Costos fijos totales

DESCRIPCIÓN	VALORES MENSUALES			TOTAL VALOR
	MES 1	MES 2	MES 3	TRIMESTRAL
Alquiler	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 300.00
Agua potable, gas y electricidad	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 600.00
Mantenimiento	\$ 33.45	\$ 34.22	\$ 35.16	\$ 102.83
Comunicaciones (teléfono) e internet	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 90.00
Seguro	\$ 33.45	\$ 34.22	\$ 35.16	\$ 102.83
Transporte	\$ 57.77	\$ 59.11	\$ 60.73	\$ 177.61
Publicidad	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 600.00
Papelería	\$ 51.21	\$ 51.21	\$ 51.21	\$ 153.63
Depreciación	\$ 216.81	\$ 216.81	\$ 216.81	\$ 650.43
Total, Costos Fijos	\$ 922.69	\$ 925.57	\$ 929.07	\$ 2,777.33
Total, de Producción por periodo (cantidad) (mensual / trimestral)	131	159	130	420
Total, costos fijos / total de producción = Costos fijos unitarios	\$ 7.04	\$ 5.82	\$ 7.15	\$ 6.61

Fuente: *Elaboración propia.*

ANEXO 5: Costo(s) Unitario(s)

Tabla 37.

Costos Unitarios

Producto	Costo de materia prima unitario	Costo Fijo unitario	Costo total unitario
Fruit Paradise de 15	\$ 14.99	\$ 13.00	\$ 27.99
Cake de maracuya y fresas de 15	\$ 11.95	\$ 12.00	\$ 23.95
Cake de nueces de 15	\$ 16.47	\$ 12.01	\$ 28.48
Cake de chocolate strawberry de 15	\$ 13.19	\$ 12.05	\$ 25.24
Cake de coco keto de 15	\$ 10.72	\$ 11.75	\$ 22.47
Alfajores de coco y avena de 8	\$ 4.65	\$ 1.00	\$ 5.65
Cheesecake de mango de 8	\$ 9.43	\$ 6.80	\$ 16.23
Muffin de manzana con nueces de 6	\$ 3.45	\$ 0.90	\$ 4.35
Galleta de avena y chocolate de 12	\$ 4.22	\$ 1.00	\$ 5.22
Mousse de yogurt con fresas de 15	\$ 9.22	\$ 11.01	\$ 20.23

Fuente: *Elaboración propia.*

ANEXO 6: Cálculo del Punto de Equilibrio.

Punto de equilibrio expresado en unidades y unidades monetarias

Tabla 38.

Cálculo de Punto de Equilibrio

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Ventas del Primer Año	Porcentaje de Participación	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Unitario	Margen de Contribución	Unidades de Equilibrio	Ingreso de Equilibrio
1	Fruit Paradise de 15	Unidad	83	5%	\$ 59.27	\$ 14.99	\$ 44.28	51	\$ 2,999.73
2	Cake de maracuya y fresas de 15	Unidad	113	6%	\$ 52.16	\$ 11.95	\$ 40.21	69	\$ 3,593.77
3	Cake de nueces de 15	Unidad	104	6%	\$ 58.77	\$ 16.47	\$ 42.30	63	\$ 3,726.99
4	Cake de chocolate strawberry de 15	Unidad	109	6%	\$ 53.89	\$ 13.19	\$ 40.70	66	\$ 3,581.45
5	Cake de coco keto de 15	Unidad	109	6%	\$ 49.10	\$ 10.72	\$ 38.38	66	\$ 3,263.37
6	Alfajores de coco y avena de 8	Box	307	17%	\$ 9.77	\$ 4.65	\$ 5.12	187	\$ 1,829.17
7	Cheesecake de mango de 12	Unidad	290	16%	\$ 33.19	\$ 9.43	\$ 23.76	177	\$ 5,868.24
8	Muffin de manzana con nueces de 6	Box	316	17%	\$ 7.67	\$ 3.45	\$ 4.22	193	\$ 1,478.16
9	Galleta de avena y chocolate de 12	Box	304	17%	\$ 9.14	\$ 4.22	\$ 4.92	185	\$ 1,694.78
10	Mousse de yogurt con fresas de 15	Unidad	105	6%	\$ 45.41	\$ 9.22	\$ 36.19	64	\$ 2,907.64
VOLUMEN TOTAL DE VENTAS			1,840	100%	Margen de Contribución Combinado		\$ 19.74	1,122	\$ 30,943.30

Fuente: *Elaboración propia.*

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}} = \frac{\$ 22,152.38}{\$ 19.74} = \mathbf{1,122 \text{ Unidades}}$$

ANEXO 7: Supuestos de inversión y financiación.

Tabla 39.

Supuestos de inversión y financiamiento.

PROYECCIONES FINANCIERAS NUTRI ARSADI S.A DE C.V					
SUPUESTOS DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN					
Concepto	Monto	FINANCIAMIENTO			Préstamos Financieros
		Fondos Propios	Fondos - ETI		
Locales:	\$ 6,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,000.00
Local:	\$ 1,200.00			\$ -	\$ 1,200.00
Energía eléctrica	\$ 1,800.00			\$ -	\$ 1,800.00
Agua	\$ 600.00			\$ -	\$ 600.00
Teléfono e Internet	\$ 360.00			\$ -	\$ 360.00
Mantenimiento maquinaria y equipo	\$ 240.00			\$ -	\$ 240.00
Publicidad	\$ 1,800.00			\$ -	\$ 1,800.00
Maquinaria:	\$ 2,381.88	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,381.88
Maquinaria	\$ 2,381.88			\$ -	\$ 2,381.88
Equipo:	\$ 2,626.76	\$ 396.21	\$ -	\$ -	\$ 2,230.55
Equipo y utensilios	\$ 1,298.38	\$ 200.00	\$ -	\$ -	\$ 1,098.38
Equipo de oficina	\$ 1,328.38	\$ 196.21	\$ -	\$ -	\$ 1,132.17
Herramientas de Trabajo:	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ -	\$ -	\$ -
Equipo de trabajo	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ -	\$ -	\$ -
Escritorio	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ -	\$ -	\$ -
Computadoras	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ -	\$ -	\$ -
Vehículos:	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ -	\$ -	\$ -
Motocicleta	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ -	\$ -	\$ -
Caja Baulera	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de Trabajo:	\$ 14,417.02	\$ 9,000.00	\$ -	\$ -	\$ 5,417.02
Efectivo		\$ 9,000.00	\$ -	\$ -	\$ 9,000.00
Materias Primas	\$ 14,417.02			\$ -	\$ 14,417.02
Otros:	\$ 3,027.30	\$ 1,460.00	\$ -	\$ -	\$ 1,567.30
Empaque	\$ 1,567.30			\$ -	\$ 1,567.30
Pago de Hosting y dominio	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ -	\$ -	\$ -
Escritura de Constitución	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ -	\$ -	\$ -
Sistema Contable	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ -	\$ -	\$ -
Capital Social (5%)	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ -	\$ -	\$ -
Totales:	\$ 30,452.96	\$ 12,856.21	\$ -	\$ -	\$ 17,596.75

Fuente: *Elaboración propia.*

ANEXO 8: Fotografías relacionadas con el equipo emprendedor.

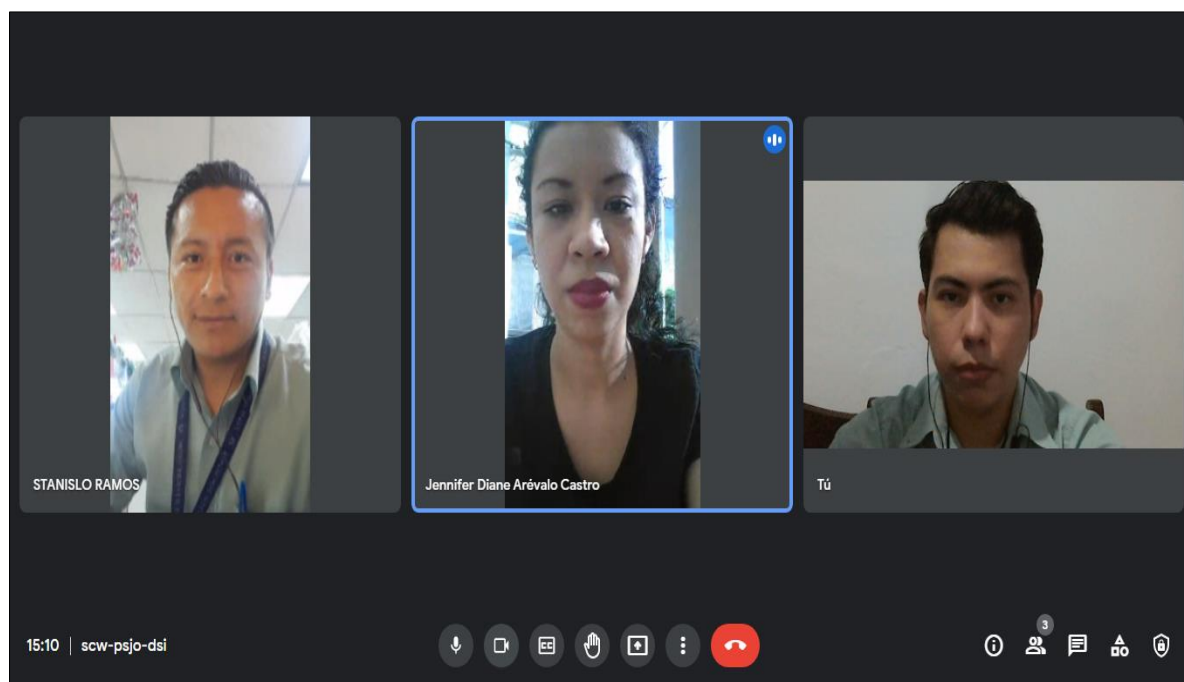


Figura 18. Fotografía del equipo emprendedor

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 9: Cotizaciones del presupuesto.

	PRESENTACION LOCAL		IMPORTADA
HARINA ALMENDRA	LB	\$ 14.00	\$ 18.00
HARINA COCO	LB	\$ 6.25	\$ 9.50
HARINA INTEGRAL	LB		\$ 6.95
AVENA HOJUELA	LB		\$ 5.00
COCO RAYADO	LB	\$ 5.00	
ESTEVIA	LB		\$ 18.00
LECHE ALMENDRA	32 OZ		\$ 6.90
LECHE COCO	32 OZ		\$ 5.80
COCOA	LB	\$ 8.00	
YOGURT GRIEGO	425 gm	\$ 6.00	

Figura 19. Cotización de insumos principales

Fuente: The Green Corner

<p>Harina de Almendras</p> <p>16 oz, 1 lb \$10</p>		<p>Harina de coco</p> <p>8 oz \$5 16 oz \$10</p>	
<p>Mantequilla de Maní</p> <p>Maní simple y una pizca de sal marina.</p> <p>8 oz \$5 Medium Size 500 g \$10 Big Size 24 oz \$13</p>		<p>Almendras</p> <p>8 oz \$5 16 oz \$9.5</p>	
<p>Nueces</p> <p>8 oz \$4.5 16 oz \$9</p>		<p>Coco Simple</p> <p>8 oz \$4.5 16 oz \$9</p>	
<p>Almendra rebanada</p> <p>8 oz \$5 16 oz \$10</p>		<p>Chispas de chocolate</p> <p>cacao al 50%, azúcar, lecitina de soya, sin leche sin huevo.</p> <p>80 g \$2</p>	
<p>Nibs enteros de cacao</p> <p>4 oz \$4 16 oz \$8</p>			

Figura 20. Cotización por catálogo

Fuente: Green Heart

Nota 1: Los insumos naturales que se adquirirán para la Pastelería y repostería, fueron cotizados en dos proveedores principales: The Green Corner y Green Heart, de acuerdo a precios a nuestra conveniencia y el resto de insumos que no tenían estas entidades se cotizaron de forma presencial en tiendas y supermercados.

Nota 2: La adquisición de maquinaria presentada en la cotización detalla por EB MUEBLES y MÁS, son precios de maquinaria nueva; por lo tanto, se decidió adquirir maquinaria usada, debido al alto precio. La maquinaria usada tiene precios más accesibles y cuentan con periodo de garantía por 3 meses otorgada por la misma empresa. Recaltar que en la mayoría de maquinaria se adquirió con esta empresa, y la restante se cotizo con diferentes entidades.

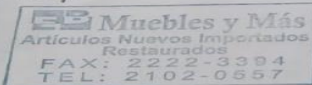
EB MUEBLES Y MÁS

Alameda Juan Pablo II Contiguo a Biblioteca Chapultepec # 144 Pte. San Salvador.
Tel. 2102-0557

Fecha: Miércoles 3 de septiembre del 2021
 Cliente: Pastelería y Repostería DESERT LOVER
 Teléfono y Correo: 7162-5294
 Asesor de Ventas: Tatiana De Valencia

Cotización Detallada

Cant.	Descripción	Precio Unitario	Total
1	Horno de panadería, nuevo de 6 latas industrial con forboma, ventana de vidrio, termostato.	\$ 975	\$ 975
1	Ratidora industrial mob. HLB20 de 20 litros nueva, plateta, globo, gancho.	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
1	clavijero de 32 latas nacionales, nuevo	\$ 225.00	\$ 225.00
1	Bascula digital, nueva	\$ 95.00	\$ 95.00
1	vitrina refrigerante, caliente y temperatura normal, usado	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
Total		\$ 6,795.00	\$ 6,795.00


 EB Muebles y Más
 Artículos Nuevos Importados
 Restaurados
 FAX: 2222-3394
 TEL: 2102-0557

Oferta valida por un periodo de: Mientras dure en existencias

Nota: Entrega inmediata al realizar la compra en efectivo, si presenta cheque debe esperar a que se haga efectivo el cambio y luego se despacha el producto.

Figura 21. Cotización de Maquinaria

Fuente: EB MUEBLES Y MÁS.