



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

DEPARTAMENTO DE POSGRADOS

**“Producción y comercialización de postres saludables en la
ciudad de Cuenca.”**

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de
Magíster en Administración de Empresas

Autor:

Marcela de Lourdes Cárdenas Erazo

Director:

Marcelo Calle Calle

Cuenca – Ecuador

2023

Estudiante: Marcela de Lourdes Cárdenas Erazo

Tema: Producción y comercialización de postres saludables en la ciudad de Cuenca

RESUMEN

Sweet&Health es una propuesta de negocio fundamentada en la producción y comercialización de postres saludables aptos para el público en general, con énfasis en personas con estilos de vida saludables y con enfermedades como diabetes, celiaquía y obesidad; distribuidos en las cadenas de supermercados de la ciudad. Para este estudio, se efectuó un análisis cualitativo y cuantitativo, dividido en las siguientes áreas clave: i) modelo de negocio, ii) plan comercial, iii) plan estratégico, y iv) plan económico-financiero.

Se realizó un estudio de mercado enfocando la idea propuesta a la definición de estrategias y procesos desarrollados en el presente trabajo. Así, se estableció un mercado inicial de 24.511 personas considerando un 5% de esta población, para análisis de proyecciones. Finalmente, se pudo reflejar la viabilidad tanto de la idea de negocio como del nivel económico-financiero, evidenciando esto en las expectativas que tienen los clientes por el desarrollo de los productos planteados.

Palabras Clave: Diabetes; Celiaquía; Saludable; Proceso; Estrategia.

ABSTRACT

Sweet&Health was a business proposal based on the production and marketing of healthy desserts suitable for the general public, with emphasis on people with healthy lifestyles and diseases such as diabetes, celiac disease and obesity; distributed in supermarket chains in the city. For this study, a qualitative and quantitative analysis was carried out, divided into the following key areas: i) business model, ii) business plan, iii) strategic plan, and iv) economic-financial plan. A market study was carried out focusing on the proposed idea to define the strategies and processes developed in this work. Thus, an initial market of 24,511 people was established, considering 5% of this population, for projection analysis. Finally, it was possible to reflect the viability of both the business idea and the economic-financial level, thus evidencing the expectations that customers have for the development of the proposed products.

Keywords: Diabetes; Celiac disease; Healthy; Process; Strategy.



DIANA ANDREA
GOMEZ SIGSIG

Índice de contenidos

Antecedentes	3
La empresa	3
Problemática	4
Objetivos	5
General.....	5
Específicos.....	5
Autores que fundamentan el trabajo y principales reflexiones	5
Descripción de las partes del trabajo	6
1. La idea de negocio.....	6
2. Plan de marketing.....	7
3. Plan estratégico.....	7
4. Análisis financiero.....	7
Capítulo 1 - Análisis Estratégico e Identificación del Modelo de Negocio.....	8
Capítulo 2 – Plan de Marketing	9
Capítulo 3 – Plan Estratégico.....	10
Capítulo 4 – Gerencia Financiera.....	11
Conclusiones	12
Recomendaciones.....	15
Bibliografía	17

Antecedentes

La empresa

Sweet&Health es un emprendimiento que hace referencia a comer productos a base de alimentos saludables; fundamentado en la producción y comercialización de postres aptos para el público en general, con énfasis en personas con estilos de vida saludables y con enfermedades tales como diabetes, celiaquía y obesidad; distribuidos en las principales cadenas de supermercados de la ciudad. Dentro de la planeación estratégica, la empresa ha desarrollado su misión, misma que se sustenta en trabajar día a día en la elaboración y comercialización de productos con ingredientes saludables, que contengan bajos índices de azúcar y carbohidratos y altos índices de proteína, que lleguen de manera rápida y segura a todos nuestros clientes que busquen consumir un snack que aporte beneficios a nuestro cuerpo con una amplia variedad de productos de calidad. Nuestro enfoque radica en cuidar la salud de nuestros clientes, siendo también responsables con nuestro equipo de trabajo, medio ambiente y sociedad en general. Asimismo, la visión de *Sweet&Health* radica en convertirnos en un referente a nivel nacional en la industria alimentaria con nuestros productos saludables, siendo también socios clave de pequeñas, medianas y grandes empresas que se acoplen a nuestros objetivos y valores; siendo estos integridad, adaptabilidad, compromiso, responsabilidad y honestidad.

Para el desarrollo de sus actividades, se ha visto necesaria la implementación de un local comercial que cuente con todos los espacios necesarios de manera tal, que cuidemos la inocuidad de los productos, a la vez que se encuentre en una zona estratégica para consumos. Es así que, para el local, se busca una zona exclusiva que cumpla con los requerimientos de espacio y flujo de personas. Se plantea una combinación de estilos, una fachada moderna con un interior clásico dando un enfoque vanguardista y sustentable. Lo que se pretende es darle una experiencia agradable al cliente, en un ambiente cálido y con personal atento a sus requerimientos. En el interior se colocarán amplias vitrinas para exhibir los productos y mesas para consumo en el local; mientras que en la parte posterior se ubicará la cocina. El área de la cocina estará distribuida de tal forma que se pueda manejar un flujo continuo en el proceso de producción, evitando así procesos que no agregan valor y otorgando rapidez en los

tiempos de entrega. Se debe considerar también que es necesario tener líneas de frío y calor (refrigeradoras y hornos) para mantener los productos frescos y en buen estado. Se busca además colocar mesas en la parte exterior del local para los clientes que deseen consumir sus productos al aire libre. Para el desarrollo de este proyecto constructivo, se contratará personal experimentado en las áreas de Arquitectura y Diseño de Interiores para definir detalles técnicos como iluminación, organización, entre otros, ya que son elementos importantes dentro del campo comercial.

Es importante destacar que la empresa busca ser un negocio sustentable, es por esto, que se tratarán temas de economía circular, disminución en medida de lo posible los desperdicios, utilizar materiales eco amigables, trabajo justo y demás; aportando así, con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Problemática

Debido al incremento exponencial del padecimiento de enfermedades como la diabetes, celiacía y obesidad, y a las nuevas tendencias de vida saludable (alimentación y ejercicio), las personas se han visto en la necesidad de modificar sus hábitos para acoplarse a estos estándares y para mejorar sus estilos de vida, dejando de lado a los postres en su mayoría debido a su exceso de azúcares, grasas, carbohidratos, químicos y sabores artificiales.

“En Ecuador, la diabetes está afectando a la población con tasas cada vez más elevadas. Según la encuesta ENSANUT, la prevalencia de diabetes en la población de 10 a 59 años es de 1.7%. Esa proporción va subiendo a partir de los 30 años de edad, y a los 50, uno de cada diez ecuatorianos ya tiene diabetes” (Romero, 2018). La celiacía aún no es una enfermedad estudiada en el país; sin embargo, se estima que “la población en Ecuador con esta enfermedad son dos personas por cada 256 habitantes lo que nos da un total aproximado de 125000 personas” (MSP, 2018). Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), “para el año 2019 el país tuvo una incidencia de sobrepeso y obesidad de 35,4% en niños de 5 a 11 años de edad. En adultos de 19 a 59 años, estos trastornos alimenticios tuvieron un aumento significativo de 0,7 % en cuanto a sobrepeso y 1,18 % en cuanto a obesidad, frente a cifras alcanzadas en 2012” (MSP, 2018)

Objetivos

General.

- Producir y comercializar postres saludables en la ciudad de Cuenca, a través de una tienda física ubicada estratégicamente y mediante la distribución a las principales cadenas de supermercados de la ciudad.

Específicos.

- Desarrollar un modelo de negocio basado en la producción y comercialización de postres saludables en la ciudad de Cuenca, alcanzando un alto nivel de satisfacción del cliente en un plazo de 12 meses, cumpliendo la normativa legal aplicada a alimentos.
- Implementar un plan de marketing estratégico y efectivo para la producción y comercialización de postres saludables en Cuenca, que resulte en un aumento del 20% en las ventas mensuales y un aumento del 30% en el reconocimiento de la marca en un plazo de 6 meses.
- Elaborar un plan estratégico, que incluya la identificación de objetivos, políticas y procedimientos con su respectiva asignación de recursos, con el fin de aumentar el reconocimiento de la marca en un 20%, atraer al menos 500 nuevos clientes y aumentar los ingresos en un 15% en los próximos 12 meses.
- Realizar un plan económico-financiero detallado, que incluya proyecciones financieras realistas, detalle de precios y costos, así como un análisis de retorno de la inversión, con el fin de alcanzar una TIR alta, un VAN positivo y obtener un margen de beneficio del 15% en el primer año de operación.

Autores que fundamentan el trabajo y principales reflexiones

Para desarrollar adecuadamente la idea de negocio, es necesaria la búsqueda de bibliografía de apoyo, de manera tal que se pueda complementar el estudio desde distintas aristas. En cuanto a la propuesta de valor, el autor del libro “En defensa de la comida”, Michael Pollan, reflexiona sobre la importancia de una alimentación saludable y la utilización de ingredientes naturales y sostenibles. Su enfoque en la

producción y comercialización de postres saludables podría basarse en el uso de ingredientes orgánicos y locales, lo que a su vez generaría una conexión con el consumidor y una propuesta de valor diferenciada. Para promover los beneficios de una alimentación saludable y consciente, para utilizarlos como campaña de marketing, los autores Marion Nestle y David Kats, con sus libros “Comida Política” y “La forma de comer”, respectivamente, abordan temas tales como sobre la relación entre la industria alimentaria y la política, y cómo ésta influye en la alimentación de las personas, y sobre la importancia de una alimentación equilibrada y saludable, y cómo ésta puede prevenir enfermedades crónicas, con postres saludables siendo parte de ella. Para el desarrollo de productos, además del uso de bibliografía de autores tales como Eric Schlosser, “*Fast Food Nation*” y la chef Alice Waters, “El arte de la cocina simple”, que exponen la industria alimentaria y los peligros de la alimentación poco saludable, y la importancia de utilizar ingredientes frescos y de temporada en la preparación de alimentos; respectivamente, se tendrá el apoyo de la Ingeniera en Alimentos Jessica Guerrero, así como de la Nutricionista Carolina Villota, para avalar la calidad y preparación de los mismos.

Descripción de las partes del trabajo

Para evaluar adecuadamente la idea de negocio, se ha dividido el estudio de la presente en cuatro aspectos:

1. La idea de negocio.

En este apartado se expondrán las operaciones necesarias para la empresa. Iniciamos delimitando lo que buscamos ofrecer, en base a un deseo o necesidad específica y lo aplicamos para un segmento de mercado definido. Posterior, realizamos un análisis estratégico, de la empresa y de la competencia con el objetivo de tener una idea del posicionamiento futuro de la empresa, para llegar a realizar un modelo de negocio completo. Finalmente, se realiza un análisis de los aspectos legales referentes a la constitución de la empresa, así como de documentos adicionales, en este caso, requeridos para una empresa de grado alimentario.

2. Plan de marketing.

Una vez esté correctamente definida la idea de negocio, realizamos un análisis exhaustivo de la competencia para así, con la ayuda de herramientas, poder definir adecuadamente un posible posicionamiento real de nuestra empresa. Además, realizamos proto personas para testear los productos a ofrecer para afinar estrategias apropiadas de marketing de ingreso en el mercado.

3. Plan estratégico

Partimos con la definición del sector al que pertenece nuestro proyecto; seguido de determinación de estrategias para obtener ventaja competitiva, estrategias empresariales de mercado, análisis de tendencias de los clientes, investigación profunda-objetiva y estrategia del mercado, constitución de marca, servicio como apalancamiento de diferenciación, mejora del modelo y concepto de la empresa, e internalización. Para un estudio a detalle de las estrategias a llevar a cabo, seleccionamos departamentos críticos dentro de nuestro modelo negocio para así, tener una integración de recursos estratégicos adecuados. Por último, realizamos un análisis estratégico en base a los Objetivos de la Dirección Estratégica, para finalizar con la aplicación de la herramienta PESTAL para definir los aspectos externos que pueden afectar a la organización.

4. Análisis financiero

Finalmente, se realizará un análisis financiero, mismo que nos proporcionará información sobre la viabilidad del proyecto. Para esto, es necesario efectuar un análisis de todos los costos y gastos necesarios para, posteriormente, pasar al estado de resultados, balance general y al flujo de caja. Asimismo, mediante este análisis, se puede determinar el riesgo del proyecto y tomar decisiones de inversión en base a los resultados obtenidos.

Capítulo 1 - Análisis Estratégico e Identificación del Modelo de Negocio

La motivación detrás de la idea de negocio surge por el aumento de enfermedades como la diabetes, la celiaquía y la obesidad, así como de la creciente tendencia hacia un estilo de vida saludable. Se busca satisfacer la necesidad de las personas de disfrutar de postres sin comprometer su salud, ofreciendo productos elaborados con ingredientes sustitutos de alta calidad y provenientes de proveedores nacionales. La ventaja competitiva de este negocio, denominado *Sweet&Health*, radica en contar con un equipo especializado en la producción de alimentos saludables, incluyendo un ingeniero en alimentos para desarrollar recetas con sustitutos de ingredientes y un nutriólogo que avale la calidad de los productos. Además, se planea cultivar parte de la materia prima para garantizar su calidad en toda la cadena de producción, así como también, contar con una línea de productos personalizados y la utilización de empaques biodegradables para contribuir al cuidado del medio ambiente.

Para llevar a cabo un adecuado estudio de la idea de negocio, iniciamos con un análisis estratégico que incluye la definición de la misión, visión y valores de la empresa, así como los objetivos estratégicos. Se realiza un análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) y se propone un modelo de negocio utilizando el lienzo CANVAS. Se destaca la necesidad de formar alianzas estratégicas y obtener certificaciones que avalen la calidad de los productos. Adicional, se presenta un análisis de tipo legal, con todo lo necesario para el funcionamiento del local comercial.

Una vez estructurado el estudio, se define la idea de negocio como la producción y comercialización de postres saludables aptos para el público en general, con énfasis en personas con estilos de vida saludables y con enfermedades tales como diabetes, celiaquía y obesidad; distribuidos en las principales cadenas de supermercados de la ciudad. Es así que se concluye que el negocio tiene un potencial significativo y se proponen estrategias para disminuir las debilidades encontradas y potenciar las oportunidades definidas.

Capítulo 2 – Plan de Marketing

El marketing es un proceso empresarial que busca satisfacer las necesidades de los clientes a través de la creación, comunicación, entrega e intercambio de ofertas de valor. Los fundamentos del marketing incluyen conceptos tales como las necesidades, deseos y demandas de los consumidores, el producto y su propuesta de valor, el valor, la satisfacción y las emociones generadas por el producto, el intercambio y la relación entre los clientes, el mercado y la gestión de marketing como tal.

Aplicado a la idea de negocio, para desarrollar la estrategia comercial, se utiliza el mapa perceptual de posicionamiento para así analizar la percepción de los consumidores sobre la empresa y sus competidores. También se utiliza la matriz A-C para la evaluación de futuras estrategias y se realiza una segmentación del mercado objetivo basada en factores geográficos, demográficos, psicográficos, de comportamiento y beneficios buscados.

Además, se define el posicionamiento de la empresa, destacando la diversidad y la gestión de marca como factores clave. Se crean protopersonas y *Customer Journey Maps* para comprender al consumidor objetivo y los *touchpoints* en su proceso de compra, así como también se emplean herramientas para generar ideas creativas. Finalmente, se aplica el modelo de las 4P (producto, precio, plaza y promoción) para desarrollar estrategias iniciales de marketing.

Se realizan dos etapas de validación de las estrategias propuestas y se recopilan comentarios y recomendaciones para presentar adecuadamente la idea de negocio a la audiencia definida, con los medios adecuados. En resumen, este enfoque de marketing ayuda a definir y desarrollar un plan comercial efectivo para la empresa, considerando aspectos clave como el posicionamiento, la segmentación, el consumidor objetivo y las estrategias de marketing.

Capítulo 3 – Plan Estratégico

La dirección estratégica constituye un enfoque clave para el éxito de cualquier negocio y, aplicarlo a la idea propuesta para la empresa *Sweet&Health*, marca la diferencia en un mercado cada vez más consciente de la salud. Para esto, es necesario tener claros los conceptos de planeación estratégica, así como ventaja competitiva, diferenciación y segmentación. Se identificó el sector industrial apropiado para la idea planteada, siendo este, el sector de la alimentación y las bebidas, mismo que indica que se debe proveer de productos de calidad, saludables y asequibles.

Para el contexto planeado, se requieren definir las estrategias empresariales del mercado para categorizar a cada uno de los actores presentes para así, posteriormente, evaluar las tendencias de los clientes, siendo este un aspecto crítico para la determinación de futuros planes de acción. Además, se plantean estrategias enfocadas a la investigación profunda-objetiva y estrategia de mercado; a la constitución de marca, al servicio como apalancamiento de diferenciación, definiendo al servicio preventa, servicio de venta, servicio postventa y autoservicio, como aspectos clave; a mejorar el modelo y concepto de la empresa; y, finalmente, la internacionalización.

A fin de aplicar el modelo de planificación, se han considerado 3 áreas fundamentales para negocio, como objeto de análisis: atención al cliente, producción y marketing. A cada uno de estos, se les han asignado objetivos, políticas, estrategias y procedimientos, que nos permitirán impulsar los esfuerzos en pro de *Sweet&Health*. Del mismo modo, se ha realizado un desglose de las áreas mencionadas, con el fin de asignar recursos estratégicos humanos, materiales y no materiales/sistemas.

Finalmente, hemos aplicado la herramienta PESTAL, para evaluar los aspectos externos más relevantes que pueden afectar a la organización en su desarrollo. En definitiva, al aplicar la dirección estratégica, se puede alcanzar un éxito duradero, ofreciendo productos de alta calidad, con enfoque a las preferencias del consumidor y manteniendo una ventaja competitiva, se crea una base sólida para el crecimiento y la consolidación en un mercado en constante evolución.

Capítulo 4 – Gerencia Financiera

La gerencia financiera se enfoca, tanto en la administración del capital de trabajo, como en la evaluación de proyectos para tomar decisiones efectivas, siendo así, su propósito principal gestionar los recursos de la empresa, controlar los costos y garantizar el flujo de las utilidades. La idea de negocio surge como respuesta al aumento significativo de enfermedades como la diabetes, celiaquía y obesidad, y a la tendencia hacia una vida saludable, es así que nace *Sweet&Health*.

Una vez determinamos el mercado objetivo, partimos con el desarrollo de un mapa de procesos, mismo que establece los procesos que agregan valor dentro de la idea de negocio teniendo como figura principal, el cliente. Se realizó un análisis de costos y gastos, en los que se consideran: materia prima, mano de obra, permisos y patentes, local comercial y otros gastos administrativos para, posteriormente, proyectar las ventas para los próximos 5 años, obteniendo un estado de resultados positivo y un balance general esperado.

Además, se elaboró un flujo de caja que muestra los ingresos y egresos del proyecto y se demuestra que *Sweet&Health* es un negocio rentable con una TIR del 129,45% y un Valor Actual Neto (VAN) positivo, demostrando que el proyecto es atractivo para la inversión debido al crecimiento del mercado de alimentos saludables en la ciudad y por los beneficios económicos proyectados. Asimismo, el análisis financiero garantiza la viabilidad operativa, de mercado y estratégica de la idea de negocio. Cabe mencionar que el riesgo del proyecto es alto, debido a factores tales como variabilidad de precios por el riesgo país, posibilitando un compromiso con las inversiones propuestas.

Conclusiones

Existe una creciente necesidad en el mercado de postres saludables debido al aumento alarmante de enfermedades como la diabetes, la celiaquía y la obesidad. Estos problemas de salud han llevado a un cambio en la mentalidad de las personas, que cada vez más optan por un estilo de vida saludable. La conciencia sobre los efectos negativos de una dieta “desequilibrada” ha llevado a un aumento en la demanda de alimentos y productos buenos para la salud y que satisfagan los antojos dulces sin comprometerla. Este cambio en los hábitos de consumo ha creado una oportunidad para empresas como *Sweet&Health*, que se dedican a ofrecer alternativas de postres que se alineen con estas necesidades.

Sweet&Health se destaca en el mercado gracias a su equipo altamente especializado en la producción de alimentos saludables. Cuenta con una Ingeniera en Alimentos y una Nutrióloga que se encargarán de garantizar la calidad y el valor nutricional de los productos. Este enfoque en la calidad y la nutrición asegura que los postres a ofertar sean no solo deliciosos, sino también beneficiosos para la salud de sus consumidores.

Además, se plantea cultivar parte de la materia prima utilizada en la elaboración de sus postres, lo que permite tener un control sobre la calidad de los ingredientes y garantizar que los productos utilizados en la cadena de producción sean frescos, libres de pesticidas y cultivados con procesos que radiquen su enfoque en la sostenibilidad. Esto no solo contribuye a la calidad de los productos, sino también, refuerza el compromiso de la empresa con el cuidado del medio ambiente. Es por esto que se propone el uso de empaques biodegradables, reduciendo así su impacto. Esta estrategia sostenible no solo es importante para el bienestar del planeta, sino también es una estrategia de diferenciación en un mercado cada vez más consciente de la importancia de la sostenibilidad. Los consumidores están buscando productos que generen responsabilidad con el cuidado del medio ambiente, y *Sweet&Health* está respondiendo a esta demanda al utilizar empaques biodegradables y amigables con el medio ambiente.

Sweet&Health también se destaca por el uso de ingredientes sustitutos de alta calidad en sus productos. En lugar de utilizar ingredientes tradicionales que pueden ser altos

en grasas saturadas, azúcares y aditivos artificiales, el negocio busca alternativas más saludables que mantengan el sabor y la textura deseados. Estos ingredientes sustitutos, como edulcorantes naturales y harinas integrales, permiten ofrecer productos que no solo son saludables, sino también deliciosos.

Sin embargo, no basta con tener productos saludables y sostenibles; también es fundamental contar con una estrategia de marketing sólida para alcanzar el éxito en el mercado. Es por esto que *Sweet&Health* reconoce la necesidad de implementar una estrategia de marketing agresiva para lograr los objetivos de posicionamiento deseados. Esto implica ofrecer una amplia variedad de productos que se ajusten a las necesidades y preferencias del mercado objetivo.

Además, *Sweet&Health* utiliza estrategias de marketing digital, como las redes sociales y el marketing por correo electrónico, para llegar a su público objetivo de manera efectiva y promover sus productos. Las redes sociales son una herramienta poderosa para conectarse con los consumidores, compartir contenido relevante y construir una comunidad en línea. Mediante el uso de imágenes atractivas y mensajes persuasivos, la empresa puede generar interés y despertar el deseo de probar sus deliciosos postres saludables. Además, el marketing por correo electrónico les permite mantener una relación continua con sus clientes, enviar ofertas especiales y mantenerlos informados sobre nuevos productos y promociones.

A nivel de competencia, *Sweet&Health* se encuentra en una posición ventajosa. Aunque existen algunas empresas que ofrecen productos similares, la presencia de competidores directos es limitada en la ciudad. Esto significa que se tiene una oportunidad única para ingresar en el mercado y posicionarse como líder en el sector de postres saludables. Para aprovechar al máximo esta ventaja competitiva, la empresa se basa en herramientas y estrategias adecuadas respaldadas por los resultados obtenidos en la matriz de McKinsey, proteger posición.

El desarrollo de la proto persona ha sido un aspecto fundamental ya que se han identificado de manera clara el segmento al que se dirige su modelo de negocio. Al comprender las necesidades, deseos y preferencias de su público objetivo, *Sweet&Health* puede adaptar su oferta y comunicación para llegar de manera efectiva

a más audiencias. La innovación es un pilar fundamental en esta estrategia, ya que permite a *Sweet&Health* destacarse y ofrecer constantemente nuevos productos y propuestas que satisfacen las demandas cambiantes de los consumidores.

Las pruebas realizadas con los clientes potenciales han confirmado que *Sweet&Health* es una idea con un futuro prometedor en la ciudad. Los resultados obtenidos han respaldado la viabilidad y el potencial de crecimiento de la empresa

En línea con la planeación estratégica previamente definida, *Sweet&Health* ha puesto al cliente como punto central de su enfoque. Se han identificado áreas clave dentro del negocio y se han desarrollado objetivos, políticas, estrategias y procedimientos adecuados para cada una de ellas. El plan estratégico se enfoca en aprovechar las oportunidades tanto a corto como a largo plazo, con el objetivo de fortalecer y expandir la idea de negocio planteada.

El análisis exhaustivo realizado respalda la conclusión de que el proyecto de *Sweet&Health* es altamente rentable y prometedor. Los beneficios a futuro son significativos, considerando el crecimiento del mercado y la creciente conciencia de las personas sobre la importancia de una alimentación saludable. Si bien existen algunos riesgos asociados con el proyecto, como se ha determinado mediante la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN), estos pueden ser gestionados de manera efectiva con una adecuada planificación y toma de decisiones estratégicas.

Finalmente, el mercado de postres saludables está en pleno auge debido a la creciente preocupación por la salud y el bienestar. *Sweet&Health* se posiciona como una empresa líder en este sector, gracias a su enfoque en la calidad, la innovación y la sostenibilidad. Con un equipo especializado y una estrategia de marketing agresiva, *Sweet&Health* tiene la oportunidad de captar una parte significativa de este mercado en crecimiento. Aprovechando la ventaja competitiva y adaptándose a las necesidades del público objetivo, *Sweet&Health* está destinado a convertirse en un referente en el mercado de postres saludables, brindando opciones deliciosas y nutritivas que contribuyan a un estilo de vida más saludable para todos.

Recomendaciones

Una vez realizados los análisis pertinentes, se establecen las siguientes recomendaciones para *Sweet&Health* con el objetivo de fortalecer su posición en el mercado de postres saludables y asegurar su éxito a largo plazo:

1. Formar alianzas estratégicas para aumentar el porcentaje de éxito del proyecto: buscar asociaciones con proveedores de ingredientes saludables, tiendas de alimentos naturales o incluso colaboraciones con otros negocios del sector saludable como centros deportivos y de salud en la ciudad. Estas alianzas estratégicas pueden ayudar a expandir la presencia de *Sweet&Health*, aumentar su visibilidad y llegar a nuevos segmentos de mercado.
2. Realizar investigaciones de mercado constantes para adaptarse a las necesidades de los clientes potenciales: la industria de alimentos y bebidas saludables es dinámica y está en constante evolución. *Sweet&Health* debe mantenerse actualizado sobre las últimas tendencias, preferencias y necesidades de sus clientes potenciales. Esto implicará llevar a cabo investigaciones de mercado periódicas, encuestas y análisis de la competencia para ajustar su oferta de productos y servicios de acuerdo con la demanda actual.
3. Implementar campañas de concientización en las que comer sano no signifique dejar de disfrutar de los postres: Es importante transmitir el mensaje que los postres saludables no solo son beneficiosos para la salud, sino también deliciosos y satisfactorios.
4. Enfocarse en la diversidad y la gestión de marca como factores clave para el posicionamiento de la empresa: expandir su línea de productos para incluir una amplia variedad de postres saludables, como opciones sin gluten, sin azúcar añadida. Esto permitirá a la empresa atender a diferentes necesidades dietéticas y preferencias individuales, aumentando así su base de clientes potenciales. Además, *Sweet&Health* debe cuidar su gestión de marca, asegurándose de transmitir consistentemente sus valores de calidad, salud y sabor en todos los aspectos de su comunicación y presentación.

5. Mantenerse en constante innovación: La innovación es clave en la industria de alimentos saludables. *Sweet&Health* debe seguir investigando y desarrollando nuevos productos que satisfagan las necesidades y demandas cambiantes de los consumidores. Esto puede incluir la introducción de ingredientes nuevos y saludables, la exploración de sabores innovadores y la adaptación de recetas tradicionales a versiones más saludables. Al estar a la vanguardia de la innovación, *Sweet&Health* puede mantener su posición como líder en el mercado de postres saludables.
6. Realizar una validación continua de las estrategias propuestas y estar dispuesto a realizar modificaciones según los comentarios y recomendaciones de los consumidores: *Sweet&Health* debe mantener una comunicación abierta con sus clientes y estar dispuesto a recibir comentarios y sugerencias. Estos comentarios pueden proporcionar información valiosa sobre la satisfacción del cliente, las preferencias de sabor y las áreas de mejora.
7. Realizar validaciones periódicas del entorno (interno y externo) para la innovación de estrategias a seguir: realizar evaluaciones periódicas del entorno empresarial para identificar cualquier cambio significativo que pueda afectar al negocio. Esto incluye el análisis de tendencias de consumo, cambios en la legislación alimentaria, avances tecnológicos y movimientos de la competencia. Estas validaciones periódicas permitirán a *Sweet&Health* ajustar y adaptar sus estrategias para mantenerse relevante y competitivo en el mercado. Además, es importante estar atento a los cambios en el entorno económico, político y social que puedan tener un impacto en su negocio. Esto incluye estar al tanto de las políticas de salud y bienestar implementadas por el gobierno, las tendencias de consumo en el país y los factores económicos que pueden afectar la demanda de productos saludables. Al comprender estos factores y adaptarse a ellos, *Sweet&Health* puede asegurarse de mantener su propuesta de valor relevante y atractiva para sus clientes.

Bibliografía

Guerrero, J. (2022)

Katz, D. (2008). La forma de comer. Océano.

MSP. (2018). *Vigilancia de enfermedades no transmisibles y*. Quito: Plataforma Gubernamental de Desarrollo Social.

Nestle, M. (2007). Comida Política. Paidós.

Pollan, M. (2009). En defensa de la comida. Penguin Random House.

Romero, D. (2018). Diabetes, segunda causa de muerte en Ecuador. *Gestión Digital*,1.

Schlosser, E. (2001). Fast Food Nation. Houghton Mifflin.

Villota, C. (2022)

Waters, A. (2007). El arte de la cocina simple. Random House.