



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
EXTENSIÓN GALÁPAGOS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

TEMA:

**PLAN DE MARKETING DE UNA EMPRESA PASTELERA, EN
LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS, CANTÓN SANTA CRUZ**

AUTORA:

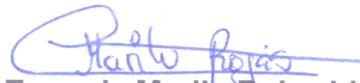
EUGENIA MARILU ROJAS LLERENA

SANTA CRUZ, SEPTIEMBRE 2017

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Eugenia Marilu Rojas Llerena**, declaro bajo juramento, que el trabajo denominado **“Plan de marketing para la empresa Entre tortas”** es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional Del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



Eugenia Marilu Rojas Llerena

C.I: 2000099347

CERTIFICACIÓN

Yo, **Ing. Jadira Larrea Saltos**, certifico que el trabajo denominado "**Plan de marketing para la empresa Entre tortas**" realizado por la estudiante **Eugenia Marilu Rojas Llerena** es el responsable exclusivo tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

Santa Cruz, Septiembre 2017



Ing. Jadira Larrea Saltos

DEDICATORIA

Este proyecto es dedicado a Dios, quien me dio la vida y fortaleza para culminar mi carrera universitaria.

A mis padres y a mi hermano, quienes son el pilar fundamental en mi vida, porque siempre me han brindado su amor y esfuerzo incondicional, motivándome para ser una persona profesional y exitosa.

A los profesores de la Universidad Internacional Del Ecuador, que con su valiosa enseñanza y paciencia, han brindado sus conocimientos adquiridos, para ser una profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera especial a mi familia, vecinos, amigos y todos los que forman parte de la Universidad Internacional del Ecuador, que han sido parte de mí caminar en esta vida estudiantil, porque siempre han estado motivándome a no desmayar y vencer todos los problemas que se han presentado, para culminar mi carrera universitaria.

INDICE

1.	DATOS GENERALES DEL PROYECTO	1
1.1	NOMBRE DEL PROYECTO.....	1
1.2	ENTIDAD EJECUTORA.....	1
1.3	INTRODUCCIÓN	1
1.4	JUSTIFICACIÓN	2
1.5	COBERTURA Y LOCALIZACIÓN.....	3
1.6	MONTO	3
1.7	PLAZO DE EJECUCIÓN.....	3
1.8	SECTOR Y TIPO DEL PROYECTO	3
2	DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA.....	4
2.1	DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN DEL PROYECTO.....	4
2.2	IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA	4
2.3	MARCO NORMATIVO	5
2.4	LÍNEA BASE DEL PROYECTO	7
2.5	ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA.....	8
2.6	IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO.....	9
3	OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	12
3.1	OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
3.2	INDICADORES DE RESULTADOS	13
3.3	MATRIZ DE MARCO LÓGICO.....	21

4	VIABILIDAD Y PLAN DE SOSTENIBILIDAD	23
4.1	VIABILIDAD TÉCNICA	23
4.2	VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	27
5	PRESUPUESTO	31
6	ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN.....	45
6.1	ESTRUCTURA OPERATIVA	45
6.2	ARREGLOS INSTITUCIONALES Y MODALIDAD DE EJECUCIÓN.....	47
6.3	CRONOGRAMA VALORADO POR COMPONENTE Y ACTIVIDADES.....	47
7	ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACION	47
7.1	MONITOREO DE LA EJECUCIÓN	47
7.2	EVALUACIÓN DE RESULTADOS E IMPACTOS	48
	ANEXOS.....	49
	ANEXO 1: FOTOGRAFÍAS.....	50
	ANEXO 2: CD VIDEOS.....	53
	ANEXO 3: PROFORMA DE SPOT PUBLICITARIO	54
	ANEXO 4: INFORMES DE AVANCES DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	56
	ANEXO 5: CRONOGRAMA DE TRABAJO PROPUESTO PARA EL DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	64
	ANEXO 6: HOJA DE ASISTENCIA EN EL DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	67
	BIBLIOGRAFIA.....	70

1. DATOS GENERALES DEL PROYECTO

1.1 NOMBRE DEL PROYECTO

Plan de Marketing para la empresa Entre Tortas

1.2 ENTIDAD EJECUTORA

Universidad Internacional del Ecuador Extensión Galápagos, es la ejecutora de este proyecto, a través de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, en beneficio de la ciudadana Joselin Rhor Romano postulante a ser Artesana Calificada.

1.3 INTRODUCCIÓN

En épocas pre históricas, los hombres primitivos ya consumían alimentos azucarados extraídos de la miel silvestre, las frutas y las semillas; productos que en el neolítico ya se mezclaban en papillas de cereales sobre piedras calientes, permitiendo de esta manera la elaboración de los primeros pasteles, que proviene de la palabra francesa *watel* que significa alimento. (CEEAP, 2013). La pastelería es definida como oficio y arte de hacer toda clase de pasteles y dulces con un sin número de variedades entre galletas, bizcochos, pastas. (Edukavital, 2013)

En el Ecuador el desarrollo económico, social y poblacional del país ha permitido la apertura y liderazgo total en el mercado, con la presencia de locales comerciales que sustentan el conocimiento artesanal en la elaboración de pasteles. Los diferentes eventos sociales que se desarrollan con familiares, amigos, compañeros de

trabajo y público en general, siempre están acompañados de bocaditos de sal o de dulce.

En la provincia de Galápagos, exclusivamente en el cantón Santa Cruz se ha creado una nueva empresa pastelera, que contribuye con el desarrollo del país generando empleo.

1.4 JUSTIFICACIÓN

De acuerdo a los datos del INEC 2010 en la provincia de Galápagos el 43.55% se dedica al comercio que incluyen actividades productivas preponderantes, considerando el número de habitantes del cantón Santa Cruz, San Cristóbal, Isabela y Floreana.

Se conoce que en el cantón Santa Cruz existen nueve panaderías. La producción de pasteles, tortas y otras artes culinarias relacionadas a esta rama, tienen un buen referente para destacar la importancia de la aceptación y creación de una nueva empresa dedicada a este segmento.

Su establecimiento, representa además de ser un simple ingreso económico familiar, el desarrollo del talento humano local, que tiene como fin el de satisfacer las necesidades del paladar de sus clientes, utilizando para ello, la tecnología que garantice la oferta de productos de calidad.

1.5 COBERTURA Y LOCALIZACIÓN

El proyecto busca cubrir la demanda requerida por los habitantes del cantón Santa Cruz y expandirse a nivel provincial.

Éste se desarrolla en Puerto Ayora en las calles Cucuve y Floreana en el barrio El Edén.

1.6 MONTO

El presupuesto requerido para emprender el proyecto y aplicar el Plan de Marketing para la empresa EntreTortas es de \$22.000,00 dólares americanos.

1.7 PLAZO DE EJECUCIÓN

El proyecto de emprendimiento, después de su presentación será ejecutado en un plazo de seis meses.

1.8 SECTOR Y TIPO DEL PROYECTO

El presente trabajo de investigación está destinado hacia el sector artesanal, específicamente en la rama de repostería. El proyecto de vinculación acordado entre la Junta Provincial de Defensa del Artesano y la Universidad Internacional del Ecuador extensión Galápagos, beneficia a 41 ciudadanos, que mediante la capacitación y entrenamiento, buscan el certificado como Artesanos Calificados. El desarrollo e implementación del proyecto asignado está basado en el área de marketing.

2 DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA

2.1 DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN DEL PROYECTO

En el Ecuador culturalmente la mayoría de los eventos sociales, familiares, laborales y personales incluyen el compartir, con variedad de bocaditos.

En la provincia de Galápagos, específicamente en el cantón Santa Cruz, la población es de 15.393 habitantes (INEC2010). El incremento poblacional en los últimos años, ha dado pie para que la economía del lugar también lo haga.

Los emprendimientos cada día son más competitivos, por ende es necesario considerar la fidelización de los clientes.

Estratégicamente la isla Santa Cruz, es un sitio obligado para desarrollar todas las actividades turísticas hacia las otras islas, incluyendo las pobladas. Considerando que el talento humano con capacidades para la repostería se ha diversificado, el segmento del negocio permite su viabilidad.

2.2 IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

La producción y comercialización de repostería en el cantón Santa Cruz, se ha convertido en un negocio novedoso y rentable. La elaboración de cada producto, requiere especial atención en el cumplimiento de estándares de calidad; desde el proceso de adquisición de la materia prima hasta el consumo humano.

Se ha identificado que el principal problema que aqueja al sector, es la carencia de un proceso de planteamiento de marketing. La falta de este recurso, no permite un crecimiento de ventas y posicionamiento total en el mercado. En la localidad solo brindan el servicio de difusión, dos emisoras de radio con varios años de trayectoria.

El uso del internet y las redes sociales tienen una alta demanda poblacional, es considerado una herramienta útil para el crecimiento y desarrollo de la empresa.

La implementación del marketing en la empresa se realizará utilizando los medios de comunicación existente; a través de la radio, con un spot publicitario. La comunicación del “boca a boca” será una estrategia positiva, que se generará de acuerdo a la preferencia de los clientes.

El uso de las redes sociales y la página web, son herramientas estratégicas que se utilizarán para brindar la información relevante sobre la empresa, su actividad y la garantía de la calidad del producto a ofrecer.

2.3 MARCO NORMATIVO

Emprender un proyecto es parte del cambio de la sociedad, ya que permite dinamizar la economía, creando fuentes de trabajo y diversificando la oferta de productos. Para ello se debe considerar los trámites que esto conlleva:

a) Constitución de la Empresa:

- Φ Nombre de identificación de la empresa
- Φ Aprobación por la Superintendencia de Compañías
- Φ Disponibilidad de capital

b) Disposiciones y Regulaciones al negocio

Para la constitución legal de la empresa se debe contar con un representante legal e ir adquiriendo más información sobre los requisitos para los trámites a realizarse con los diferentes entes reguladores de la localidad, como son:

- ❖ Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)
Registro de Nombre Comercial
- ❖ Servicio de Rentas Internas (SRI)
Aspectos Tributarios
Registro Único de Contribuyentes
- ❖ Cuerpo de Bomberos
Permiso de Funcionamiento
- ❖ Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz
Permiso de funcionamiento
Obtención de la Patente
- ❖ Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. ARCSA.
Permiso de control y vigilancia sanitaria

2.4 LÍNEA BASE DEL PROYECTO

El Estado Ecuatoriano establece la prioridad de la educación superior a través de las diferentes instituciones educativas, el cual permite a los estudiantes aplicar los conocimientos adquiridos en temas de Administración de Empresas y Marketing, con el fin de alcanzar los niveles de excelencia en el desenvolvimiento personal, académico y laboral.

La Universidad Internacional del Ecuador Extensión Galápagos, concretó el plan de vinculación con la Junta Provincial de Defensa del Artesano, el mismo que se desarrolla bajo el nombre Programa de Fortalecimiento Técnico en la elaboración y aplicación de perfiles de proyectos para los artesanos de Galápagos.

Teniendo como objetivo impactar positivamente a la comunidad en el apoyo a sus iniciativas, la generación de fortalezas propias en la organización social y comunitaria; aportando con conocimientos para resolver problemas, crear actitudes favorables a la transformación y desarrollo de la sociedad.

El plan de marketing propuesto para la empresa EntreTortas, proviene desde el momento en que la artesana vinculada, decide emprender su negocio, considerando que en Santa Cruz, es notable la carencia de los diferentes medios de comunicación y en la actualidad solo existen la radio Santa Cruz y radio Encantada.

Realizando un breve análisis del mercado, se ha podido identificar que en el cantón Santa Cruz existen nueve pastelerías, las cuales son administradas y operadas por sus propietarios. Son pequeñas

empresas entre dos y cuatro empleados. Se estima que mensualmente, la producción de pasteles o tortas es de 200 unidades, el volumen de ventas supera los US\$3.000,00. Cabe indicar que el precio de venta al público varía dependiendo del tamaño de la torta, los ingredientes y el diseño de acabado que se utilice.

El proyecto de vinculación permitió identificar a dos artesanos de la rama de repostería. A este número se debe considerar un incremento del 5% de personas que se dedican a la misma actividad pero de manera informal.

2.5 ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA

ANÁLISIS DE LA OFERTA

En el cantón Santa Cruz se pueden identificar nueve pastelerías activas y varias panaderías.

Cuadro 1: Pastelerías y panaderías más comerciales en Santa Cruz.

Nombre Comercial	Propietario	Tiempo en el mercado	Característica Principal
SUSYDU	Aguirre Luis	10 años	-Posicionamiento en el mercado. - Precios accequibles.
DULCE ARTE	Pachar Martha	4 años	Producción y comercialización bajo pedido.
EL DULZÓN	Parrales Roxana	1 año	Diversidad en diseños
LUIS SÁNCHEZ	Luis Sánchez	1 año	Ideas innovadoras en diseños.
PANADERÍA AMBATO	Luis Chávez	13 años	- Precios competitivos. -Buena presentación del empaque. - Varios puntos de venta.
PANADERÍA RICO PAN	Luis Núñez	13 años	Precios competitivos.
PANADERÍA EL BUEN SABOR	Frías Mario	5 años	- Buena Ubicación. - Precios competitivos. - Sabores diferentes.

El trabajo de campo permitió identificar los parámetros representativos con los que cuentan los competidores. Entre ellos están la ubicación, la calidad y el precio del producto.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Aproximadamente 15.393 personas viven en el cantón Santa Cruz. De las cuales el 64% son económicamente activas y cuentan con el poder adquisitivo para considerar deleitarse con un pastel o un pedazo de torta. Por lo general, este producto puede satisfacer el antojo de cualquier persona, sin importar el momento, el lugar, el estilo de vida o la edad

En el siguiente estudio de mercado, con la aplicación de una encuesta, se expondrán resultados de identificación de la población objetivo.

2.6 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

Con el fin de identificar y caracterizar a la población objetivo del proyecto en la provincia de Galápagos, específicamente en el cantón Santa Cruz se procede a realizar una encuesta con la aplicación de la siguiente fórmula:

DATOS PARA CALCULAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA:

- | | | |
|----------------------------|---|---------|
| 1. Constante (95% certeza) | Z | : 1,96 |
| 2. Favorabilidad | P | : 0,63 |
| 3. Desfavorabilidad | Q | : 0,37 |
| 4. Universo | N | : 15393 |
| 5. Error estimado | e | : 0,05 |

FÓRMULA PARA CALCULAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{N * e^2 + Z^2 * P * Q}$$

DÓNDE:

1. Constante (95% certeza)

Para un error estimado del 5%

2. Favorabilidad

Cuando no se tiene un estudio previo se asume el 50%

3. Des favorabilidad

Complemento del valor anterior, aplicando la formula $q = 1 - p$

4. Universo

Total de individuos a los cuales se les quiere hallar la m

5. Error estimado

Porcentaje de error que se estima para la aplicación de la encuesta

RESULTADO DEL NÚMERO DE ENCUESTAS A REALIZAR:

El tamaño de la muestra es: $350,045328 = 350$ encuestas.

FORMATO DE LA ENCUESTA:

ENCUESTA Proyecto del Plan de Marketing

La presente encuesta se realiza con la finalidad de determinar la importancia de aceptación de nuestro producto en el mercado, la cual nos permitirá satisfacer y fidelizar a nuestros clientes.

Edad :
Menos de 18 años 18-25 años 26-35 años
36-45 años Más de 45 años

Sexo :
Masculino Femenino

1.- ¿Consumes tortas?
SI NO

2.- ¿Qué tipo de sabores de tortas consume más?
Chocolate Naranja
Vainilla Otros

3.- ¿Es alérgico a alguno de los siguientes ingredientes?
Lactosa Semillas/Frutos secos
Huevo Ninguno

4.- ¿Con qué frecuencia visitas un pastelería?
Diario Ocasionalmente
Varias veces por semana
Una vez por semana Nunca

5.- ¿Qué vía de comunicación usted utiliza más?
Internet Televisión
Radio Recomendación (Boca a Boca)

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por dicho producto?
\$ 5 - \$ 10
\$ 10 - \$ 15
\$ 15 - \$ 20
\$ 20 - \$ 25

3 OBJETIVOS DEL PROYECTO

La idea de vender tortas bajo pedido surgió desde hace doce años; cuando la hija menor de la señora Joselin Rhor, entregaba brownie (bizcocho de chocolate pequeño con trocitos de nueces), al restaurante “Hernán Café”.

En la actualidad, la pequeña empresa no cuenta con una infraestructura adecuada, ni local comercial.

3.1 OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar y aplicar un plan de marketing para la empresa EntreTortas

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Realizar un análisis de la situación actual de la empresa.
- ❖ Realizar un estudio de mercado.
- ❖ Diseñar estrategias de marketing para la distribución y comercialización del producto.

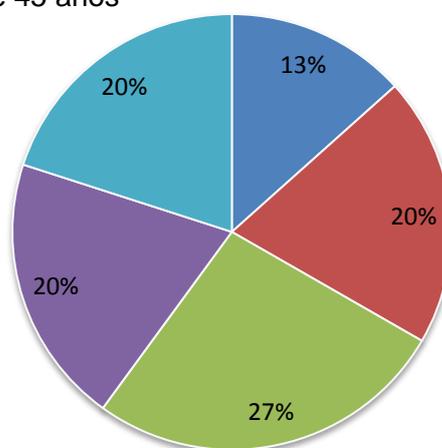
3.2 INDICADORES DE RESULTADOS

Resultados de la encuesta realizada.

GRÁFICA 1:

Edad

- Menos de 18 años
- 18 - 25 años
- 26 - 35 años
- 36 - 45 años
- Mas de 45 años



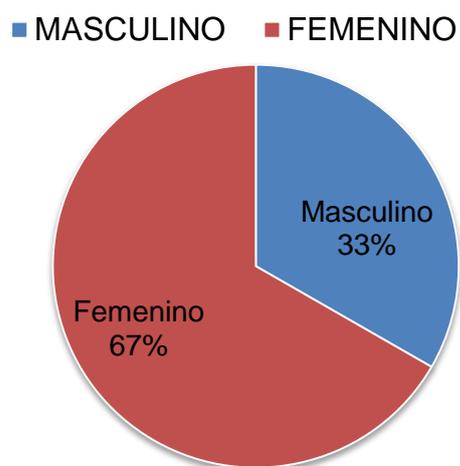
Autor : Marilu Rojas Llerena

Análisis

El mercado meta, está basado en personas con poder de decisión y con posibilidades propias de adquirir el producto.

GRÁFICA 2:

Género



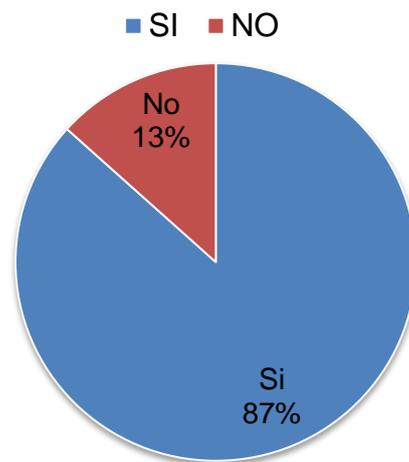
Autor: Marilu Rojas Llerena

Análisis

El público objetivo, para la adquisición del producto está enfocado en el género femenino.

GRÁFICA 3:

1. ¿Consume tortas?



Autor: Marilu Rojas Llerena

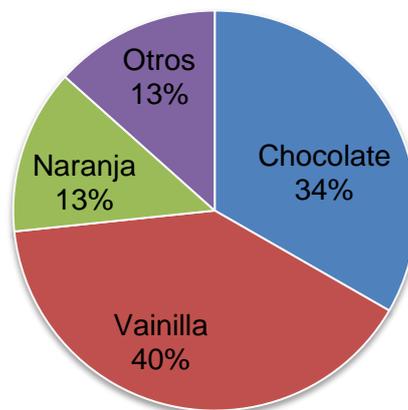
Análisis

La demanda del producto en el mercado es aceptable.

GRÁFICA 4:

2. ¿Qué tipo de sabores de tortas consume más?

■ CHOCOLATE ■ VAINILLA ■ NARANJA ■ OTROS



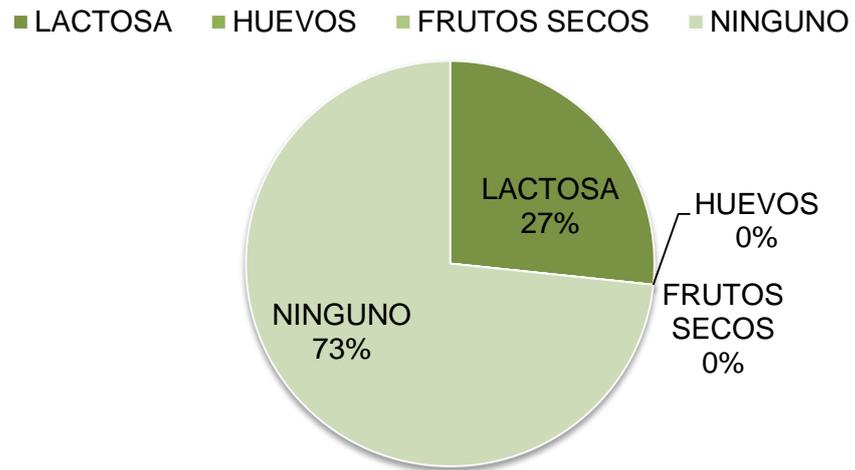
Autor: Marilu Rojas Llerena

Análisis

El cliente en el momento de realizar la compra de su pastel, prefiere el sabor a vainilla y chocolate.

GRÁFICA 5:

3. ¿Es alérgico a alguno de los siguientes ingredientes?



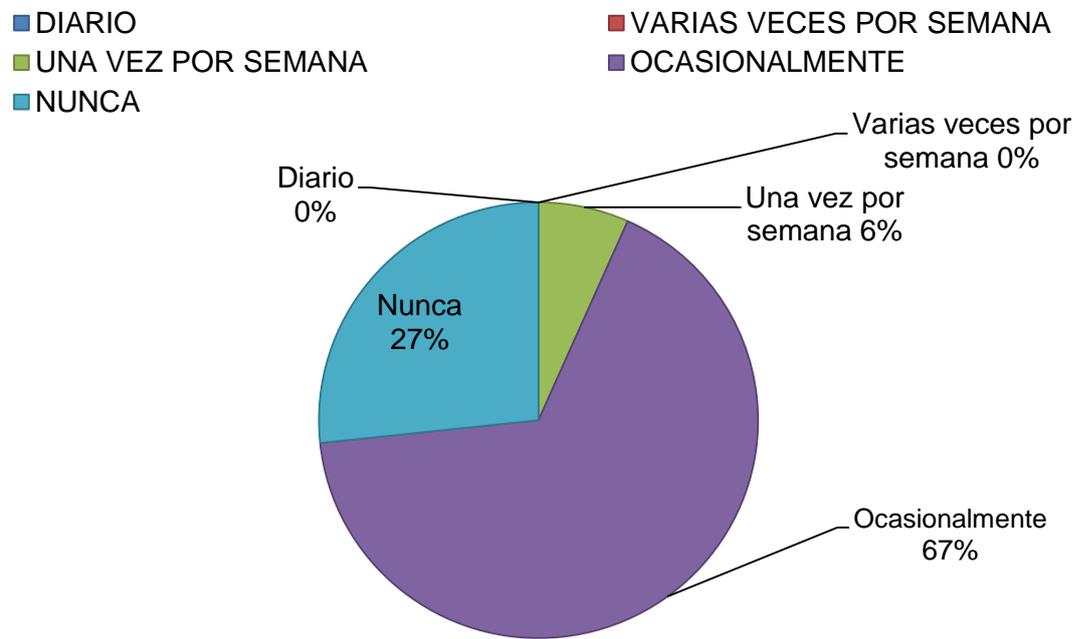
Autor: Marilu Rojas Llerena

Análisis

Los clientes si son intolerables a la lactosa.

GRÁFICA 6:

4. ¿Con qué frecuencia visitas una pastelería?



Autor: Marilu Rojas Llerena

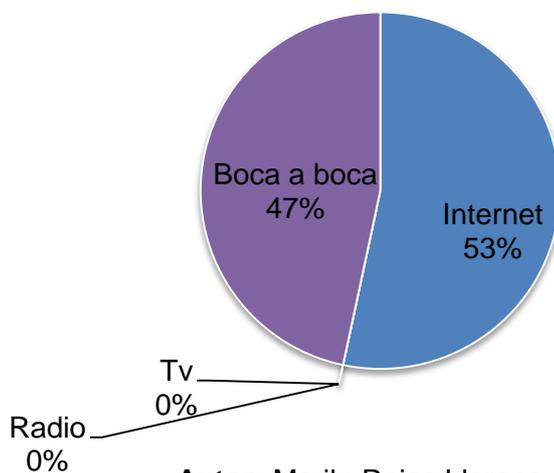
Análisis

El cliente es impulsado a la compra en fechas especiales, compromisos sociales y familiares.

GRÁFICA 7:

5. ¿Qué vía de comunicación usted utiliza más?

■ INTERNET ■ RADIO ■ TV ■ BOCA A BOCA



Autor: Marilu Rojas Llerena

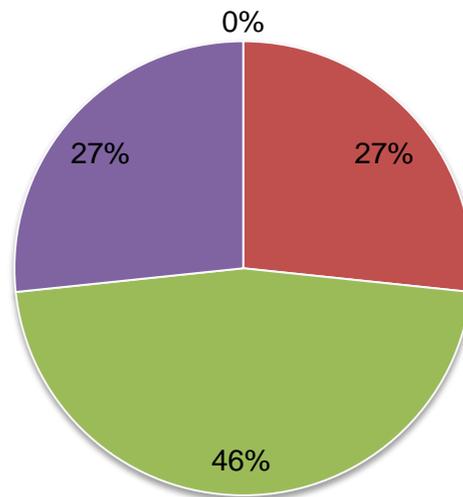
Análisis

El mejor medio de comunicación para dar a conocer el producto, es a través del uso de las redes sociales.

GRÁFICA 8:

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una torta?

■ \$5 - \$10 ■ \$10 - \$15 ■ \$15 - \$20 ■ \$20 - \$25



Autor: Marilu Rojas Llerena

Análisis

El precio de la adquisición del producto es aceptable entre \$15,00 y \$20,00.

3.3 MATRIZ DE MARCO LÓGICO

Matriz de Marco Lógico			
Proyecto	Resumen	Indicadores	Modelos de Verificación
Objetivo del Proyecto	Desarrollar un plan de marketing para la empresa EntreTortas	Cumplimiento de objetivos generales y específicos	Documento final, el cual contiene todas las actividades realizadas para la ejecución del proyecto asignado
Objetivo Especifico 1	Realizar un análisis de la situación actual de la empresa	Porcentaje de información adquirida para avanzar con la ejecución del proyecto	Informe de avance y registro de asistencia
Actividad 1	Contactar al artesano y coordinar horarios de trabajo	Fecha de inicio del proyecto	Ficha de control de asistencia
Actividad 2	Conocer antecedentes, nombre y justificación del proyecto	Número de aspectos identificados de la empresa	Informe de avance y registro de asistencia
Actividad 3	Conocer la ubicación de la empresa		
Actividad 4	Organizar el plazo de ejecución		
Actividad 5	Evaluar al público objetivo del proyecto		
Actividad 6	Analizar la situación actual del proyecto	Número de aspectos identificados de la empresa	Informe de avance y registro de asistencia
Actividad 7	Identificar los componentes demográficos, sociales y el comportamiento de la oferta y la demanda		
Actividad 8	Establecer beneficiarios directos e indirectos		

Objetivo Especifico 2	Realizar un estudio de mercado.	Porcentaje de cumplimientos de actividades ejecutadas	Informe de avance y registro de asistencia
Actividad 1	Diseñar y aplicar una encuesta de aceptación del producto.	Un formato de encuesta. Número de personas a ser encuestadas.	Informe de avance y registro de asistencia. Tabulación de encuestas
Objetivo Especifico 3	Diseñar estrategias para la producción y comercialización del producto.	Porcentaje de cumplimiento de verificación de sostenibilidad de la empresa	Informe de avance y registro de asistencia.
Actividad 1	Elaborar una propuesta de funcionalidad de la empresa	Número de actividades propuestas	Informe de avance y registro de asistencia.
Actividad 2	Determinar los recursos a utilizar y los gastos a efectuarse	Número de recursos utilizados	
Actividad 3	Conocer las ventajas y desventajas económicas del proyecto	Porcentaje de evaluación de ventajas y desventajas del proyecto	
Actividad 4	Implementar estrategia	Número de estrategias para la ejecución de cada proceso de funcionamiento de la empresa	Informe de avance y registro de asistencia
Actividad 5	Elaborar la estrategia de seguimiento y evaluación	Número de criterios de elaboración de estrategias y porcentaje de seguimientos de evaluación.	Informe de avance y registro de asistencia

4 VIABILIDAD Y PLAN DE SOSTENIBILIDAD

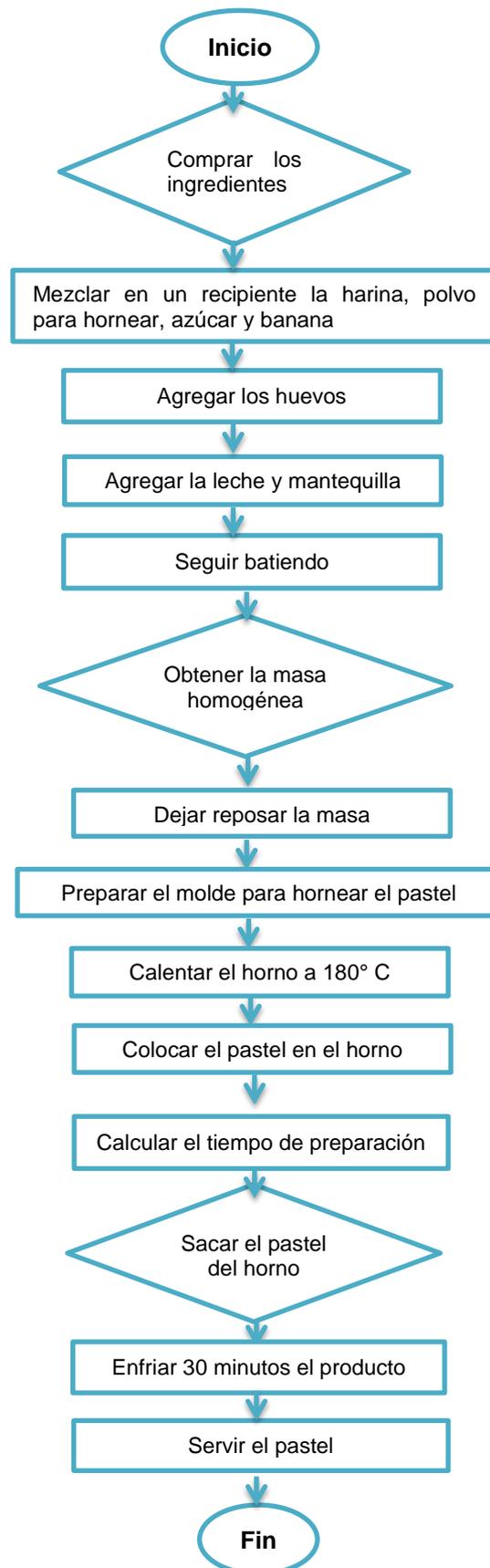
4.1 VIABILIDAD TÉCNICA

La producción de tortas, conlleva un conjunto de características, desde el sabor, peso, volumen y diseño de presentación. Este proceso está ligado a asegurar la calidad de cada etapa cuidando celosamente las condiciones del área de trabajo, estableciendo todas las medidas de protección, de higiene personal y laboral.

RECURSOS FÍSICOS			
N°	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
1	Balanza	Instrumento que se utiliza para medir la cantidad de insumos	
2	Batidora eléctrica	Maquina imprescindible, para la elaboración de pasteles, uniendo los ingredientes	
3	Batidora manual	Máquina para la elaboración de cremas, pastas, etc.	
4	Cuchara de madera	Utensilio que permite remover los ingredientes a utilizarse	
5	Cuchara de medida	Utilizada para medir cantidades exactas de los ingredientes	
6	Cuchillos	Instrumento utilizado para emparejar y cortar ingredientes exactos	
7	Decorador	Utensilio que se utiliza para figurar productos y decoración del producto	
8	Espátula	Instrumento que se utiliza para limpiar latas, cortar masas, decorar, etc.	

9	Horno	Maquinaria principal para la cocción del producto a la venta	
10	Mesa de trabajo	Mueble para colocar los moldes y materia prima	
11	Microondas	Electrodoméstico, usado para calentar otros ingredientes añadidos.	
12	Moldes	Base utilizado para agregar el producto de previa elaboración	
13	Taza de medida	Recipiente que permite medir con precisión los líquidos a utilizarse	

DIAGRAMA DE PROCESO DE ELABORACIÓN DE UNA TORTA



4.2 VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA

Para conocer la viabilidad de la empresa EntreTortas se utiliza los indicadores económicos que calculan la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto de la empresa EntreTortas es de \$9160,44 dólares americanos, el cual refleja factibilidad y ganancias después de cumplir con todas las obligaciones financieras de la empresa.

La Tasa Interna de Retorno es de 37,15%.

Es decir, que por cada dólar americano que se invierta retorna \$1,37 dólares americanos y la utilidad de 0,37 centavos americanos. Considerando que este porcentaje está por encima de la tasa de interés de mercado. (BCE, BANCO DEL PACIFICO) (BCE, BANECUADOR).

1.- DATOS PARA EL ANÁLISIS

Inversión	importe					
	22.000					
		AÑOS				
	inversión	1	2	3	4	5
Flujo de caja (neto anual)	-22.000	\$ 3.086,42	\$ 6.849,57	\$ 11.979,71	\$ 19.201,34	\$ 29.295,30

2.- CALCULO DEL V.A.N Y LA T.I.R

Tasa de descuento	%	24,20%	◀ Pon la tasa de descuento aquí
V.A.N a cinco años		9.160,44	Valor positivo, inversión (en principio) factible
T.I.R a cinco años		37,15%	Valor superior a la tasa, inversión (en principio) factible

4.3 ANÁLISIS DE SOSTENIBILIDAD

- ✚ Para que el negocio sea rentable la producción diaria mínima en tortas es de 15 unidades. La elaboración debe ser durante seis días de la semana.
- ✚ La capacitación del personal es importante, para el desarrollo profesional y la incursión en nuevas técnicas que estimulen el consumo local.

El personal será capacitado en la ciudad de Quito o Guayaquil, considerando la importancia de cada curso y la calificación a obtener para el beneficio de la empresa y el empleado.
- ✚ El eje principal del proyecto de la empresa EntreTortas plantea alcanzar un desarrollo ambiental, económico y social, con herramientas estratégicas y competitivas que causan impacto en el cliente, generando más ingresos para el país, la provincia de Galápagos y el cantón Santa Cruz.
- ✚ La responsabilidad ambiental de EntreTortas es impulsar la campaña de reciclaje, evitando el uso de bolsas plásticas en el momento de la adquisición del producto.
- ✚ La responsabilidad económica de EntreTortas es generar nuevas fuentes de trabajo, considerando en primer orden la contratación de la mano de obra local.
- ✚ La responsabilidad social de EntreTortas, es con los niños del Centro de Educación Especial de Galápagos, realizando una visita mensual con el respectivo pastel. Considerando que en fechas especiales, se regalará una torta.

- ✚ Se realizará la presentación de dos videos que contienen los pasos para la elaboración de una torta y la aplicación del plan de marketing.

➤ NOMBRE DE LA EMPRESA

EntreTortas

➤ SLOGAN

Y no te quedes con las ganas

➤ LOGOTIPO

Para la elaboración del logotipo se considera, la importancia del significado de los colores:

✚ Naranja

Calidad, entusiasmo, creatividad, éxito, ánimo, confianza

✚ Verde

Equilibrio, crecimiento, estabilidad, tranquilidad, salud

✚ Blanco

Optimismo, frescura, limpieza, captar la atención

✚ Negro

Poder, elegancia, sofisticación

Imagen 1: Logotipo de la pastelería EntreTortas



✚ En la actualidad existe un déficit en el servicio de los medios de comunicación radial, porque el permiso de las frecuencias a nivel provincial, sólo tiene radio Santa Cruz y radio Encantada.

Se ejecutará una campaña publicitaria en las dos radios, considerando los espacios más sintonizados por la comunidad, para incentivar la comunicación del “boca a boca”, logrando receptor y transmitir el mensaje para el consumo del producto.

✚ La creación de una página web para la empresa, será implantada para brindar información de manera eficaz.

La alta demanda del uso de las redes sociales, implica la motivación al consumo del producto y la fidelidad del cliente a través de la información proporcionada sobre las promociones mensuales

5 PRESUPUESTO

5.1 CÁLCULO DE INVERSIÓN INICIAL DE LA EMPRESA ENTRETORTAS

1.- EQUIPOS TECNOLOGICOS			
CANT	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Balanza	\$ 60,00	\$ 60,00
4	Batidora Eléctrica	\$ 1.500,00	\$ 2.500,00
2	Batidora Manual	\$ 159,00	\$ 318,00
2	Cuchara de Madera	\$ 30,00	\$ 60,00
5	Cuchara de Medida	\$ 20,00	\$ 100,00
TOTAL DE EQUIPO TECNICO			\$ 3.038,00

2.- MAQUINARIA			
CANT	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
5	Cuchillos	\$ 30,00	\$ 150,00
10	Decorador	\$ 50,00	\$ 500,00
5	Espátula	\$ 60,00	\$ 300,00
3	Horno	\$ 1.200,00	\$ 3.600,00
3	Mesa de trabajo	\$ 400,00	\$ 1.200,00
2	Microondas	\$ 230,00	\$ 460,00
10	Moldes	\$ 120,00	\$ 1.200,00
5	Taza de medida	\$ 30,00	\$ 150,00
TOTAL DE MAQUINARIA			\$ 7.560,00

3.- EDIFICIO			
CANT	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Mano de Obra	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
1	Materiales	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
TOTAL DE EDIFICIO			\$ 10.000,00

TOTAL DE INVERSIÓN EN EQUIPOS	
1.- EQUIPOS TECNOLOGICOS	\$ 3.038,00
2.- MAQUINARIA	\$ 7.560,00
3.- EDIFICIO	\$ 10.000,00
TOTAL DE EQUIPAMIENTO	\$ 20.598,00
5% DE MARGEN DE ERROR	\$ 1.029,90
TOTAL DE INVERSION INICIAL	\$ 21.627,90

INVERSIÓN INICIAL	
DETALLE	TOTAL
MAQUINARIA	\$ 21.627,90
DOCUMENTACION	\$ 372,10
TOTAL DE LA INVERSION INICIAL PARA ENTRETORTAS	\$ 22.000,00

5.2 SUELDOS Y SALARIOS DE LA EMPRESA ENTRETORTAS

SUELDOS Y SALARIOS MENSUALES DE LA EMPRESA ENTRETORTAS							
CARGO	SBU	APORTE	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL
ADMINISTRADOR	\$ 2.000	\$ 235,00	\$ 166,67	\$ 53,08	\$ -	\$ 83,33	\$ 2.538,08
ASISTENTE DE VENTA	\$ 1.300	\$ 152,75	\$ 108,33	\$ 53,08	\$ -	\$ 54,17	\$ 1.668,33
TOTAL DE COSTO MENSUAL							\$ 4.206,41

SUELDOS Y SALARIOS ANUALES DE LA EMPRESA ENTRETORTAS													
DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ANUAL
ADMINISTRADOR	\$ 2.538,08	\$ 2.538,08	\$ 2.538,08	\$ 2.538,08	\$ 2.538,08	\$ 2.538,08	\$ 2.538,08	\$ 2.538,08	\$ 2.538,08	\$ 2.538,08	\$ 2.538,08	\$ 2.538,08	\$ 30.456,96
ASISTENTE DE VENTA	\$ 1.668,33	\$ 1.668,33	\$ 1.668,33	\$ 1.668,33	\$ 1.668,33	\$ 1.668,33	\$ 1.668,33	\$ 1.668,33	\$ 1.668,33	\$ 1.668,33	\$ 1.668,33	\$ 1.668,33	\$ 20.019,96
TOTAL	\$ 4.206,41	\$ 50.476,92											

5.3 PLAN DE CAPACITACION 3 EN 1 AL PERSONAL

PLAN DE CAPACITACION 3 EN 1 AL PERSONAL			
CANT	DESCRIPCION	V.UNITARIO	V.TOTAL
3	CURSOS	\$ 400,00	\$ 1.200,00
1	VIATICOS	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
TOTAL CAPACITACION ANUAL			\$ 2.200,00
TOTAL CAPACITACION MENSUAL			\$ 183,33
DETALLE DE LA CAPACITACION			
Se realizaran talleres de capacitación anual, 3 en 1 en la Ciudad de Quito o Guayaquil.			

5.4 MATERIA PRIMA DE LA EMPRESA ENTRETORTAS

MATERIA PRIMA		
CANT	TORTAS	COSTO
1	TORTAS	\$ 10,54

COSTO VARIABLE MENSUAL DE LA EMPRESA ENTRETORTAS						
CANTIDAD DIARIA DE TORTAS			PRECIO UNITARIO	TOTAL VENTA DIARIA	DIAS LABORADOS AL MES	VENTA MENSUAL
VENTAS EN EL LOCAL	ENTREGA A DOMICILIO	TOTAL DE PRODUCCION DIARIA				
3	12	15	\$ 10,54	\$ 158,10	26	\$ 4.110,60
TOTAL DEL COSTO MENSUAL DE LA PRODUCCION DE TORTAS						\$ 4.110,60
TOTAL DEL COSTO ANUAL DE LA PRODUCCION DE TORTAS						\$ 49.327,20

5.5 RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

RESPONSABILIDAD AMBIENTAL			
CANT	DESCRIPCION	V.UNITARIO	V.TOTAL
120	BOLSOS RECICLADOS	\$ 2,00	\$ 240,00
TOTAL ANUAL			\$ 240,00
TOTAL MENSUAL			\$ 20,00

RESPONSABILIDAD ECONOMICA			
CANT	DESCRIPCION	V.UNITARIO	V.TOTAL
1	MANO DE OBRA	\$ 487,96	\$ 487,96
TOTAL ANUAL			\$ 5.855,46
TOTAL MENSUAL			\$ 487,96

SUELDOS Y SALARIOS MENSUALES DE LA EMPRESA ENTRETORTAS						
CARGO	SBU	APORTE	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL MES
VARIOS SERVICIOS	\$ 350,00	\$ 41,13	\$ 29,17	\$ 53,08	\$14,58	\$ 487,96
TOTAL DE COSTO MENSUAL						\$ 487,96

RESPONSABILIDAD SOCIAL			
CANT	DESCRIPCION	V.UNITARIO	V.TOTAL
30	TORTAS	\$ 21,08	\$ 632,40
2	PRESENTACION DE VIDEOS	\$ 18,00	\$ 36,00
TOTAL ANUAL			\$ 668,40
TOTAL MENSUAL			\$ 55,70

5.6 MARKETING EMPRESARIAL

COSTOS DE PUBLICIDAD			
CANT	DESCRIPCION	V.UNITARIO	V.TOTAL
1	RADIO SANTA CRUZ	\$ 1.641,60	\$ 1.641,60
TOTAL PUBLIDAD ANUAL			\$ 1.641,60
TOTAL PUBLICIDAD MENSUAL			\$ 136,80

5.7 COSTOS FIJOS DE FABRICACION

COSTOS FIJOS DE FABRICACION			
CANT	DESCRIPCION	V.UNITARIO	V.TOTAL
12	MANTENIMIENTO MAQUINARIA	\$ 50,00	\$ 600,00
12	TELEFONO	\$ 42,00	\$ 504,00
12	INTERNET	\$ 60,00	\$ 720,00
12	LUZ	\$ 100,00	\$ 1.200,00
12	AGUA	\$ 40,00	\$ 480,00
12	PUBLICIDAD	\$ 136,80	\$ 1.641,60
TOTAL ANUAL			\$ 5.145,60
TOTAL MENSUAL			\$ 428,80

5.8 COSTO DE OPERACIÓN MENSUAL

COSTO DE OPERACIÓN MENSUAL	
DESCRIPCION	V.UNITARIO
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 4.206,41
MATERIA PRIMA	\$ 4.110,60
CAPACITACION LABORAL	\$ 183,33
RESPONSABILIDAD AMBIENTAL	\$ 20,00
RESPONSABILIDAD ECONOMICA	\$ 487,96
RESPONSABILIDAD SOCIAL	\$ 55,70
COSTOS FIJOS DE FAB	\$ 428,80
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN MENSUAL	\$ 9.492,80

5.9 COSTOS ANUALES DE LA EMPRESA ENTRETORTAS

TOTAL DE COSTOS ANUALES DE LA EMPRESA ENTRETORTAS							
DESCRIPCION	V.MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
PORCENTAJE ANUAL			10%	10%	10%	10%	10%
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 4.206,41	\$ 50.476,92	\$ 50.476,92	\$ 50.476,92	\$ 50.476,92	\$ 50.476,92	\$ 50.476,92
MATERIA PRIMA	\$ 4.110,60	\$ 49.327,20	\$ 49.820,47	\$ 50.816,88	\$ 52.341,39	\$ 54.435,04	\$ 57.156,80
CAPACITACION LABORAL	\$ 183,33	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00
RESPONSABILIDAD AMBIENTAL	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
RESPONSABILIDAD ECONOMICA	\$ 487,96	\$ 5.855,46	\$ 5.855,46	\$ 5.855,46	\$ 5.855,46	\$ 5.855,46	\$ 5.855,46
RESPONSABILIDAD SOCIAL	\$ 55,70	\$ 668,40	\$ 668,40	\$ 668,40	\$ 668,40	\$ 668,40	\$ 668,40
COSTOS FIJOS DE FAB	\$ 428,80	\$ 5.145,60	\$ 5.145,60	\$ 5.145,60	\$ 5.145,60	\$ 5.145,60	\$ 5.145,60
TOTAL DE COSTOS ANUALES	\$ 9.492,80	\$ 113.913,58	\$ 114.406,85	\$ 115.403,26	\$ 116.927,77	\$ 119.021,42	\$ 121.743,18

5.10 PROYECCION DE VENTAS DE ENTRETORTAS

VENTAS ANUALES					
VENTAS	CANT	P.V.P.	VENTA DIARIA	VENTA MENSUAL	V. ANUAL
ELABORACION DE TORTAS	15	\$ 25,00	\$ 375,00	\$ 9.750,00	\$ 117.000,00
TOTAL DE VENTAS			\$ 375,00	\$ 9.750,00	\$ 117.000,00

PROYECCION DE VENTAS PARA CINCO AÑOS					
AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 117.000,00	\$ 117.000,00	\$ 118.170,00	\$ 120.533,40	\$ 124.149,40	\$ 129.115,38
\$ 117.000,00	\$ 118.170,00	\$ 120.533,40	\$ 124.149,40	\$ 129.115,38	\$ 135.571,15

5.11 SALDO FINAL DE LA EMPRESA ENTRETORTAS

SALDO FINAL DE LA EMPRESA ENTRETORTAS						
DETALLE/AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CRECIMIENTO	0	0%	1%	2%	3%	4%
SALDO INICIAL	0	0	\$ 3.086,42	\$ 6.849,57	\$ 11.979,71	\$ 19.201,34
VENTAS	0	\$ 117.000,00	\$ 118.170,00	\$ 120.533,40	\$ 124.149,40	\$ 129.115,38
COSTOS OPERACIONALES	0	\$ 113.913,58	\$ 114.406,85	\$ 115.403,26	\$ 116.927,77	\$ 119.021,42
SALDO FINAL	\$ -	\$ 3.086,42	\$ 6.849,57	\$ 11.979,71	\$ 19.201,34	\$ 29.295,30

5.12 PUNTO DE EQUILIBRIO ENTRETORTAS

PUNTO DE EQUILIBRIO ENTRETORTAS	
TOTAL DE COSTOS ANUALES	\$ 9.492,80
DIAS TRABAJADOS	26
TOTAL COSTO DIARIO	\$ 365,11
PRECIO DE TORTAS	\$ 25,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 14,60

5.13 ANALISIS DEL PRESUPUESTO

Para iniciar con el funcionamiento de la empresa EntreTortas, la propietaria del negocio debe invertir \$22.000,00 dólares americanos

A continuación el detalle de lo que se considera en el presupuesto:

+ Inversión Inicial:	\$22.000,00
○ Equipos tecnológicos	\$3.038,00
○ Maquinaria	\$7.560,00
○ Edificio	\$10.000,00
○ Documentación	\$372,10
○ Margen de error	5%

+ **Sueldos y Salarios de la Empresa.**

Administrador y asistente de ventas.

El valor anual es: **\$50.476,92**

+ **Plan de Capacitación 3 en 1 al Personal**

El valor anual es: **\$2.200,00**

+ **Materia Prima de la empresa EntreTortas**

○ El precio unitario de la torta es de	\$10,54
○ La producción diaria de tortas será de	15
Venta en el local comercial	3
Venta con entrega a domicilio	12
○ La venta total diaria de tortas es	\$158,10
El total de los días trabajados al mes son	26
Lunes a sábado (30 - 4 = 26 días trabajados)	
○ El valor de la venta mensual de tortas es	\$4.110,60
○ El valor de la venta anual de tortas es	\$49.327,20

Responsabilidad ambiental

- Compra de 120 bolsos reciclados
- Bolsos a un precio de \$2.00
- El valor mensual es **\$20,00**
- El valor anual es **\$240,00**

Responsabilidad económica

Contratación de personal para media jornada.

- El valor mensual es **\$487,96**
- El valor anual es **\$5.855,46**

Responsabilidad social

Con los niños del Centro de Educación Especial de Galápagos.

- El valor mensual es **\$55,70**
- El valor anual es **\$668,40**

Marketing empresarial

Spot publicitario en la radio Santa Cruz

- El valor mensual es: **\$136,80**
(120,00+16,80)
- El valor anual es: **\$1641,60**
(136,80*12)

Costos Fijos de Fabricación de la empresa EntreTortas

- El valor mensual es **\$428,80.**
- Mantenimiento de la maquinaria \$50,00
- Teléfono \$42,00
- Internet \$60,00

Energía eléctrica	\$100,00
Agua	\$40,00
Espacio publicitario	\$136,80
○ El valor anual es	\$5.145,60.

✚ Costos de operación mensual de la empresa EntreTortas

○ El valor mensual es	\$9.492,80.
Sueldos y salarios	\$4.206,41
Materia prima	\$4.110,60
Capacitación laboral	\$183,33
Responsabilidad ambiental	\$20,00
Responsabilidad económica	\$487,96
Responsabilidad social	\$55,70
Costos fijos de fabricación	\$428,80

✚ Costos anuales de la empresa EntreTortas

○ El valor anual es	\$ 121.743,18
Sueldos y salarios	\$4.206,41
Materia prima	\$4.110,60
Capacitación laboral	\$183,33
Responsabilidad ambiental	\$20,00
Responsabilidad económica	\$487,96
Responsabilidad social	\$55,70
Costos fijos de fabricación	\$428,80

✚ Valor total por año

○ Año 1	\$113.913,58
○ Año 2	\$114.406,85

- Año 3 \$115.403,26
- Año 4 \$116.927,77
- Año 5 \$119.021,42

A partir del año 2 hasta el año 5 se considera el 10% de crecimiento en ventas.

Proyección de ventas de la empresa EntreTortas

- El valor de la venta diaria es **\$375,00**
- El valor de la venta mensual es **\$9.750,00**
- El precio unitario es de **\$25,00**
- El valor de la venta anual es **\$117.000,00**
- La proyección de ventas en 5 años es **\$135.571,15**

Saldo final de la empresa EntreTortas.

A partir del año 2, se considera porcentaje de crecimiento en base a la estimación de venta.

- Año 1 **\$3.086,42**
- Año 2 **\$6.849,57**
Crecimiento del 1%.
- Año 3 **\$11.979,71**
Crecimiento del 2%
- Año 4 **\$19.201,34**
Crecimiento del 3%
- Año 5 **\$29.295,30**
Crecimiento del 4%

 **Punto de Equilibrio de la empresa EntreTortas.**

Se debe realizar 15 tortas diarias.

Se consideró los costos anuales, los días trabajados y el precio de cada torta.

6 ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN

6.1 ESTRUCTURA OPERATIVA



DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES DE LA ESTRUCTURA OPERATIVA

ADMINISTRADORA

Representante legal de la empresa y encargada del cumplimiento de todos los objetivos y metas planteadas a través de la planificación, organización, dirección y control de las actividades operativas y financieras de cada área.

Persona responsable de la administración del proceso de elaboración de tortas, planeación de compra de los ingredientes y el uso adecuado de los utensilios y la maquinaria

Funciones:

- ◆ Establecer políticas de la empresa
- ◆ Seleccionar y capacitar al personal
- ◆ Gestionar soluciones inmediatas

- ◆ Establecer campañas de publicidad
- ◆ Evaluar cada área de trabajo
- ◆ Establecer precios del producto
- ◆ Coordinar compras de materia prima
- ◆ Establecer administración de alimentos
- ◆ Incorporar recetas básicas, para la elaboración de tortas
- ◆ Motivar al equipo de trabajo

CHEF PASTELERO

Persona encargada de todo el proceso de elaboración de tortas, que empieza desde la mezcla de los ingredientes hasta el proceso final de la presentación del producto

Funciones:

- ◆ Coordinar la mezcla de los ingredientes
- ◆ Elaborar técnicas de manipulación, corte, y conservación de alimentos
- ◆ Conocer el manejo adecuado de la maquinaria a usar

ASISTENTE DE VENTAS

Persona encargada de realizar y coordinar las operaciones de ventas de las tortas, a través de la comunicación con el cliente

Funciones:

- ◆ Brindar información del producto
- ◆ Solucionar problemas de pedido
- ◆ Evaluar la satisfacción del cliente

6.2 ARREGLOS INSTITUCIONALES Y MODALIDAD DE EJECUCIÓN

La ejecución de este proyecto se realizara de manera directa, sin la intervención de ninguna institución pública o privada. La aplicación del talento humano y el uso de la tecnología, el establecimiento de la responsabilidad social y la inversión de capital propio son los ejes principales.

6.3 CRONOGRAMA VALORADO POR COMPONENTE Y

ACTIVIDADES

El cronograma de ventas es en base al funcionamiento de la empresa, las ventas serán de lunes a sábado de 8h00 hasta las 17h00.

El cronograma de las actividades que se desarrollan para el diseño e implementación del mismo, se adjunta entre los anexos.

7 ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACION

7.1 MONITOREO DE LA EJECUCIÓN

Previa la presentación de este documento, la Universidad Internacional del Ecuador, a través de la persona responsable de la Extensión Galápagos, Ing. Jadira Larrea Saltos y la estudiante asignada en la ejecución de este proyecto Srta. Eugenia Marilu Rojas Llerena y responsable de la organización Sra. Joselin Rhor Romano, quienes son participes principales de la ejecución de este proyecto, realizarán el seguimiento oportuno al cumplimiento de las actividades presentadas en el cronograma de trabajo, corroborando a

la presentación de los informes de avance y la ficha de control de asistencia y en caso de que sea necesario establecer recomendaciones para el mejoramiento y éxito total del proyecto.

7.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS E IMPACTOS

La evaluación de los resultados e impactos, será ejecutada previa la aplicación administrativa del propietario del negocio y la aceptación del producto por parte de la comunidad del cantón Santa Cruz, contando con un superávit en la estabilidad económica.

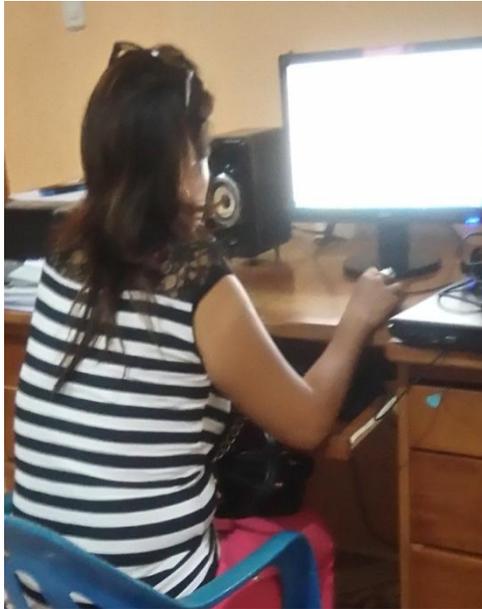
Se recomienda mantener contacto directo con los clientes, estableciendo una relación fortalecida, que permita enriquecer los procesos y éstos logren los resultados esperados. Una de las herramientas a utilizar es registrar datos importantes como fechas especiales de los clientes, sean cumpleaños, aniversarios, entre otros.

La aplicación de las estrategias que permitan cumplir con los compromisos sociales y ambientales, se recomienda el uso de registros básicos de las apreciaciones de los involucrados, para conocer sobre los posibles cambios que se requieran.

ANEXOS

ANEXO 1: FOTOGRAFÍAS

- Fotografía 1: Trabajo de redacción.



- Fotografía 2: Instalaciones de la empresa EntreTortas



- Fotografía 3: Sra. Joselin Rhor elaborando pasteles.



- Fotografía 4: Degustación del producto final.



- Fotografía 5: Grabación del video, para la responsabilidad social.



- Fotografía 6: Presentación final del producto.



ANEXO 2: CD VIDEOS

Video 1:

Proceso de elaboración de una torta por parte de la propietaria del negocio.

Video 2:

Spot publicitario del producto y la empresa.

ANEXO 3: PROFORMA DE SPOT PUBLICITARIO

Proforma de la radio Santa Cruz, para el spot publicitario.



La primerísima de Galápagos

PROFORMA PUBLICITARIA

#013-MFG-RSC-2017

MISIÓN

Evangelizar, informar, educar y entretener a su audiencia en Puerto Ayora y la Provincia Insular de Galápagos con un mensaje claro y directo, basado en los valores humanos, cristianos y franciscanos, que se derivan del Evangelio de Jesucristo, de la Constitución de la República promoviendo el buen vivir de la sociedad en armonía con la naturaleza.

VISIÓN

Liderar a nivel provincial la comunicación y la evangelización con profesionalismo, imparcialidad, criterio cristiano y responsabilidad social con miras al buen vivir de todas las personas mediante la práctica de los valores.

COSTO DE PAUTAJE SEGÚN LOS SEGUNDOS DEL SPOT PUBLICITARIO

PRODUCTOS	COSTO UNITARIO
• Spot de 30" a 45"	\$ 8,00 más IVA
• Spot de 45" a 1 minuto	\$10,00 más IVA

PRODUCTOS	COSTO UNITARIO
• Dos Menciones hasta 30"	\$ 8,00 más IVA
• Menciones hasta 1 minuto	\$10,00 más IVA

PRODUCTOS	COSTO UNITARIO
• Elaboración de Spot Publicitario	\$ 170,00 más IVA

Dentro de los paquetes publicitarios Radio Santa Cruz bonificara con: realización de spot publicitario, **se publicara su comercial en la página web** más 15 días de publicidad totalmente gratuitos después de pautar tres meses

COMERCIALES LOCALES PEQUEÑOS

PAQUETES PUBLICITARIOS

PRODUCTOS	TIEMPO DE EMISIÓN	COSTO TOTAL
<ul style="list-style-type: none"> • 4 veces de lunes a viernes en la programación general. • Bonificaciones fines de semana 	MENSUAL	\$120,00 + IVA
PRODUCTOS	TIEMPO DE EMISIÓN	COSTO TOTAL
<ul style="list-style-type: none"> • 4 veces de lunes a viernes en la programación general. • Bonificaciones fines de semana 	15 DÍAS	\$90,00 + IVA
PRODUCTOS	TIEMPO DE EMISIÓN	COSTO TOTAL
<ul style="list-style-type: none"> • Menciones diarias en vivo. • De lunes a viernes. 	Dos veces	\$8,00 + IVA

Tenemos una historia que contar y contamos contigo.

Dirección:
Av. Charles Darwin y Los Colonos
Puerto Ayora - Santa Cruz- Galápagos - Ecuador

(05)2526550 / (05)2526109
www.radiosantacruzfm.com
santacruzfm@gmail.com



La primerísima de Galápagos

PAQUETE POR CONTRATO

PRODUCTO	TIEMPO DE EMISIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
-Espacio contratado	UNA HORA (60 Minutos)	\$5,50	\$330 más IVA

DATOS INFORMATIVO DE LA RADIO

DIRECTOR	Fr. Bolivar Padilla
FUNDACION	12 de febrero de 1974
PROPIEDAD	Vicariato Apostólico de Galápagos-Misión Franciscana de Galápagos
FRECUENCIAS/ COBERTURA	88.7 Santa Cruz, 104.3 San Cristóbal y radio online Provincial
RUC	2090004495001

Seguros de poder contribuir con nuestro trabajo comunicacional a tan importante labor que ustedes realizan me despido augurándole muchas bendiciones.

Atentamente,

Fr. Bolivar Padilla
DIRECTOR



Tenemos una historia que contar y contamos contigo.

Dirección:
Av. Charles Darwin y Los Colonos
Puerto Ayora - Santa Cruz- Galápagos - Ecuador

(05)2526550 / (05)2526109
www.radiosantacruzfm.com
santacruzfmgal@gmail.com

ANEXO 4: INFORMES DE AVANCES DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Fecha de Informe de Proyecto: 10 de Marzo de 2016			
Nombre del Proyecto:	Plan de Marketing para la empresa Galatortas		
Nombre del Responsable del Proyecto:	Eugenia Marilu Rojas Llerena		
Unidad Académica:	Universidad Internacional Del Ecuador		
Proyecto en ejecución:	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Clasificación de programas y proyectos de Vinculación	Programas y proyectos de Artes y Humanidades		
	Programas y proyectos de Ciencias de la Salud y la Vida		
	Programas y proyectos de Ciencias Sociales y Jurídicas		
	Programas y proyectos de Ingeniería y Arquitectura		X
Fecha de Inicio:	04/03/2016	Fecha de cierre:	10/03/2016

1. Antecedentes

La Universidad Internacional del Ecuador extensión Galápagos inició el Programa de Vinculación con la comunidad, firmando la carta de compromiso en cooperación con la Junta Provincial de Defensa del Artesano – JDPA. El evento se llevó a cabo el día lunes 1 de febrero de 2016 a las 19h00 en la Sala de Micro-net del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos.

El propósito de dicho acuerdo, estuvo enmarcado al Fortalecimiento Técnico en la Elaboración y Aplicación de Perfiles de Proyectos para los Artesanos de Galápagos, mediante las respectivas capacitaciones para el desarrollo o mejora de sus negocios. La capacitación estuvo a cargo del Ingeniero Marcelo Herrera, con la asistencia catedrática de cuatro estudiantes de la UIDE Extensión Galápagos.

Fueron 41 ciudadanos inscritos que buscaban la acreditación como Artesanos Calificados. Con el fin de identificar los proyectos en los que cada uno se especializaba, se realizaron grupos de trabajo de acuerdo a la rama artesanal a la que pertenecían. En esta primera etapa se identificaron los proyectos que requerían asistencia técnica de los estudiantes, con el objetivo de impactar positivamente en la comunidad a través del aporte de nuestros conocimientos y fortalecimiento de la organización.

La segunda etapa del Programa de Vinculación inició con la presentación de cada uno de los estudiantes asignados, mediante una comunicación escrita hacia los artesanos, donde se exponía la asistencia técnica de elaborar los planes de negocios o planes de marketing que requieran para mejorar o iniciar la actividad.

Es así como inició este proceso con la asignación de la señora artesana Joselin Rhor Romano, el día viernes 4 de marzo del presente año, en su vivienda, ubicada en el Barrio El Edén.

En este primer encuentro se realizó el respectivo análisis del medio, los antecedentes, la justificación y ubicación del proyecto; estableciendo los componentes demográficos y sociales. De igual manera se hizo un análisis del comportamiento de la oferta y la demanda; así como de los beneficiarios directos e indirectos del proyecto.

2. Beneficiarios

Apellidos y nombres : Rhor Romano Joselin Carol
Cedula de ciudadanía : 1705358222
Edad : 57 Años
Género : Femenino
Teléfono : 052526209
Celular : 0994431776
Dirección : “Barrio El Edén” - calles Cucuve y Floreana
Correo electrónico : reservas@galapagossuites.com
Rama artesanal : Pastelería

La beneficiaria de la presente investigación contará con el Plan de Marketing para la empresa Galatortas.

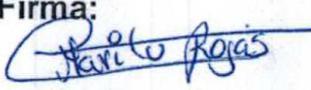
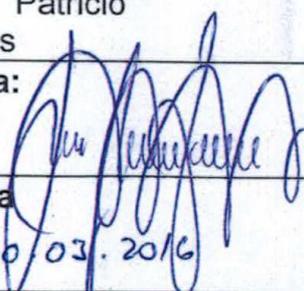
3. Reporte de Avances

En la siguiente matriz se exponen los avances que se han cumplido de acuerdo a los objetivos planteados y actividades programadas.

Objetivo Específico		% de avance	Resultado Obtenido / Producto para el beneficiario	Indicador
Aprobar el proyecto de vinculación con los estudiantes de la UIDE y la Junta Nacional de Defensa del Artesano		100%	Dar inicio al proyecto de vinculación con el artesano y el estudiante a través de la presentación de los documentos requeridos	1.- Carta de aprobación del Artesano. 2.- Cronograma de trabajo 3.- Ficha de inscripción del estudiante
Analizar el medio diagnóstico del problema y	100%	Adquisición de información del proyecto a ejecutarse	1.- Documento adjunto al informe de avance	

4. Equipo Participante

Nombre y Apellido	% de participación	Docente / Estudiante	Actividad realizada
Marilú Rojas Llerena.	100%	Estudiante	Mantener reuniones de trabajo con el artesano. Diseñar un cronograma de trabajo Realizar investigación de campo para desarrollar el análisis del medio y diagnóstico del problema.
Ing. Jadira Larrea	100%	Docente	Coordinar y aprobar los proyectos de vinculación. Revisar y aprobar informes de avance.

ELABORADO POR	REVISADO POR	APROBADO POR
Nombre: Marilu Rojas Llerena	Nombre: Ing. Jadira Larrea Saltos	Nombre: Ing. Patricio Torres
Firma: 	Firma: 	Firma: 
Fecha: 10.03.2016	Fecha: 10.03.2016	Fecha: 10/03.2016

Fecha de Informe de Proyecto: 17 de Marzo de 2016			
Nombre del Proyecto:	Plan de Marketing para la empresa Galatortas		
Nombre del Responsable del Proyecto:	Eugenia Marilu Rojas Llerena		
Unidad Académica:	Universidad Internacional Del Ecuador		
Proyecto en ejecución:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	
Clasificación de programas y proyectos de Vinculación	Programas y proyectos de Artes y Humanidades		
	Programas y proyectos de Ciencias de la Salud y la Vida		
	Programas y proyectos de Ciencias Sociales y Jurídicas		
	Programas y proyectos de Ingeniería y Arquitectura		X
Fecha de Inicio:	11/03/2016	Fecha de Cierre:	17/03/2016

1. Antecedentes

El proyecto de vinculación dio inicio con las primeras reuniones de trabajo con el artesano asignado. En las visitas de campo se pudo obtener información relevante para realizar el análisis del medio y el diagnóstico del problema.

Seguidamente, y cumpliendo con el cronograma de trabajo, se procederá a plantear los objetivos y elaborar la propuesta de funcionalidad de la empresa, considerando los recursos necesarios y estableciendo las ventajas y posibles desventajas económicas del proyecto.

2. Beneficiarios

Apellidos y nombres : Rhor Romano Joselin Carol
Cedula de ciudadanía : 1705358222
Edad : 57 Años
Género : Femenino
Teléfono : 052526209
Celular : 0994431776
Dirección : “Barrio El Edén” – calles Cucuve y Floreana
Correo electrónico : reservas@galapagossuites.com
Rama artesanal : Pastelería

La beneficiaria de la presente investigación contará con el Plan de Marketing para la empresa Galatortas.

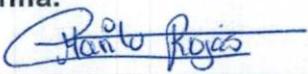
3. Reporte de avances

En la siguiente matriz se exponen los objetivos planteados para este periodo y las respectivas actividades programadas:

Objetivo Específico	% de avance	Resultado Obtenido / Producto para el beneficiario	Indicador
Definir los objetivos del proyecto	100%	Objetivos claramente definidos y consensuados con la beneficiaria del proyecto.	Documento adjunto en el informe de avance
Determinar la viabilidad y plan de sostenibilidad del proyecto.	100%	Propuesta de funcionalidad de la empresa. Definición de ventajas y desventajas económicas del proyecto.	Encuestas realizadas

4. Equipo Participante

Nombre y Apellido	% de participación	Docente / Estudiante	Actividad realizada
Marilú Rojas Llerena	10%	Estudiante	Aplicar encuestas y diseñar estrategias para el funcionamiento del plan de marketing.
Ing. Jadira Larrea	100%	Docente	Revisar el avance del proyecto del plan de marketing.
Joselin Rhor Romano	100%	Artesano	Brindar información necesaria para el diseño del proyecto.

ELABORADO POR	REVISADO POR	APROBADO POR
Nombre: Marilú Rojas Llerena	Nombre: Ing. Jadira Larrea Saltos	Nombre: Ing. Patricio Torres
Firma: 	Firma: 	Firma: 
Fecha: 17.03.2016	Fecha: 14.03.2016	Fecha: 14.03.2016

Fecha de Informe de Proyecto: 24 de Marzo de 2016			
Nombre del Proyecto:	Plan de Marketing para la empresa Galatortas		
Nombre del Responsable del Proyecto:	Eugenia Marilu Rojas Llerena		
Unidad Académica:	Universidad Internacional Del Ecuador		
Proyecto en ejecución:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	
Clasificación de programas y proyectos de Vinculación	Programas y proyectos de Artes y Humanidades		
	Programas y proyectos de Ciencias de la Salud y la Vida		
	Programas y proyectos de Ciencias Sociales y Jurídicas		
	Programas y proyectos de Ingeniería y Arquitectura		X
Fecha de Inicio:	18/03/2016	Fecha de cierre:	24/03/2016

1. Antecedentes

Luego de cumplir exitosamente con las dos actividades principales de este proyecto, se procede a diseñar la estrategia de ejecución del proyecto y la respectiva estrategia de seguimiento y evaluación del mismo.

Es importante destacar que cada uno de los temas desarrollados en el proyecto denominado “Plan de Marketing para la empresa Galatortas” ha sido presentado y consensuado con la beneficiaria. Se espera contar con la aprobación del documento final para realizar una presentación pública.

2. Beneficiarios

Apellidos y nombres : Rhor Romano Joselin Carol
Cedula de ciudadanía : 1705358222
Edad : 57 Años
Género : Femenino
Teléfono : 052526209
Celular : 0994431776
Dirección : “Barrio El Eden” – calles Cucuve y Floreana
Correo electrónico : reservas@galapagossuites.com
Rama artesanal : Pastelería

La beneficiaria de la presente investigación contará con el Plan de Marketing para la empresa Galatortas

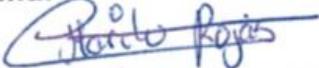
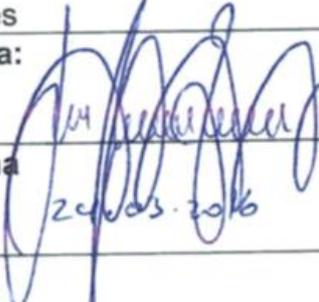
3. Reporte de avances

A continuación se detalla el objetivo propuesto y la actividad programada:

Objetivo Específico	% de avance	Resultado Obtenido / Producto para el beneficiario	Indicador
Diseñar una estrategia de ejecución del proyecto	100%	Estrategia diseñada y consensuada con la beneficiaria del proyecto.	Documento adjunto en el informe de avance.
Diseñar una estrategia de seguimiento y evaluación del proyecto	100%	Estrategia diseñada y consensuada con la beneficiaria del proyecto.	Documento adjunto en el informe de avance.

4. Equipo participante

Nombre y Apellido	% de participación		Docente / Estudiante	Actividad realizada
Marilú Rojas Llerena.	10%		Estudiante	Diseñar estrategias de ejecución del proyecto. Diseñar estrategias de seguimiento y evaluación del proyecto. Presentar informes de avance. Consensuar propuesta con la beneficiaria del proyecto.
Ing. Jadira Larrea	100%	Docente	Revisar el informe de avance y el producto final del proyecto del plan de marketing.	
Joselin Rhor Romano	100%	Artesano	Brindar información requerida y aprobar propuestas sobre el proyecto de emprendimiento.	

ELABORADO POR	REVISADO POR	APROBADO POR
Nombre: Marilu Rojas Llerena	Nombre: Ing. Jadira Larrea Saltos	Nombre: Ing. Patricio Torres
Firma: 	Firma: 	Firma: 
Fecha: 24.03.2016	Fecha: 24.03.2016	Fecha: 24.03.2016

ANEXO 5: CRONOGRAMA DE TRABAJO PROPUESTO PARA EL DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR ALUMNA: Marilu Rojas Llerena CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL PROYECTO DE VINCULACION		SEMANA 1: VIERNES 4 MARZO - JUEVES 10 MARZO						HORAS DIARIAS	TOTAL HORAS SEMANAL
		VIERNES	SABADO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES		
N°	ACTIVIDADES	4	5	7	8	9	10	8	
1	ANALISIS DEL MEDIO							8	48
	Presentar y coordinar horarios de trabajo								
	Conocer el nombre y justificacion del proyecto								
	Conocer la ubicacion de la empresa								
	Organizar el plazo de ejecucion								
	Evaluar al publico objetivo del proyecto								
	DIAGNOSTICO Y PROBLEMA								
	Analizar la situacion actual del proyecto								
	Identificar los componentes demograficos, sociales,etc								
	Identificar el comportamiento para la oferta y demanda								
Establecer nuestros beneficiarios directos e indirectos									

	ACTIVIDADES	SEMANA 2: VIERNES 11 MARZO - JUEVES 17 MARZO						8	HORAS DIARIAS
		VIERNES	SABADO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES		
		11	12	14	15	16	17		
2	OBJETIVOS DEL PROYECTO							48	
	Plantear los objetivos del proyecto								
	Lograr el objetivo establecido								
	Elaborar la matriz considerando los objetivos								
	VIABILIDAD Y PLAN DE SOSTENIBILIDAD								
	Establecer el funcionamiento correcto de la empresa								
	Determinar los recursos a utilizar y los gastos a efectuarse								
Conocer las ventajas y desventajas economicas del proyecto									

	ACTIVIDADES	SEMANA 3: VIERNES 18 MARZO - JUEVES 24 MARZO						8	HORAS DIARIAS
		VIERNES	SABADO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES		
		18	19	21	22	23	24		
3	ESTRATEGIA DE EJECUCION							48	
	Verificar el funcionamiento del proyecto								
	Cumplir con las estrategias establecidas								
	Analizar las tecnicas aplicas								

4	ACTIVIDADES	SEMANA 4: VIERNES 25 MARZO - SABADO 26 MARZO						8	HORAS DIARIAS
		VIERNES	SABADO						
		25	26						
ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACION								16	
Establecer calificadores para nuestro proyecto									
Evaluar la satisfaccion de nuestro publico objetivo									
TOTAL HORAS								160	

ANEXO 6: HOJA DE ASISTENCIA EN EL DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN



FECHAS	ACTIVIDAD	HORARIO	C.I.	FIRMA/ RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN
04/03/2016	Contactar al artesano	Ocho Horas Diarias	1705358222	
	Coordinar horarios de trabajo			
	Conocer antecedentes del proyecto			
05/03/2016	Conocer el nombre y Justificación del proyecto	Ocho Horas Diarias	1705358222	
	Conocer la ubicación de la empresa			
	Organizar el plazo de ejecución			
07/03/2016	Evaluar al público objetivo del proyecto	Ocho Horas Diarias	1705358222	
	Acudir con el artesano para adquirir más información			
08/03/2016	Analizar la situación actual del proyecto	Ocho Horas Diarias	1705358222	
	Identificar los componentes demográficos, sociales, etc			
09/03/2016	Presentar el Informe de Avances de Proyectos	Ocho Horas Diarias	1705358222	
10/03/2016	Acudir con el artesano para adquirir más información	Ocho Horas Diarias	1705358222	

FIRMA RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN

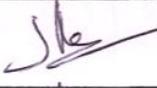
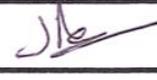
FECHA 10.03.2016

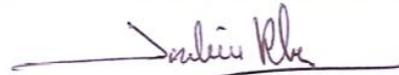
FIRMA DEL ESTUDIANTE

FECHA 10.03.2016

FIRMA RESPONSABLE UIDE

FECHA 10.03.2016

FECHAS	ACTIVIDAD	HORARIO	C.I.	FIRMA/ RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN
11/03/2016	Plantear los objetivos del Proyecto	Ocho Horas Diarias	1705358222	
12/03/2016	Plantear los objetivos del Proyecto	Ocho Horas Diarias	1705358222	
14/03/2016	Elaborar una propuesta de funcionalidad de la empresa	Ocho Horas Diarias	1705358222	
	Determinar los recursos a utilizar y los gastos a efectuarse			
15/03/2016	Determinar los recursos a utilizar y los gastos a efectuarse	Ocho Horas Diarias	1705358222	
	Identificar las ventajas y desventajas economicas del proyecto			
16/03/2016	Acudir con el artesano para adquirir mas informacion	Ocho Horas Diarias	1705358222	
17/03/2016	Presentar el informe de Avances de Proyectos	Ocho Horas Diarias	1705358222	



FIRMA RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN

FECHA 17.03.2016



FIRMA DEL ESTUDIANTE

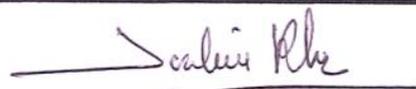
FECHA 17.03.2016



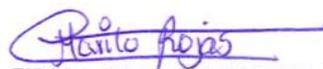
FIRMA RESPONSABLE UIDE

FECHA 17.03.2016

FECHAS	ACTIVIDAD	HORARIO	C.I.	FIRMA/ RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN
18/03/2016	Diseñar una estrategia de ejecucion	Ocho Horas Diarias	1705358222	
19/03/2016	Diseñar una estrategia de ejecucion	Ocho Horas Diarias	1705358222	
21/03/2016	Acudir con el artesano para adquirir mas informacion	Ocho Horas Diarias	1705358222	
22/03/2016	Acudir con el artesano para adquirir mas informacion	Ocho Horas Diarias	1705358222	
23/03/2016	Acudir con el artesano para adquirir mas informacion	Ocho Horas Diarias	1705358222	
24/03/2016	Presentar el informe de Avance de Proyectos	Ocho Horas Diarias	1705358222	


FIRMA RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN

FECHA 24.03.2016


FIRMA DEL ESTUDIANTE

FECHA 24.03.2016


FIRMA RESPONSABLE UIDE

FECHA 24.03.2016

BIBLIOGRAFIA

BCE. (s.f.). *BANCO DEL PACIFICO*. Obtenido de https://www.bancodelpacifico.com/files/PDF/TransparenciaInformacion/Tasas_Pasivas2014.pdf

BCE. (s.f.). *BANECUADOR*. Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/wp-content/uploads/2017/01/tasasenero2017.pdf>

CEEAP. (11 de 2013). *CONFEDERACION ESPAÑOLA DE EMPRESARIOS ARTESANOS DE PASTELERÍA*. Recuperado el 11 de 2016, de Historia de la pastelería : <http://www.ceeap.es/historia-de-la-pasteler%C3%ADa/>

CONCEPTO. (s.f.). Obtenido de <https://edukavital.blogspot.com/2013/02/pasteleria.html>

CONCEPTO DE UNIVERSO . (s.f.). Obtenido de <http://www.cgonzalez.cl/conceptos-universo-poblacion-y-muestra/>

CORDICOM. (s.f.). Obtenido de http://www.cordicom.gob.ec/concurso_frecuencias/

Edukavital. (02 de 2013). *Pastelería* . Recuperado el 11 de 2016, de <https://edukavital.blogspot.com/2013/02/pasteleria.html>

FORMATO. (s.f.). Obtenido de <asedesto.com/documents/CTMuestra.xls>

HISTORIA. (s.f.). Obtenido de <http://www.ceeap.es/historia-de-la-pasteler%C3%ADa/>

HISTORIA Y CONCEPTO. (s.f.). Obtenido de <https://edukavital.blogspot.com/2013/02/pasteleria.html> & <http://www.ceeap.es/historia-de-la-pasteler%C3%ADa/>

INEC2010. (s.f.). Obtenido de http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=485:inec-aporta-datos-estadisticos-para-la-discusion-del-proyecto-de-reforma-a-la-ley-de-regimen-especial-de-galapagos&catid=68:boletines&Itemid=51&lang=es

INEC2010. (s.f.). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

INEC2010. (s.f.). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

INEC2010. (s.f.). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/2003_SANTA%20CRUZ_GALA_PAGOS.pdf

INEC2010. (s.f.). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/2003_SANTA%20CRUZ_GALAPAGOS.pdf

INEC2010. (s.f.). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>