



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO  
“NUTRIBREAK”:**

**GERENCIA DE ESTUDIO  
ADMINISTRATIVO Y DE  
RESPONSABILIDAD SOCIAL  
EMPRESARIAL**

Elaborado por:

**NORA ANTONIETA JARAMILLO ZURITA**

Tutoría por: **ESTEBAN BENÍTEZ**

**GRADO**

Trabajo previo a la obtención del Título de:

**Licenciada en Gestión de Talento Humano**

Guayaquil, Ecuador  
Marzo, 2023

## 2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN

### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Jaramillo Zurita Nora Antonieta** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación "**Modelo de Negocio NUTRIBREAK: Gerencia de Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial**", el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio "**NUTRIBREAK**".
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Roberto Rivadeneira, Peter Zambrano, Raysa Yllanes, Gabriela Vera y Wilson Zambrano.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.

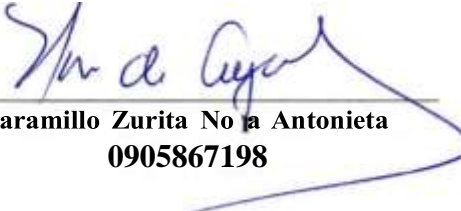


**Jaramillo Zurita Nora Antonieta**  
**0905867198**

Declaro que

Yo, **Jaramillo Zurita Nora Antonieta**, en calidad de autor y titular del trabajo de titulación "**Modelo de Negocio NUTRIBREAK: Gerencia de Estudio, Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial**" de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



**Jaramillo Zurita Nora Antonieta**  
**0905867198**

### 3. RESÚMEN EJECUTIVO

**NUTRIBREAK** es una empresa que cuenta con una visión clara hacia lo que queremos lograr en lo que a nutrición saludable se refiere. Nuestro modelo de negocio se basa en la producción de suplementos nutritivos en presentación de deliciosos muffins, ideal para niños y jóvenes entre 9 y 16 años que aspiren a ser deportistas, cuyos padres tengan mucho interés en el correcto desarrollo de sus hijos, por lo que se inclinan hacia adquirir alternativas saludables de snacks que contengan alto contenido nutricional y energético que aporten a la correcta alimentación de sus hijos.

Los cakes serán producidos por una panificadora industrial local llamada Kroipan, la misma que cuenta con una amplia experiencia (más de 30 años) en el mercado local de snacks y productos de panadería, lo que para nosotros representa una garantía de que no solo recibiremos de ellos productos de la más alta calidad, sino que estamos seguros que respetarán los acuerdos iniciales de trabajar en función de un cluster de proveedores locales que nos ofrecen materia prima de alta calidad y fácil acceso. En **NUTRIBREAK** nos encargaremos del control de calidad, empaqueo y comercialización de los productos.

Nuestra propuesta de valor consiste en ofrecer al mercado un snack nutritivo en forma de un delicioso muffin, con ingredientes de origen vegetal y de producción nacional, con un empaque práctico, dinámico y divertido. La promoción de nuestro producto, al cual lo hemos denominado **PROTECAKE**, la realizaremos a través de las distintas redes sociales, actividades BTL, ofreciendo información y apoyo a jóvenes deportistas como rutinas deportivas, participando y organizando actividades recreativas y campeonatos deportivos, a nivel colegial y formativo de Guayaquil y Samborondón.

**NUTRIBREAK** tendrá como parte de su filosofía la responsabilidad social empresarial (RSE) y está estrechamente ligada a tres de los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- ❖ ODS 3: Salud y bienestar,
- ❖ ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico, y
- ❖ ODS 12: Producción y consumo responsables.

A partir de los resultados obtenidos en cada estudio, se puede concluir que nuestro modelo de negocio **NUTRIBREAK** es viable y sostenible en el tiempo, ya que el análisis financiero que hemos llevado a cabo así lo evidencia; por otro lado, el estudio de mercado

realizado nos da como resultado que existe una alta probabilidad de aceptación de nuestro producto en el público objetivo.

Para el correcto desarrollo de nuestro modelo de negocio **NUTRIBREAK**, ha sido esencial, para nosotros como grupo, aplicar las diferentes técnicas aprendidas en las disciplinas dictadas dentro del programa de estudios:

- Design Thinking   - Estudio Técnico   - Desarrollo Financiero
- Investigación de mercado y Plan de Marketing   - Marco Legal
- Sistema Administrativo y Responsabilidad Social Empresarial

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de **Roberto Rivadeneira, Nora Jaramillo, Raysa Yllanes, Wilson Zambrano, Gabriela Vera, Peter Zambrano** y explica el plan de negocios del proyecto denominado “**NUTRIBREAK**”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

#### **4. PALABRAS CLAVE**

Salud, Snacks saludables, Nutrición, Deporte, Producto nacional ecuatoriano

#### **5. CONSIDERACIONES ÉTICAS**

La propuesta de negocio de **NUTRIBREAK**, ha sido desarrollada bajo principios éticos por parte de todo el equipo de trabajo.

Hemos contado con la participación voluntaria y el consentimiento informado de quienes han contribuido con la investigación. Los datos recopilados en las encuestas se han manejado de manera profesional, respetando la privacidad de los voluntarios, los mismos que se encuentran en el anonimato.

Las cifras presentadas, corresponden exclusivamente al proyecto de negocio que hemos desarrollado, sin que se haya basado en información de terceros.

Finalmente, podemos garantizar que no ha existido plagio en los datos o información presentada del trabajo que hemos desarrollado.

## **6. INDICE DE CONTENIDO.**

<b>2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>3. RESÚMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>4</b>
<b>4. PALABRAS CLAVE .....</b>	<b>5</b>
<b>5. CONSIDERACIONES ÉTICAS.....</b>	<b>5</b>
<b>6. INDICE DE CONTENIDO. ....</b>	<b>6</b>
<b>7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO .....</b>	<b>10</b>
8.1 OBJETIVO GENERAL.....	10
8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	10
<b>9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO. ....</b>	<b>11</b>
<b>10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO .....</b>	<b>14</b>
10.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y DEL RECURSO HUMANO .....	14
10.2 DEFINICIÓN DE MISIÓN, VISIÓN Y VALORES .....	14
10.2.1 MISIÓN.....	14
10.2.3 VISIÓN.....	15
10.2.4 VALORES CORPORATIVOS. ....	15
10.2 ORGANIGRAMA DE LA ORGANIZACIÓN.....	15
<b>11 NECESIDADES DE RECURSOS HUMANOS .....</b>	<b>16</b>
11.1 ANÁLISIS Y DISEÑOS DE PUESTOS.....	16
11.2 PROCEDIMIENTOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL A IMPLEMENTAR.....	18
11.2.1 OBJETIVO .....	18
11.2.2 RECLUTAMIENTO DE PERSONAL .....	18
11.3 COMPENSACIONES .....	20
11.3.1 DESCRIPCIÓN DE COMPENSACIONES DEL PERSONAL DEL NEGOCIO .....	20
11.3.2 INDICADORES CLAVES DE GESTIÓN (KPI's).....	21
11.3.3 ESTUDIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL .....	23
11.3.4 ESTRUCTURA JURÍDICA CON LA CUAL FUNCIONARÁ EL NEGOCIO: TIPO DE COMPAÑÍA, ESTRUCTURACIÓN. ....	25
<b>11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>28</b>
<b>12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS. ....</b>	<b>30</b>
<b>13. ANEXOS. ....</b>	<b>32</b>

## INDICE DE TABLA

<b>Tabla 1 Personal bajo Relación de Dependencia.....</b>	<b>17</b>
<b>Tabla 2 Honorarios Profesionales.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 3 Costo de Compensaciones.....</b>	<b>21</b>
<b>Tabla 4 Indicadores Claves de Gestión (KPI's).....</b>	<b>21</b>
<b>Tabla 5 Objetivos de Stakeholders.....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 6 Gastos Administrativos.....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 7 Descripción de funciones del Gerente General – Representante Legal.....</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 8 Descripción de funciones del Coordinador de Mercadeo.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 9 Descripción de funciones Empacador.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 10 Descripción de funciones de Ayudante de empaque y limpieza.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 11 Descripción de funciones de Mercadista.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 12 Descripción de funciones de Asistente Administrativa.....</b>	<b>38</b>

## INDICE DE FIGURAS.

<b>Figura 1 Organigrama.</b> .....	16
<b>Figura 2 Descripción de Cargo.</b> .....	17
<b>Figura 3 Mapeo de Stakeholders.</b> .....	23



## 7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Nosotros creamos este modelo de negocios, luego de evaluar que existe un alto porcentaje de malnutrición infantil en el país. El sobrepeso y la obesidad infantil es una preocupación creciente en el Ecuador de acuerdo a lo determinado por el MSP.

En el 2012, 1 de cada 10 niños entre 9 y 12 años ya sufre esta condición por la inadecuada alimentación, y esta cifra va en aumento con la edad. 1 de cada 3 niños de edad escolar y 1 de cada 4 adolescentes ya registra sobrepeso, lo que puede traer como consecuencia enfermedades crónicas como la diabetes y problemas cardiovasculares. Por otro lado, también se puede ver afectado el desarrollo físico y cognitivo de nuestros niños y jóvenes.

El Ecuador tiene el segundo nivel más alto de desnutrición infantil crónica. Las estimaciones que ha hecho la Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura (FAO) durante la pandemia del COVID, sobretodo en el medio rural, concluye que hasta un 30% de los encuestados se vieron afectados en sus ingresos por inestabilidad laboral, trayendo como consecuencia una mala alimentación.

De igual manera, durante la pandemia existió un aumento alarmante de sobrepeso en niños y adolescentes por exceso de sedentarismo y la falta de deporte.

Ante este grave problema de salud que existe en el mundo, creció la tendencia hacia un nuevo estilo de vida que conlleva a una alimentación nutritiva y a mejorar la condición física a través del deporte.

Por otro lado, sabemos que el Ecuador es uno de los países de mayor producción agrícola en América Latina, generando muchas veces exceso de frutas y legumbres para el consumo nacional, lo que trae como consecuencia que muchas familias de nuestro país, tengan al alcance la materia prima para una excelente alimentación y a bajos precios.

En el Ecuador hemos visto un cambio socioeconómico desde hace algunos años, lo que ha llevado a que ambos padres de familia se vean obligados a trabajar. Esta situación repercute en el tiempo que los padres dedican a sus hijos, viéndose afectada la nutrición

de los hijos por no tener al alcance snacks nutritivos para que lleven a la escuela y principalmente para cuando realizan algún tipo de deporte.

Con la finalidad de cubrir la necesidad de los padres de familia de obtener un suplemento alimenticio que sea nutritivo para sus hijos, surgió en nosotros la idea de negocio de producir un cake con alto contenido de proteína vegetal, micro y macro nutrientes que brinde ese aporte extra a la alimentación de niños y adolescentes en edades entre los 9 y 16 años y que tengan aspiraciones a ser deportistas. Adicionalmente, propusimos darle un valor agregado al producto, elaborando un empaque que sea atractivo, didáctico y práctico para el consumidor.

La investigación de mercado que realizamos determinó que existen pocos productos alimenticios con ingredientes nutricionales y que sean de buen sabor para nuestro grupo objetivo.

Realizamos entrevistas a profundidad a Nutricionistas y llevamos a cabo focus group con padres de familia.

El testeo se lo ha venido realizando en varias instancias, teniendo como conclusión que el producto **PROTECAKE** que más gusta al consumidor son tres sabores: vainilla con chispas de chocolate; banano y chocolate con arándanos.

## **8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO**

### **8.1 OBJETIVO GENERAL**

Evaluar la factibilidad de presentar un suplemento nutritivo en forma de snack, orientado a niños y jóvenes deportistas en formación, entre 9 y 15 años de edad de la ciudad de Guayaquil.

### **8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar acuerdos con federaciones deportivas y unidades educativas de la provincia del Guayas para dar a conocer a los jóvenes deportistas sobre los beneficios de una buena nutrición.
- Atraer inversionistas para tener viabilidad y sostenibilidad del negocio.

- Realizar alianzas estratégicas con Nutricionistas para promover, a través de las redes sociales, los beneficios que contiene nuestro producto.
- Lanzar campañas de degustación en los distintos canales de distribución para dar a conocer nuestro producto.
- Abrir nuevos mercados en tiendas especializadas que ofrezcan productos orgánicos para comercializar nuestros productos.
- Lograr que las cadenas más grandes de supermercados del país, acepten ubicar nuestros productos en perchas de alimentos nutritivos.

## 9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO.

**NUTRIBREAK** es una empresa creada con una visión y misión enfocadas en el desarrollo de productos nutritivos de especialidad aprovechando y potenciando los importantes clusters de proveedores de materia prima local de alta calidad y fácil acceso que tenemos en el país.

**PROTECAKE** es un suplemento nutritivo en presentación de un sabroso cake en forma de muffin, con un alto contenido proteínico (+ 30 gramos) de origen vegetal, así como un importante aporte energético, gracias a una combinación de ingredientes clave como la harina de arvejas, los arándanos y el chocolate. **PROTECAKE** es un producto bajo en azúcar, sal y grasas, diseñado para niños y jóvenes con aspiraciones de ser deportistas, con edades entre los 9 y 16 años que segmentaremos en dos sub-grupos objetivos (9 a 12 años y 13 a 16 años de edad), que desean sentir la experiencia completa de ser un deportista de élite. La idea consiste en presentar una alternativa realmente nutricional para un segmento importante del mercado que no está siendo atendido en la actualidad, ya que existen otras opciones parecidas dirigidas para adultos, pero ninguna orientada a solventar las necesidades de nuestro grupo objetivo.

Los **PROTECAKES** son producidos por una panificadora industrial local llamada Kroipan, la cual cuenta con más de 30 años de experiencia como productor en el mercado nacional. El proveedor nos garantiza la entrega de un producto de la más alta calidad, hecho a base de materia prima de origen 100% ecuatoriano.

Nosotros recibimos el producto y nos encargamos de realizar un exhaustivo control de calidad antes de empacarlo en cajas y doypacks brandeados con la marca, la misma que ha sido diseñada para proteger la integridad y forma del producto y sobre todo para atraer la atención de nuestro grupo objetivo gracias a su practicidad y a los componentes didácticos que se encuentran incluidos en el diseño, como rutinas de ejercicios “clave” para diferentes deportes populares en el país.

La operación de la planta es relativamente pequeña, por lo tanto, contamos con poco personal, tomando en cuenta que la producción del cake la hace un proveedor externo. Esto nos permite mantener costos relativamente bajos, llevar un control de calidad eficiente e impulsar las estrategias de publicidad y mercadeo para la promoción de nuestro producto.

Nuestra propuesta de valor consiste en presentar un suplemento nutritivo realmente delicioso que cumpla con la consigna principal de aportar un alto contenido de proteínas junto a micro y macro nutrientes que brinden ese apoyo extra en la alimentación de niños y jóvenes deportistas en desarrollo, mientras que al mismo tiempo genere impulsos de desarrollo en las economías locales de donde conseguimos nuestra materia prima de origen 100% ecuatoriano de la más alta calidad. Para aquello resaltamos los siguientes aspectos claves de nuestro proyecto:

- Producto con gran aporte nutritivo real y comprobable, con un delicioso sabor y una presentación práctica, didáctica y divertida.
- Contrato de colaboración celebrado junto con la empresa Kroipan como proveedor exclusivo de los **PROTECAKES** en el cual se establecen los parámetros que la misma deberá seguir en todos los aspectos del proceso productivo, desde el control de calidad hasta proceso de contratación de proveedores de materia prima para asegurarnos que se respete el trabajo con los clusters de proveedores locales, quienes han sido previamente calificados..
- Nuestras estrategias de promoción están enfocadas en dos frentes diferentes, los jóvenes aspirantes a deportistas (en dos segmentaciones específicas de 9 a 12 años y de 13 a 16 años de edad) que serían los potenciales consumidores de PROTECAKE y sus padres que son los que hacen las compras en los supermercados.

- Empaque atractivo con contenido didáctico para nuestros consumidores, como rutinas de ejercicios clave para deportes populares, quotes de deportistas famosos, imágenes de momentos históricos del deporte ecuatoriano con breve reseña, etc.
- Generación de contenido de interés para padres preocupados por dar el mejor apoyo a sus hijos para que estos alcancen todos sus metas, como entrevistas a nutricionistas, charlas con expertos en desarrollo y nutrición infantil, consejos para padres de deportistas, “life hacks”, etc.
- Estrategia de trabajo colaborativo con instituciones educativas y academias deportivas para con su aval presentar los productos PROTECAKE en los bares de colegio como una alternativa nutritiva para los deportistas, a cambio ofreciendo charlas sobre nutrición y deporte para padres e hijos, ferias, auspicios, organización de eventos, etc.

El trabajo en equipo que se viene realizando con cada gerencia, lo nos permite estar alineados con los objetivos claves del modelo de negocio, sobre el cual resaltamos como aspectos importantes los siguientes:

**Design Thinking:** A través de la metodología de Design Thinking, se pudo desarrollar un pensamiento más creativo, por lo que hemos logrado proporcionar soluciones innovadoras a las necesidades que se presentaron en cada etapa avanzada.

**Estudio de Mercado:** El análisis de mercado como cada etapa de cada gerencia es importante, pero es válido para nosotros lo aprendido en el mismo, como información muy relevante de los grupos objetivos reales, ya que se puede suponer información errónea. La información clave está cuando preguntamos a través de las herramientas de investigación como encuestas, entrevistas a profundidad y grupos focales.

**Estudio Administrativo y RSE:** Para iniciar nuestro negocio y lograr los objetivos propuestos, está previsto contar con una pequeña estructura organizacional, la misma que estaría conformada por 6 colaboradores bajo relación de dependencia, quienes se encargarán del empaque, distribución, promoción y comercialización de nuestros productos.

Nuestro modelo de negocio contribuirá a 3 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

ODS 3.- Salud y Bienestar

ODS 8.- Trabajo decente y crecimiento económico

ODS 12.- Producción y consumo responsable

**Estrategias de Marketing:** En función de los objetivos a primera instancia, en el plan de marketing, al pasar las etapas de investigación, nos enfocamos en desarrollar estrategias que generen impacto visual y de posicionamiento, tanto en nuestros potenciales consumidores como nuestros potenciales compradores.

**Estudio Técnico:** Armar clusters de materia prima de alta calidad y fácil acceso fue clave para la viabilidad de nuestro proyecto, hay todo tipo de materia prima al alcance, el reto fue identificar oportunidades para promover su uso y su consumo.

**Estudio Financiero:** El emprendimiento es parte del comportamiento de la sociedad de hoy para crear una empresa. El desarrollo del Proyecto de Titulación se realizó bajo los estándares y exigencias que demanda la Universidad Casa Grande, por lo que hemos conjugado todo lo aprendido para crear un modelo de negocio, el mismo no solo se direcciona hacia la rentabilidad económica, sino también el bienestar de la sociedad, el cual nos lleva a reflexionar que la parte financiera es uno de los ejes principales y fundamentales para llegar al éxito. Estamos convencidos que este Proyecto logrará una adecuada sostenibilidad.

## **10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

### **10.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y DEL RECURSO HUMANO**

Para dar inicio al negocio de **NUTRIBREAK**, se ha definido como prioritario el efectuar un plan estratégico que nos permita alinear a todo el recurso humano de la empresa hacia los objetivos institucionales.

### **10.2 DEFINICIÓN DE MISIÓN, VISIÓN Y VALORES**

#### **10.2.1 MISIÓN.**

Somos una empresa que busca satisfacer y cuidar la salud de nuestros niños y jóvenes de 9 a 16 años, aspirantes a deportistas, ofreciéndoles snacks nutritivos, elaborados con productos orgánicos de producción nacional y novedoso para los consumidores.

### **10.2.3 VISIÓN.**

Ser reconocidos por todos los deportistas del país por ser una empresa que ofrece productos confiables para la buena salud y por contener nuestros productos una alta calidad nutricional.

### **10.2.4 VALORES CORPORATIVOS.**

**Integridad:** Nuestras acciones están orientadas a cumplir con ética, legalidad y honestidad nuestros compromisos.

**Responsabilidad:** Cumplir con nuestros deberes y obligaciones de manera eficiente, ser cuidadosos al tomar decisiones y saber asumir consecuencias de nuestros actos.

**Seguridad alimentaria:** Contamos con personal calificado y garantizamos que todo el proceso de la cadena de producción y distribución de los productos se cumpla de acuerdo a estándares internacionales.

**Calidad en el servicio:** Nos adaptamos con calidad y eficiencia a las necesidades de nuestros clientes.

**Trabajo en equipo:** Nuestras relaciones interpersonales se basan en la confianza y en el respeto mutuo y existe apoyo entre todos para el logro de los objetivos.

### **10.2 ORGANIGRAMA DE LA ORGANIZACIÓN.**

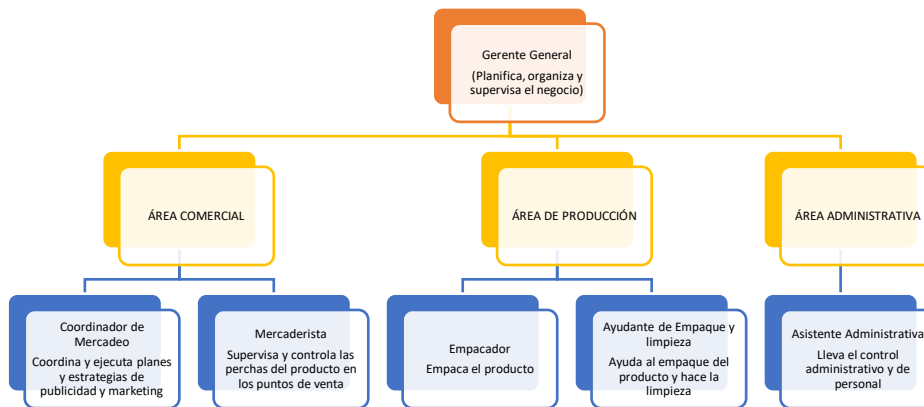
La empresa **NUTRIBREAK**, está conformada por 6 accionistas, quienes formamos parte de la Junta Directiva, y nuestra responsabilidad es asesorar y supervisar los resultados de las distintas actividades del negocio:

1. Producción – Roberto Rivadeneira
2. Marketing y Comercialización – Peter Zambrano
3. Logística – Gabriela Vera
4. Control de calidad – Raysa Illanes
5. Administración y Talento Humano – Nora Jaramillo
6. Finanzas – Wilson Zambrano

La estructura del negocio iniciará con pocos colaboradores, lo que nos permitirá ajustarnos a un presupuesto reducido para lograr un equilibrio financiero:

Número de empleados bajo relación de dependencia: **6**  
 Personal contratado por Honorarios Profesionales: **2**

**Figura 1 Organigrama.**



## 11 NECESIDADES DE RECURSOS HUMANOS

### 11.1 ANÁLISIS Y DISEÑOS DE PUESTOS

Luego de analizar el modelo del negocio y de definir los procesos claves de **NUTRIBREAK**, procedimos al diseño de la estructura organizacional.



Posteriormente, se definieron las funciones de cada cargo y el perfil requerido para el puesto.

**Figura 2 Descripción de Cargo.**

DATOS GENERALES	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	COMPETENCIAS REQUERIDAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre del cargo</li> <li>• Área a la que pertenece el puesto</li> <li>• Línea de reporte (ubicación en el organigrama)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivos del cargo</li> <li>• Funciones generales y específicas</li> <li>• Responsabilidades del cargo</li> <li>• Autoridad</li> <li>• Condiciones del entorno laboral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación académica</li> <li>• Experiencia en estas funciones</li> <li>• Competencias blandas</li> <li>• Competencias técnicas</li> </ul>

Se hizo el análisis de cada proceso para evaluar la carga laboral. La dotación de personal propuesta para iniciar el negocio de **NUTRIBREAK** y lograr las metas esperadas es la siguiente:

**Tabla 1 Personal bajo Relación de Dependencia.**

CARGO	DOTACION
Gerente General	1
Empacador	1
Ayudante de empaque y limpieza	1
Asistente administrativo	1
Coordinador de mercadeo	1
Mercaderista	1
<b>TOTAL PERSONAL FIJO</b>	<b>6</b>

**Tabla 2 Honorarios Profesionales.**

<b>SERVICIOS PROFESIONALES</b>	<b>DOTACION</b>
SERVICIOS FINANCIEROS	1
ASESORÍA LEGAL	1
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>

Se adjunta perfil de cada cargo y la descripción de funciones de cada posición que se debe contratar para iniciar el negocio de **NUTRIBREAK**

## **11.2 PROCEDIMIENTOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL A IMPLEMENTAR**

### **11.2.1 OBJETIVO**

Establecer lineamientos para llevar a cabo con eficiencia el proceso de reclutamiento, selección y contratación de personal altamente calificado para ocupar cargos requeridos por la empresa.

### **11.2.2 RECLUTAMIENTO DE PERSONAL**

El procedimiento se inicia con una requisición de personal solicitada por parte del Líder de área en donde se requiere cubrir una vacante existente o creada.

Recursos Humanos verifica si el cargo solicitado a través de esa requisición de personal, está o no presupuestado. En caso de no estar presupuestado (creación de un nuevo puesto), este requerimiento debe ser aprobado por la Gerencia General.

Recursos Humanos y el Líder del área solicitante, revisan el perfil del cargo y las funciones a desempeñar.

Se elabora el anuncio o un post para ser publicado a través de las distintas fuentes de reclutamiento de personal, de las cuales, me permito citar alguna de ellas:

- ❖ Reclutamiento interno (colaboradores que trabajan en la empresa)
- ❖ Base de datos de Talento Humano

- ❖ Multitrabajos,
- ❖ LinkedIn
- ❖ Headhunting
- ❖ Redes sociales

### Publicación para un proceso de reclutamiento de personal



#### Selección de candidatos:

Se analizan las hojas de vida recibidas y se seleccionan las que cumplan con el perfil del cargo.

La analista de selección de personal procede con las entrevistas a todos los candidatos pre-seleccionados para evaluar sus competencias y la información entregada.

Escoge a los mejores candidatos y les toma las pruebas psicotécnicas para evaluar el perfil psicológico, personalidad, aptitudes, habilidades y de inteligencia.

Adicionalmente, se verifican las referencias de trabajo, académicas, personales y judiciales

Luego de obtener los resultados, se selecciona a los tres mejores candidatos para que sean entrevistados por el Gerente de Talento Humano, quien garantizará que la terna presentada cumple con todos los requisitos solicitados para el cargo.

Finalmente, los tres candidatos seleccionados, son entrevistados por el Líder del área, quien decidirá a quien contratar para cubrir el cargo que está vacante, previo a la entrega del informe de la entrevista.

## **CONTRATACIÓN DE PERSONAL**

Luego de que el candidato ha sido seleccionado para ocupar la posición vacante, el analista de Talento Humano lo contacta para informarle sobre la decisión tomada y lo convoca para entregarle la lista de documentos y los exámenes médicos que la empresa requiere previo a su ingreso.

## **INDUCCIÓN A LA EMPRESA**

Recursos Humanos realiza el programa de inducción a la empresa, la misma que contempla los siguientes temas:

- ❖ Charla sobre la Visión, Misión, Valores y Objetivos Institucionales
- ❖ Organigrama de la empresa y sus altos Directivos
- ❖ Programa de Salud y prevención de riesgos laborales
- ❖ Reunión con el analista de contratación de personal para que conozca los beneficios y la cultura de la empresa.

## **11.3 COMPENSACIONES**

### **11.3.1 DESCRIPCIÓN DE COMPENSACIONES DEL PERSONAL DEL NEGOCIO**

Luego de definir la estructura organizacional de la empresa **NUTRIBREAK**, se analizaron los costos del personal, para lo cual, necesitamos conocer la política salarial que se propone aplicar en este nuevo negocio.

Se hizo una valoración de cargos para determinar el nivel de responsabilidad de cada posición. Posteriormente se aplicaron cuatro elementos básicos para el análisis de sueldos del personal

- ❖ **Equidad Interna.-** A igual responsabilidad, igual remuneración
- ❖ **Competitividad externa.-** Analizamos lo que el mercado paga por cada posición.

- ❖ **Pago por desempeño.-** Este análisis se lo realiza una vez aplicada la evaluación de desempeño y de resultados de su gestión.
- ❖ **Capacidad de pago.-** Toda empresa tiene un presupuesto para gastos al personal, por lo tanto es importante la rentabilidad del negocio para poder pagar sueldos que se encuentren el Promedio o Q3 del mercado laboral.

Con esta información se elabora la política salarial.

Esta investigación nos reflejó el siguiente resultado de compensación para esta primera etapa del negocio.

**Tabla 3 Costo de Compensaciones.**

#	AREA	CARGOS	SUELDO	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	IESS (aporte patronal) 12,15%	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	Gerencia General	Gerente General	2,500	208	38	304	3,050	36,595
2	Producción	Mercaderista	550	46	38	67	700	8,402
3		Empacador	500	42	38	61	640	7,679
4		Ayudante de empaque y limpieza	460	38	38	56	592	7,101
5	Comercial	Coordinador de mercadeo	850	71	38	103	1,062	12,739
6		Asistente de ventas	500	42	38	61	640	7,679
TOTAL 6			5,360	447	225	651	6,683	80,195

(\*) Para el primer año, no se ha considerado el pago del fondo de reserva.

### 11.3.2 INDICADORES CLAVES DE GESTIÓN (KPI's)

#### 11.3.2.1 FIJACIÓN DE PRINCIPALES KPI's DEL NEGOCIO

**Tabla 4 Indicadores Claves de Gestión (KPI's).**

ÁREA DEL NEGOCIO	OBJETIVO	META	INDICADOR	SEGUIMIENTO
Financiera	Incrementar durante el primer año de funcionamiento del negocio las ventas de nuestros productos para	Incrementar las ventas de nuestros productos en un 10% hasta finales del año 2024	Reporte de ventas del primer mes / reporte de ventas a fines de año.	Mensual

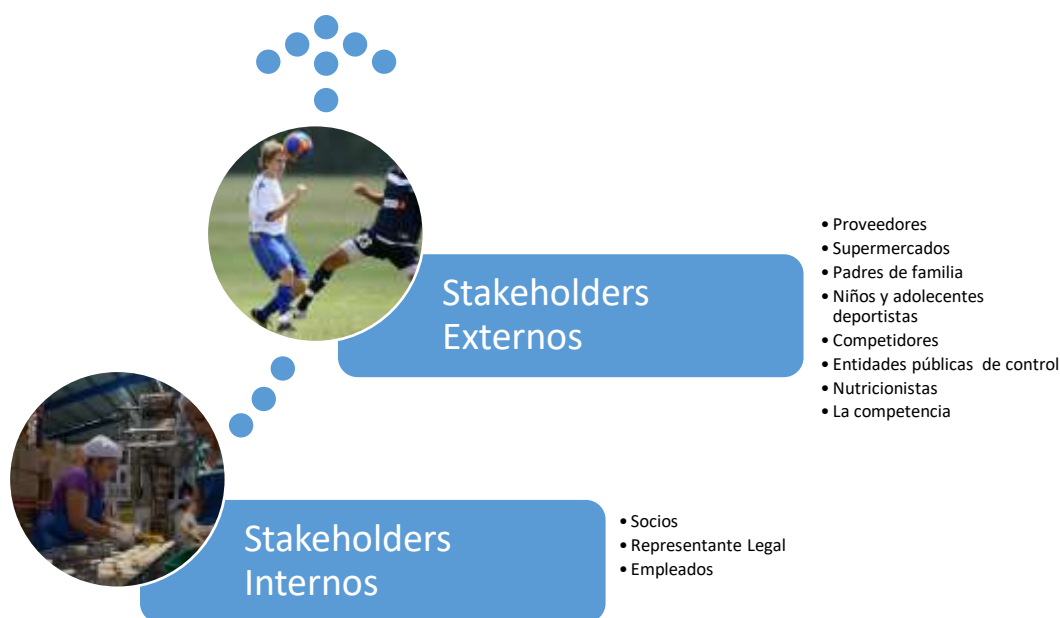
ÁREA DEL NEGOCIO	OBJETIVO	META	INDICADOR	SEGUIMIENTO
	mejorar la rentabilidad.			
	Incrementar el capital de la empresa a través de nuevos inversionistas para dar crecimiento y sostenibilidad al negocio	Para el año 2024, atraer un inversionista que desee ser parte de los accionistas de la empresa	# de accionistas actuales vs # de accionistas en el año 2024	Permanente
Comercial	Abrir nuevos mercados en tiendas especializadas que ofrezcan productos nutritivos para lograr la confianza de nuestros clientes por la alta calidad de nuestros productos.	Abrir 2 nuevos puntos de distribución en tiendas especializadas en la venta de productos nutritivos en Guayaquil y Samborondón hasta junio de 2024	Listado de clientes que venden productos especializados hasta fines de año 2024	Mensual
	Mejorar el posicionamiento de nuestro producto en niños y adolescentes que realicen actividades deportivas	Publicar videos y fotos promocionales a través de las redes sociales (tik tok, Instagram, etc)	Número de seguidores de las redes sociales	Diariamente
	Hacer consciencia en los niños y jóvenes de Guayaquil sobre los beneficios de una buena nutrición	Alianzas estratégicas con Nutricionistas para dictar charlas en Federaciones deportivas e instituciones escolares	Reporte de asistencia a los eventos realizados	Mensual
Producción	Mejorar los procesos operativos del negocio	Reducir el 10% del desperdicio de materia prima a través de un mejor control de los procesos de operación.	Reporte diario de los materiales usados / el # de cakes producidos diariamente	Diario

### 11.3.3 ESTUDIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

#### 11.3.3.1 MAPEO DE STAKEHOLDERS

En esta propuesta de sostenibilidad se identificaron la participación de todos los stakeholders (grupo de interés) relacionados con la organización.

**Figura 3 Mapeo de Stakeholders.**



Los proyectos de Responsabilidad Social Empresarial que se plantean se relacionan con los **ODS 3, 8 y 12** porque mediante la elaboración y comercialización de **NUTRIBREAK** se promueve la salud y bienestar, el trabajo decente y crecimiento económico, además la producción y consumos responsables.

Cuando diseñamos el proyecto, establecimos que dentro del proceso de calificación de proveedores se incluya indicadores para conocer cuales ya incorporaban en su gestión de producción prácticas amigables con el ambiente como por ejemplo los empaques son recibidos en las oficinas de **NUTRIBREAK** donde se realiza un control de calidad minucioso de los mismos. Se busca imperfecciones, fallas en el diseño, tamaños, errores de impresión, fallas en el armado, entre otros factores.

#### 11.3.3.2 SELECCIÓN DE STAKEHOLDERS.

Del mapeo de stakeholders, se eligió como grupo de interés interno a los empacadores, como grupo de interés externo se escogió una comunidad de niños y jóvenes deportistas y una escuela fiscal de sector rural. Las herramientas de investigación que se emplearon para la recolección de la información son las siguientes:

- ❖ Focus group para conocer la percepción de los empacadores.
- ❖ Entrevistas a padres de familia de comunidades deportivas.
- ❖ Encuestas a los miembros de la escuela fiscal de la ciudad de Guayaquil

### 11.3.3.3 ESTRATEGIA DE RSE

#### **Estrategia 1 Económico: ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico**

Generar empleos para empacadores fomentando un crecimiento económico inclusivo y sostenido puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida. Un crecimiento económico inclusivo y sostenido puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida de los ciudadanos.

#### **Estrategia 2 Social: ODS 3 Salud y Bienestar**

Antes de la pandemia, se consiguieron grandes avances en la mejora de la salud de millones de personas. En este caso como estrategia se contará con un equipo de nutricionistas que brinden capacitaciones a comunidades de deportistas y miembros de una escuela fiscal (docentes, estudiantes y padres de familia).

#### **Estrategia 3 Ambiental: ODS 12 Producción y consumo responsables.**

Promover prácticas de adquisición con proveedores que cumplan con políticas ambientales, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales.

Incentivar el consumo y la producción sostenibles en los padres de familia (compradores) también puede contribuir de manera sustancial a la mitigación de la pobreza y a la transición hacia economías verdes y con bajas emisiones de carbono.

### 11.3.3.4 OBJETIVOS RSE PARA CADA STAKEHOLDERS

**Tabla 5 Objetivos de Stakeholders.**

<b>STAKEHOLDERS</b>	<b>OBJETIVOS</b>
Socios	Incrementar las ventas para generar más fuentes de trabajo
Empacadores	Compensar en base a mercado laboral y cumplir con todos los beneficios laborales
Proveedores	Pagar a tiempo las facturas
Padres de Familia	Dar charlas de nutrición semestralmente
Administración	Compensar en base a mercado laboral y cumplir con todos los beneficios laborales



Nutricionistas	Dar charlas a través de redes sociales
Comunidad deportiva	Capacitar sobre nutrición a entrenadores, padres y deportistas
Escuelas fiscales	Capacitar sobre nutrición a alumnos y profesores

### 11.3.3.5 PRESUPUESTO ASIGNADO A LA ESTRATEGIA DE RSE Y SUS PROYECTOS

**Tabla 6 Gastos Administrativos.**

<b>Gastos administrativos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Programa de RSE	1,350	1,391	1,432	1,475	1,519
<b>Total</b>	<b>1,350</b>	<b>1,391</b>	<b>1,432</b>	<b>1,475</b>	<b>1,519</b>

### 11.3.4 ESTRUCTURA JURÍDICA CON LA CUAL FUNCIONARÁ EL NEGOCIO: TIPO DE COMPAÑÍA, ESTRUCTURACIÓN.

Para la ejecución de este proyecto, hemos previsto la constitución de una Sociedad de Acción Simplificada bajo el nombre **NUTRIBREAK S.A.S.** Consideramos que esta sería la opción óptima para el tipo de negocio que aspiramos crear, por varias razones, entre ellas el hecho de no requerir un capital mínimo para la constitución de la empresa, los trámites no tienen costos y también las flexibilidad que la figura propone al momento de querer realizar cambios en su estructura a medida que vaya creciendo la compañía.

Se deberá obtener permisos de funcionamiento y cumplir requisitos para las siguientes instituciones gubernamentales locales y nacionales para poder poner en marcha el proyecto:

#### **SUPERINTENDENTE DE COMPAÑÍAS**

Constitución y registro de la Sociedad de Acción Simplificada **NUTRIBREAK S.A.S.**

Base legal:

Ley de Emprendimiento e Innovación aprobada por Asamblea Nacional y expedida en Febrero del 2.020

Reglamento de las Sociedades por Acción Simplificada - Resolución de la Superintendencia de Compañías No. SCVS-INC-DNCDN-2020-0015.

### **IESS**

Registro de colaboradores en el sistema de Seguridad Social como parte de la organización de **NUTRIBREAK S.A.S.**

Base legal:

Ley de Seguridad Social – Registro Oficial Suplemento 465 de 30 - Noviembre – 2001

### **SRI**

Registro Único de Contribuyente

Autorización para emisión de facturas electrónicas

Base legal:

Ley del Registro Único de Contribuyentes - Registro Oficial Suplemento 398 de 12-ago.-2004

### **ARCSA**

Notificación Sanitaria para producto alimenticio de fabricación nacional  
Permiso de Funcionamiento

Base legal:

Normativa técnica sanitaria sobre prácticas correctivas de higiene – ARCSA No. ARCSA-DE-057-2015-GGG

### **MUNICIPIO DE GUAYAQUIL**

Patente Anual Municipal

Tasa de Habilitación y Control de Establecimientos

Consulta de uso de suelo

Base legal:

Ordenanzas Municipales, emitidas por el Municipio de Guayaquil en las que se regula temas ambientales, constructivos y de seguridad.

### **CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL**

Permiso de funcionamiento

Base legal:

Ley de Defensa Contra Incendios - Registro Oficial 815 de 19-abr.-1979

Ordenanza de Autonomía y Funcionamiento de Bomberos de Guayaquil

Ordenanza Seguridad y Prevención Contra Incendios

## **MINISTERIO DE TRABAJO**

Acceso al SUT para registro de contratos de colaboradores

Base legal:

Acuerdo Ministerial No. MDT - 2017 – 0135

### **DERECHOS DEL CONSUMIDOR**

Debemos mantener siempre presentes y estar vigilantes de cumplir con los siguientes aspectos establecidos en la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor, así como en la normativa INEN:

Regulación de publicidad y su contenido

Información básica comercial del producto debe ser exacta

Precio claro y legible

Fechas de elaboración y expiración claras y legibles

Restitución en caso de productos defectuosos o en mal estado

#### **11.3.4.1 DECISIONES LEGALES ALREDEDOR DE ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA (ORGANIGRAMA): TIPOS DE CONTRATOS DE ACUERDO A NECESIDADES Y RESPONSABILIDADES DE CADA MIEMBRO DEL EQUIPO.**

Este negocio lo conformamos 6 accionistas, quienes, a través de la Junta Directiva, pondremos las metas y llevaremos el control del negocio.

La Gerencia General y representación legal la tendrá uno de los socios, debido a su experiencia en esta actividad. Nuestro negocio tiene una operación relativamente pequeña, contaremos con poco personal operativo considerando que la producción del cake la realiza una panificadora externa de mucha experiencia en el mercado local.

La estructura está conformada por el Gerente General y Representante Legal y 5 colaboradores, quienes firmarán contratos de emergencia y trabajarán la jornada determinada por la ley (40 horas semanales).

Contrataremos los servicios profesionales de una Contadora para que maneje la operación financiera (incluye roles de pago). Contaremos con asesoría legal externa.

Las funciones y responsabilidades de cada miembro del equipo se encuentran en los documentos adjuntos.

## 11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La tesis para la titulación en Gestión de Talento Humano, me ha parecido muy interesante y considero que es de gran aprendizaje para quienes deseamos ver a nuestra profesión como un aliado estratégico del negocio.

Nuestro proyecto de negocio **NUTRIBREAK**, nace luego de evaluar el grave problema de falta de tiempo que tienen los padres de familia, quienes en la actualidad la mayoría trabajan con largas jornadas diarias y no pueden poner toda la atención que demanda la buena alimentación de sus hijos, principalmente de edad escolar. Otro aspecto que analizamos fue el alto porcentaje de malnutrición infantil en el país y el incremento de enfermedades crónicas como la diabetes en niños a consecuencia del sobrepeso y obesidad.

A pesar de que hay una tendencia a un cambio de vida saludable, tratando de consumir alimentos nutritivos y realizar ejercicios físicos y deportes, todavía no hay conciencia ni conocimiento en la ciudadanía de cómo alimentarse bien para conservar una buena salud.

En la primera etapa del proyecto, propusimos desarrollar un negocio que provea a los niños de una lonchera nutritiva que pueda ser un suplemento alimenticio para cuando los padres de familia no tengan tiempo de preparar en lunch de sus hijos.

Me pareció muy interesante empezar con el taller de Design Thinking, ya que nos puso a desarrollar nuestra creatividad pensando en algo que para mucha gente pueda no ser probable, sin embargo, considero que todo lo que nos proponíamos, lo podemos lograr si llegamos a desarrollar un buen modelo de negocio (BMC) donde podemos visualizar claramente la viabilidad de cualquier proyecto.

Hicimos el cambio de producto, debido al poco tiempo que teníamos para desarrollar ese proyecto, llegando a un acuerdo con el equipo de iniciar nuestro modelo de

negocio con un cake nutritivo, orientado a niños y jóvenes aspirantes a deportistas de elite.

Una de las actividades claves para desarrollar un nuevo negocio, es la investigación de mercado. Al aplicar las técnicas aprendidas en este Taller, pudimos tener información valiosa que nos permitió concretar el mercado objetivo para este proyecto.

Pudimos darnos cuenta que existe mucho mercado para nuestro producto ya que no hay muchos competidores. Para el éxito del negocio son claves las estrategias de marketing y publicidad que se aplique una vez lanzado el producto.

También aprendí mucho sobre los requisitos legales que hay que cumplir para la conformación de un negocio. Considero que en este sentido, nuestros gobernantes han trabajado mucho para dar facilidad a los emprendedores para crear su propio negocio, sin muchos procesos burocráticos y sin costos el trámite.

Un taller fundamental para poder determinar la viabilidad del proyecto, fue el Financiero. Corrimos los 3 escenarios de proyecciones financieras y pudimos darnos cuenta que nuestro proyecto **NUTRIBREAK** podría ser rentable desde el primer año de funcionamiento, considerando que el capital que debe aportar cada uno de los 6 accionistas es relativamente bajo, y no hay necesidad de solicitar financiamiento para capital de trabajo.

La aportación que hace la Gerencia Administrativa y de Talento Humano, es fundamental, principalmente al iniciar un negocio, ya que se debe trabar en crear la Visión , Misión y Valores Institucionales. Se debe crear una cultura organizacional incorporando personal que tenga la misma filosofía nuestra, para esto, debemos elaborar un perfil para los distintos cargos que cumpla con las competencias conductuales que requerimos para que sea parte de esta familia.

Es nuestra responsabilidad como Talento Humano, trabajar en el Plan estratégico de la empresa y alinear a todos los colaboradores hacia la visión de la empresa y al cumplimiento de los objetivos. Para lograr esto, es clave trabajar en un buen

programa de evaluación de desempeño y de resultados, los cuales serán medidos a través de los KPI's diseñados para cada uno de los cargos de la empresa.

Debemos trabajar en una política salarial que compense al colaborador en base a lo que paga el mercado, manteniendo la equidad interna en los sueldos y también compensar en base a desempeño.

Mantener un buen clima laboral es fundamental en cualquier organización, para lo cual debemos llevar a cabo una encuesta confidencial de satisfacción del personal. A través de estos resultados podemos detectar los problemas que existen en cada área de la organización.

Es grato saber que en la actualidad, toda institución mantiene la responsabilidad social como apoyo hacia los stakeholders de la comunidad, de esta manera estamos contribuyendo con nuestra sociedad.

Nuestro negocio si está enfocado a apoyar a 3 objetivos de desarrollo sostenible, lo que nos llena de orgullo y compromiso con el país.

Recomiendo a la UCG que en todas las carreras haya una materia para formar a emprendedores, ya que con estas buenas prácticas académicas contribuyen muchísimo al crecimiento productivo y laboral del país.

## **12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.**

Ministerio de Trabajo (2023). Salarios Mínimos Sectoriales 2023  
<https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/12/1.-Salarios-Minimos-Sectoriales-2023.xlsx>

Superintendencia de compañías, valores y seguros. Guía de constitución de sociedades por acciones simplificadas.  
[https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/societario/cons\\_sas/SAS.pdf](https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/societario/cons_sas/SAS.pdf)

Ministerio de Trabajo (2022) Modalidades de contrato en el Ecuador  
<https://www.trabajo.gob.ec/ministerio-del-trabajo-emite-4-nuevas-modalidades-de-contratacion-para-facilitar-la-creacion-de-plazas-de-trabajo/>

Nicolette Leffler MS, RDN. 5 beneficios de la proteína para la salud y el rendimiento deportivo. Beneficio #5- Las proteínas ayudan con la recuperación y crecimiento muscular

<https://www.herbalife.com.pe/articulos/beneficios-de-la-proteina/#:~:text=Consumir%20prote%C3%ADnas%20no%20solo%20ayuda,crecimie nto%20muscular%20y%20el%20fortalecimiento.>

Unilabs. 7 ideas de snacks proteicos prácticos y saludables. ¿Por qué son importantes las proteínas?

<https://www.unilabs.es/blog/habitos-saludables/snacks-proteicos/#:~:text=Los%20snacks%20proteicos%20son%20especialmente,pensar%20p rimero%20en%20ingerir%20prote%C3%ADnas>

Zyrcular Foods (2020). ¿Qué aporta consumir más proteína vegetal? Cuáles son los beneficios de una dieta basada en alimentos de origen vegetal

<https://zyrcularfoods.com/beneficios-de-proteina-vegeta-en-tu-dieta/#:~:text=Ayudan%20a%20controlar%20el%20colesterol,el%20h%C3%ADgado %20y%20los%20ri%C3%B1ones.>

El super poder de la empatía. Design Thinking

<https://www.udep.edu.pe/hoy/2022/08/design-thinking-el-superpoder-de-la-empatia/#:~:text=En%20el%20Design%20Thinking%2C%20la,m%C3%A9 todos%20q ue%20facilitan%20su%20comprensi%C3%B3n.&text=El%20Design%20Thinking%20es%20un,e%20iterar%20r%C3%A1pidamente%20para%20corregir.>

¿Qué es Brainstorming?

<https://www.arimetrics.com/glosario-digital/brainstorming>

Johana H. UX Writer (2018). Los retos del design thinking en la gestión de proyectos.

<https://es.linkedin.com/pulse/los-retos-del-design-thinking-en-la-gesti%C3%B3n-de-y-hoyos-restrepo>

El Telégrafo. El 8% de las madres ecuatorianas asume de jefa del hogar.

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/el-8-de-las-madres-ecuatorianas-asume-de-jefa-del-hogar>

Gestión Digital (2022). ¿Por qué el mercado laboral de Guayaquil es más sombrío?

<https://www.revistagestion.ec/analisis-economia-y-finanzas/por-que-el-mercado-laboral-de-guayaquil-es-mas-sombrio>

Ecuadorec (2023). ¿Cuántos habitantes tiene Guayaquil? Población 2023

<https://ecuadorec.com/habitantes-tiene-guayaquil-poblacion/>

Estanyol, E. (02 de 2012). COMEIN

<https://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero08/articles/Article-ElisendaEstanyol.html#:~:text=La%20participaci%C3%B3n%20m%C3%A1s%20acti va%20de,de%20los%20eventos%20del%20futuro.>

Pomar, P. (05 de 07 de 2018). Thinkernautas. Design Thinking práctico

<https://thinkernautas.com/design-thinking-practicodefinir#:~:text=La%20fase%20de%20definir%20es,de%20los%20%20E2%80%9Cfamosos%20%20insights.>

Remacha, M. (2016). Liderazgo responsable. El papel del directivo en el impluso de la RSE. IESE Business School, 5-18.

Ries, M. (2019). Neoland

<https://www.neoland.es/blog/design-thinking-fases-yejemplos>

AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA  
SANITARIA - ARCSA

Normativa técnica sanitaria sobre prácticas correctivas de higiene – ARCSA No. ARCSA-DE-057-2015-GGG

<https://www.gob.ec/regulaciones/arcsa-057-2015-ggg-expidase-normativa-tecnica-sanitaria-practicas-correctas-higiene-establecimientos-procesadores-alimentos-categorizados-artesanales-organizaciones-sistema-economia-popular-solidaria#:~:text=La%20presente%20normativa%20t%C3%A9cnica%20sanitaria,%20%20almacenamiento%20%20distribuci%C3%B3n%20%20transporte%20y>

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Reglamento de las Sociedades por Acción Simplificada - Resolución de la Superintendencia de Compañías No. SCVS-INC-DNCDN-2020-0015

<https://www.registroficial.gob.ec/index.php/registro-oficial-web/publicaciones/ediciones-especiales/item/13583-edicion-especial-no-1071>

SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES

Ley de Propiedad Intelectual - Registro Oficial Suplemento 426 de 28-dic.-2006

<https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/Ley-de-Propiedad-Intelectual.pdf>

MICHAEL E. PORTER. Clusters and competition

<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=2cbe5b01c61edee8dc7cd97fdeb8b7bf9ed3a117>

US NATIONAL LIBRARY OF MEDICINE. Joshua L. Hudson - Dietary protein requirements for children

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8147948/>

### **13. ANEXOS.**



A continuación encontraremos las descripciones de funciones de los colaboradores que formarán parte de la Organización al inicio del negocio.

**Tabla 7 Descripción de funciones del Gerente General – Representante Legal.**

<b>NUTRI BREAK</b>	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		
	<b>ÁREA</b>	<b>CARGO</b>	<b>FECHA</b>
	<b>GERENCIA GENERAL</b>	<b>GERENTE GENERAL (REPRESENTANTE LEGAL)</b>	<b>MARZO 2023</b>

### PERFIL DEL CARGO

**Educación:** Título de Tercer Nivel en Administración de empresas, Gastronomía, Marketing, Finanzas o carreras afines

**Experiencia:** Mínima de 3 años en cargos similares.

**Conocimientos:** Conocimientos de procesos de alimentación o panadería

**Competencias:**

- **Generales:**

- ✓ Liderazgo
- ✓ Orientación a logros
- ✓ Conducta ética Institucional
- ✓ Toma de decisiones
- ✓ Comunicación efectiva
- ✓ Organización y buen manejo del tiempo
- ✓ Trabajo a presión

- **Técnicas:**

- ✓ Dominio manejo de redes sociales
- ✓ Manejo de utilitarios
- ✓ Conocimiento de procesos

❖ **Línea de reporte:** Accionistas

### OBJETIVO DEL CARGO

Planificar, dirigir y controlar las actividades financieras, de producción, administrativas y de ventas del negocio. Responsable de cumplir con las estrategias y objetivos institucionales.

## Funciones Específicas.-

- ❖ Responsable de cumplir el Plan estratégico de la empresa
- ❖ Supervisar la entrega oportuna de los productos en los puntos de ventas
- ❖ Supervisar la calidad de los productos y del empaque de los cakes nutritivos
- ❖ Responsable del buen manejo de la exposición de nuestros productos
- ❖ Coordinar con los proveedores el manejo de las campañas publicitarias
- ❖ Elabora el presupuesto anual del negocio para la aprobación de los accionistas
- ❖ Encargado de abrir nuevos puntos de ventas
- ❖ Responsable de la administración del Recurso Humano de la empresa
- ❖ Supervisa el estado de pérdidas y ganancias de la empresa
- ❖ Determina el volumen de producción

**Tabla 8 Descripción de funciones del Coordinador de Mercadeo.**

<b>NUTRI BREAK</b>	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		
	<b>ÁREA</b>	<b>CARGO</b>	<b>FECHA</b>
	<b>GERENCIA GENERAL</b>	<b>COORDINADOR DE MERCADERO</b>	<b>MARZO 2023</b>

### PERFIL DEL CARGO

**Educación:** Título de Licenciado en marketing o carreras afines

**Experiencia:** Experiencia mínima de dos años

#### Competencias:

- **Generales:**

- ✓ Liderazgo
- ✓ Honestidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Calidad en el servicio

- **Específicas:**

- ✓ Trabajo bajo presión
- ✓ Organización y manejo de tiempo
- ✓ Capacidad de comprensión de las necesidades de los usuarios con el fin de poder integrar soluciones adecuadas.
- ✓ Buenas relaciones interpersonales
- ✓ Buena comunicación
- ✓ Dominio de utilitarios y manejo de redes sociales

- **Línea de Reporte:** Gerente General

### OBJETIVO DEL CARGO

Responsable de las estrategias de mercadeo y publicidad

**Funciones Específicas.-**

- ❖ Diseño de plan de marketing
- ❖ Promoción del producto en redes sociales
- ❖ Abrir nuevos mercados en distintos lugares del país
- ❖ Promover los productos
- ❖ Realizar campañas de publicidad
- ❖ Realizar estudios para analizar el comportamiento de los clientes
- ❖ Identificar y analizar competidores
- ❖ Cumplir con cualquier otra tarea asignada por su Jefe inmediato

**Responsabilidades:**

- **Por Materiales, Herramientas y /o equipos**  
 Todos aquellos bienes o activos fijos que estén bajo su custodia y que sirvan para realizar sus funciones.

**Tabla 9 Descripción de funciones Empacador.**

<b><i>NUTRI BREAK</i></b>	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		
	<b>ÁREA</b>	<b>CARGO</b>	<b>FECHA</b>
	<b>GERENCIA GENERAL</b>	<b>EMPACADOR</b>	<b>MARZO 2023</b>

### PERFIL DEL CARGO

**Educación:** Título de Bachiller

**Experiencia:** 1 año en actividades similares

**Competencias:**

- **Generales:**
  - ✓ Honestidad
  - ✓ Responsabilidad
  - ✓ Trabajo en equipo

✓ Calidad en el servicio

• **Específicas:**

- ✓ Trabajo bajo presión
- ✓ Organización y manejo de tiempo
- ✓ Capacidad de comprensión de las necesidades de los usuarios con el fin de poder integrar soluciones adecuadas.
- ✓ Organizado

• **Línea de Reporte:** Gerente General

**OBJETIVO DEL CARGO**

Responsable de recibir, clasificar y empaclar los productos. Embala materiales o productos en los respectivos empaques.

**Funciones Específicas.-**

- ❖ Recibir el producto terminado de parte del proveedor
- ❖ Embala el producto en el respectivo empaque
- ❖ Controla la calidad del producto y clasifica cuando está en mal estado
- ❖ Almacena el producto
- ❖ Limpia su área de trabajo
- ❖ Cumplir con cualquier otra tarea asignada por su Jefe inmediato

**Tabla 10 Descripción de funciones de Ayudante de empaque y limpieza.**

<b>NUTRI BREAK</b>	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		
	<b>ÁREA</b>	<b>CARGO</b>	<b>FECHA</b>
	<b>GERENCIA GENERAL</b>	<b>AYUDANTE DE EMPAQUE Y LIMPIEZA</b>	<b>MARZO 2023</b>

**PERFIL DEL CARGO**

**Educación:** Título de Bachiller

**Experiencia:** 6 meses

**Competencias:**

• **Generales:**

- ✓ Honestidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Trabajo en equipo

- ✓ Calidad en el servicio

- **Específicas:**

- ✓ Trabajo bajo presión
- ✓ Organización y manejo de tiempo
- ✓ Capacidad de comprensión de las necesidades de los usuarios con el fin de poder integrar soluciones adecuadas.
- ✓ Buenas relaciones interpersonales

- **Línea de Reporte:** Gerente General

**OBJETIVO DEL CARGO**

Responsable de recibir, clasificar y empaquetar los productos. Embala materiales o productos en los respectivos empaques.

**Funciones Específicas.-**

- ❖ Recibir el producto terminado de parte del proveedor
- ❖ Embala el producto en el respectivo empaque
- ❖ Controla la calidad del producto y clasifica cuando está en mal estado
- ❖ Almacena el producto
- ❖ Limpia las oficinas
- ❖ Apoya en los requerimientos de las otras áreas
- ❖ Ayuda en el embarque de los productos para su distribución
- ❖ Cumplir con cualquier otra tarea asignada por su Jefe inmediato

**Tabla 11 Descripción de funciones de Mercadista.**

<b>NUTRI BREAK</b>	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		
	<b>ÁREA</b>	<b>CARGO</b>	<b>FECHA</b>
	<b>GERENCIA GENERAL</b>	<b>MERCADERISTA</b>	<b>MARZO 2023</b>

**PERFIL DEL CARGO**

**Educación:** Título de Bachiller

**Experiencia:** Bachiller

**Competencias:**

- **Generales:**

- ✓ Honestidad
- ✓ Responsabilidad

- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Calidad en el servicio

- **Específicas:**

- ✓ Trabajo bajo presión
- ✓ Organización y manejo de tiempo
- ✓ Capacidad de comprensión de las necesidades de los usuarios con el fin de poder integrar soluciones adecuadas.
- ✓ Analítico

- **Línea de Reporte:** Gerente General

**OBJETIVO DEL CARGO**

Distribuir y ubicar los productos en los supermercados y puntos de venta. Llevar el control de caducidad de los productos en los distintos establecimientos de ventas.

**Funciones Específicas.-**

- ❖ Exhibir y organizar los productos en las perchas
  - ❖ Verificar y retirar aquellos productos que están por caducar en los puntos de venta.
  - ❖ Apoyar en actividades logísticas y administrativas
- Cumplir con cualquier otra tarea asignada por su Jefe inmediato

**Tabla 12 Descripción de funciones de Asistente Administrativa.**

<b>NUTRI BREAK</b>	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		
	<b>ÁREA</b>	<b>CARGO</b>	<b>FECHA</b>
	<b>GERENCIA GENERAL</b>	<b>ASISTENTE ADMINISTRATIVA</b>	<b>MARZO 2023</b>

**PERFIL DEL CARGO**

**Educación:** Estudios universitarios en administración o carreras afines

**Experiencia:** 1 año

**Competencias:**

- **Generales**
  - ✓ Servicio al Cliente
  - ✓ Trabajo en equipo
  - ✓ Integridad

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Calidad

- **Técnicas**
  - ✓ Conocimiento de utilitarios
  - ✓ Manejo de redes sociales
  
- **Línea de reporte: Gerente General**

### OBJETIVO DEL CARGO

Asistir a la Gerencia General en actividades administrativas y de control para el buen funcionamiento de la empresa.

#### **FUNCIONES DEL CARGO.-**

- Administración y custodio de caja chica.
- Reporte de ingresos y egresos financieros.
- Asistencia administrativa y comercial.
- Elaboración de cheques para pagos a proveedores.
- Archivo de documentos.
- Ejecución de sus funciones de acuerdo a las instrucciones del Gerente General
- Mantener en orden su puesto de trabajo.
- Cumplir con las Normas Administrativas.
- Cumplir con otras tareas que sean asignadas por sus superiores.