



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**COMPONENTE PRÁCTICO DE EXAMEN COMPLEXIVO  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ENSAYO:**

**FUENTES DE INGRESOS PARA LA IDEA DE NEGOCIO  
PASTELERÍA “SABOR NATURAL”, CANTÓN LA  
LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2020**

**AUTOR:**

**VICTOR ENRIQUE TOMALÁ CATUTO**

**TUTOR:**

**ING. MANUEL SERRANO, MSc**

**La Libertad, Ecuador  
2021**

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR**

En mi calidad de Profesor Tutor del Ensayo titulado, **Fuentes de ingresos para la idea de negocio Pastelería “Sabor Natural”, Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2020**, elaborado por el señor **Victor Enrique Tomalá Catuto**, de la Carrera Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, con la modalidad Trabajo de Integración Curricular, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



---

Ing. Manuel Serrano, MSc

**PROFESOR TUTOR**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO**

El presente Trabajo de Titulación constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Victor Enrique Tomalá Catuto**, con cédula de identidad número **2400091795**, declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

*Victor Tomalá C.*  
.....

Victor Enrique Tomalá Catuto

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo a Dios por haberme dado la vida y permitir vivir muchos momentos de aprendizaje que me han servido mucho en mi vida diaria, ya que además con su amor infinito y las fuerzas que me brinda, he logrado salir adelante y adquirir nuevas experiencias en el ámbito universitario aprendiendo nuevos conocimientos que me ayudarán en la vida profesional.

A mi familia, ya que con mucho esfuerzo y su apoyo en todo momento han hecho que consiga llegar a esta etapa de vida, gracias a su educación han logrado guiarme de manera correcta, brindándome su cariño incondicional, mostrándome que estarán conmigo en todo momento, aconsejándome de buena manera en este recorrido universitario.

Por último, al equipo de profesores que conforman la carrera de Administración de Empresas, ya que, por medio de sus consejos y enseñanzas, he aprendido y adquirido nuevas experiencias que me ayudarán a desenvolverme en el ámbito profesional

Victor Enrique Tomalá Catuto

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradezco a Dios por haberme brindado la vida y concederme la oportunidad de pertenecer a una hermosa familia, a su vez también por guiarme cada día en lo que realizo, también por darme salud y fortalezas para seguir desarrollando mis objetivos, de la misma forma espero que siga dándome fuerzas y acompañándome en el trayecto para poder culminar cada objetivo que me proponga a realizar.

A mi familia, ya que cada uno me hace sentir su apoyo incondicional en el día a día, aconsejándome para hacer las cosas de una manera correcta, a la vez demostrarme su amor y cariño, transmitiéndome que siempre estarán a mi lado, brindándome valores que ayudan a realizar mis actividades de buena forma.

Por último, a la docente guía del presente trabajo, la Ing. Sabina Villón y al tutor docente tutor, el Ing. Manuel Serrano, ya que por medio de sus conocimientos ayudaron a que el presente trabajo se realice de una manera correcta, además por el tiempo brindado en las diferentes actividades diarias a lo largo del ensayo, aconsejado y recomendando para que se pueda cumplir los objetivos planteados.

Victor Enrique Tomalá Catuto

## TRIBUNAL DE GRADO



---

Ing. Libi Caamaño López, MSc.  
**DELEGADO DEL DIRECTOR (E) DE  
LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESAS**



---

Ing. Sabina Villón, MSc.  
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA  
DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**



---

Ing. Manuel Serrano, MSc.  
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA  
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



---

Ing. Divar Castro Loo, MSc.  
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESAS**

Victor Tomalá C.

---

Tomalá Catuto Victor Enrique  
C.C 2400091795  
**ESTUDIANTE**

## ÍNDICE GENERAL

<b>RESUMEN</b> .....	1
<b>ABSTRACT</b> .....	1
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	2
<b>DESARROLLO</b> .....	4
<b>CONCLUSIONES</b> .....	14
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	15
<b>REFERENCIAS</b> .....	16
<b>ANEXOS</b> .....	18

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla No 1.Lienzo Canvas</b> .....	18
<b>Tabla No 2.Fijación de precio de Pastel de Fresa</b> .....	19
<b>Tabla No 3.Fijación de precio de Pastel de Durazno</b> .....	19
<b>Tabla No 4.Fijación de precio de Pastel de Frutos Secos</b> .....	19
<b>Tabla No 5.Fijación de precio de Pastel de Chocolate</b> .....	20
<b>Tabla No 6.Ingresos Proyectados</b> .....	20
<b>Tabla No 7.Estado de Resultados</b> .....	21

# **FUENTES DE INGRESOS PARA LA IDEA DE NEGOCIO PASTELERÍA ‘SABOR NATURAL’**

## **RESUMEN**

El estudio tiene como tema, fuentes de ingresos para la idea de negocio Pastelería ‘Sabor Natural’, cuyo objetivo es determinar las fuentes de ingresos a través del análisis de la actividad comercial. Para el desarrollo de la investigación se empleó una metodología basada en una investigación documental-descriptiva, aplicando un método inductivo, lo cual ayudó a la sustentación de los conceptos. Como resultado se refleja que la idea de negocio tiene una recepción de ingresos basado en la venta de productos terminados con una fijación de precio en base a los costos, por último, se deduce que para toda propuesta es indispensable buscar otros mecanismos de vías de captación de beneficios económicos, con el propósito de no depender de una sola, de esta forma se presentaría una rentabilidad estable y la recuperación de inversión dentro de un periodo menos prolongado.

**Palabras claves:** Fuentes de ingresos, Ingresos, Fijación de precio, Precio, Idea de negocio.

## **ABSTRACT**

The subject of the study is sources of income for the Pastry business idea ‘Sabor Natural’, whose objective is to determine the sources of income through the analysis of commercial activity. For the development of the research, a methodology based on documentary-descriptive research was applied, applying an inductive method, which helped to sustain the concepts. As a result, it is reflected that the business idea has a receipt of income based on the sale of finished products with a price setting based on costs, finally, it follows that for any proposal it is essential to seek other mechanisms of capture channels of economic benefits, in order not to depend on just one, in this way a stable profitability and investment recovery would be presented within a less prolonged period.

**Keywords:** Sources of income, income, price fixing, price, business idea.

## INTRODUCCIÓN

Una idea de negocio es aquel producto o servicio que se pretende introducir en el mercado, con el fin de conseguir clientes, satisfaciendo una necesidad a cambio de obtener beneficios económicos, buscando la generación de nuevas oportunidades y el éxito que pueda alcanzar una empresa al momento de ejecutarla.

Para tener un desarrollo continuo se debe tener presente que el mercado está expuesta a cambios periódicos que se dan de modo imprevisto, por ende, llevar a cabo una adaptación a las circunstancias actuales es la mejor opción, trabajado en la elaboración de diversos productos o mejorando los servicios que ofrecen, de esta manera obtener fuentes de ingresos habituales.

Cabe resaltar que, para la puesta en marcha de una idea de negocio, se debe tener fijado que tipo de modelo de negocio es el que va a ir ligado a lo largo de sus operaciones, ya que este nos permite saber con exactitud qué tipo de empresa es la que se debe incluir en el mercado, observando cuales son las necesidades que las personas actualmente buscan satisfacer, de esta forma tener claro a quien se va a dirigir, brindándoles un valor al cliente, lo que incide en la obtención de una ventaja competitiva, además de un conjunto de ingresos que se pueden dar.

Muchas ideas de negocios no son puestas en marcha, ya que no tienen establecido como se debe actuar frente a las obligaciones que se presentan por la escasa falta de liquidez, puesto que no tienen definido cuales serían sus fuentes de ingresos, las cuales actúan como vías de recibimiento de beneficios económicos.

La idea de negocio Pastelería “Sabor Natural” tiene como actividad la elaboración de pasteles con el valor agregado que serán a base de productos naturales que cuiden la salud de las personas, para aquello es fundamental establecer sus diferentes fuentes de ingresos.

Para aquello, al presente estudio se determinó el uso de unos de los componentes del modelo Canvas, denominado Fuentes de ingresos, el cual mediante la indagación correspondiente se busca como objetivo determinar las fuentes de ingresos a través del análisis de la actividad comercial, ayudando a responder a la interrogante: ¿Cuáles son las fuentes de ingreso de la idea de negocio Pastelería "Sabor Natural"?

El presente trabajo abarca tres puntos básicos esenciales de un ensayo que se detallan a continuación: La introducción donde se refleja una descripción inicial del tema, el desarrollo donde se evidencia el uso de una investigación documental-descriptiva, ya que mediante la recolección de fuentes bibliográficas se argumenta la sustentación de los conceptos puntuales, además de un método inductivo, puesto que el proceso continuo que se ha dado, facilitó la interpretación de la investigación, y por último las conclusiones y recomendaciones donde se muestran ideas finales sobre el tema abordado.

## **DESARROLLO**

Las ideas de negocios al momento de realizarlas de manera formales se han transformado en unos de los principales componentes que aporta al crecimiento económico del país y sobre todo a la ayuda constante de generación de empleos, es preciso insistir que el producto o servicio debe ser con características únicas, tener establecido el modelo de negocio a seguir es fundamental.

Diferentes ideas de negocios son planteadas de maneras recurrentes, las cuales tienen como objetivo ofrecer un valor a las personas a cambio de recibir un beneficio económico, por esta razón es fundamental saber qué tipo de producto o servicio es el que se debe incluir en el mercado, ante todo tiene que existir algo innovador que busque satisfacer una necesidad que aún no se ha tomado en cuenta y por medio de ellas generar ingresos que aporten a una rentabilidad sostenible.

Realizar un producto innovador es un paso fundamental para que toda propuesta de negocio apunte al éxito nacional e internacional, puesto que la creación de nuevas ideas lleva al surgimiento de nuevos productos o servicios, los cuales son los principales promotores del desarrollo organizacional, además de un impulso a la generación de ingresos.

Las alteraciones que sufre el mercado de manera imprevista obligan a las empresas a desempeñarse de forma innovadora, ya que por medio de la generación de ideas se busca un valor que será ofrecido al cliente, y de esta forma tener fuentes de ingresos que aporten a la rentabilidad.

Para tener una orientación adecuada toda idea debe tener fijado su modelo de negocio, ya que de esta forma se logra definir correctamente la propuesta de valor, planteando estrategias para que se logre llegar al cliente y que además cumpla con las expectativas, para posteriormente tener resultados de captación ingresos.

La estabilidad de la empresa depende, primordialmente, de la generación de ingresos. Pero, existen multitud de fórmulas y modelos para monetizar (obtener ingresos) la propuesta de valor de un explícito negocio. Para escoger la fórmula de monetización, no solo habrá que asimilar cuánto están dispuestos a pagar los clientes por la propuesta de valor, sino también cómo están dispuestos a realizar dicho pago. (Expertemprende, 2017)

Gascó (2019) avala que cuando se habla de ingresos se hace énfasis al conjunto de ganancias que son recibidas por una entidad, ya sea pública o privada, como resultado de su actividad económica. Por tanto, los ingresos son resultado de una transacción económica, como lo es una compra. Así, efecto del consumo una empresa obtiene un conjunto de beneficios o ganancias (ingresos) y que podrán ser realizados en forma monetaria o no monetaria.

Es importante que toda idea de negocio establezca mecanismos de entradas para los valores monetarios, ya que se define a los ingresos como los recursos que se receiptan por el ofrecimiento de un bien o servicio hacia un segmento de clientes, de esta manera obtener un beneficio económico a causa de la actividad comercial.

Pero para la generación de ingreso, primero se debe establecer porque medio una empresa puede recibir dicho beneficio monetario, es decir, cuáles son sus vías de ingresos en base a su actividad comercial, por lo tanto, es importante tener claro la definición de dicho termino ya que de esta forma se logrará una estabilidad económica.

Bocanegra (2016) argumenta que las fuentes de ingresos o flujo de ingresos es el paso que tienen como objetivo identificar que aportación monetaria hace cada grupo y saber de dónde vienen las entradas (ventas, comisiones, licencia, etcétera). Así se podrá tener una visión de cuales grupos son más rentables y cuáles no.

Por otra parte, podemos definir a las fuentes de ingresos, como el método o conjunto de estrategias que implementa una empresa para recibir dinero en base a su actividad comercial, cabe recalcar que la estructura de ingresos debe poseer un índice de superioridad a la estructura de costo.

Polo (2019) recomienda que para definir qué tipo de fuentes de ingreso se deben implementar, es necesario responder las siguientes preguntas. ¿Por cuál valor están preparados a pagar los clientes? ¿Cómo pagan los clientes? ¿El precio es fijo, variable, porcentual, etc.? Es claro que en el aspecto del cómo costean, en los últimos años ha habido mucha innovación.

Las ideas de negocios deben analizar y responder a las interrogantes planteadas, tomando como reseña los gustos y preferencias de los potenciales clientes, por lo tanto, la propuesta de valor debe estar clara para posteriormente dar información sobre ella, de esta manera tendrá aceptación en el mercado, además de revelar nuevas fuentes de ingresos. Es evidente que en el aspecto del cómo pagan se debe a la innovación de los últimos años.

Ferreira Herrera (2016) afirma que las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas. Se deben establecer las fuentes de ingresos tanto operacionales como no operacionales.

Los ingresos operacionales contemplan los importes recibidos o causados por el resultado de las actividades ordinarias de la compañía mediante la entrega de bienes o servicios, así como las participaciones, dividendos y demás ingresos por significación de intermediación financiera, mientras que sea reconocido con el propósito primordial de la compañía. (Borrero Páez & Ortiz Tovar, 2016)

Distinto a los no operacionales que dentro de ellos están los financieros que son producto de los intereses devengados en las inversiones y documentos por cobrar, además de las ganancias ocasionadas por diferencias en el tipo de cambio entre otros, a su vez otros ingresos que son producto de actividades que no están relacionadas con el objeto social del negocio. (Mendoza Roca & Ortiz, 2016)

Los ingresos operacionales son aquellos beneficios económicos que recibe una organización por parte de su actividad comercial principal, es decir, mediante la oferta de un determinado valor hacia un segmento de clientes y que estos busquen cumplir con los objetivos de la empresa, por otra parte, cuando nos referimos a no operacionales, hacemos énfasis a la recepción de entradas de efectivo derivados de otras fuentes, las cuales se originan a raíz de movimientos no ligados a los giros primordiales de una compañía.

Existen dos tipos básicos de ingresos, el primero por pagos puntuales de clientes, y el segundo por pagos periódicos en concepto de productos, servicios, mantenimiento o soporte posventa. (A Osterwalder et al., 2013)

De acuerdo con Jimenez (2013), las ventajas de poseer varias fuentes de ingresos radican que en primer lugar al caer una, las otras seguirán funcionando, en segunda instancia crear nuevas fuentes con las que ya se tiene, y por último controlar más los gastos.

Por ende, las ideas de negocios deben estar en la capacidad de realizar un análisis adecuado, con el fin de determinar las vías de ingresos que se pueden presentar en base a los movimientos comerciales, de esta forma se busca una sostenibilidad económica en el tiempo para hacer frente a las obligaciones que se presenten permanentemente.

Mendelson (2015) deduce que el modelo de beneficio de una empresa empieza por asemejar sus fuentes de ingresos y los costes asociados. Puesto que ingreso es igual a precio por cantidad, y el precio es una superficie esencial del valor establecido para los consumidores, se enlaza el modelo de creación de valor con el modelo de beneficio de la organización.

Para aquello existen variedades de fuentes de ingresos que una organización puede desarrollar, con ayuda de la identificación de la propuesta de valor que se pretende difundir en el mercado se tiene una orientación de que por cual vía se puede recibir beneficios monetarios.

Alexander Osterwalder & Pigneur (2011) mencionan que existen varias formas de generar fuentes de ingresos, entre las cuales se detallan las ventas de activos que son venta de los derechos de propiedad sobre un producto físico. También se tiene las cuotas por uso, que se basan en el uso de un servicio determinado. Cuanto más se usa un servicio, más paga el cliente. Además, está la cuota por suscripción, que es el acceso ininterrumpido a un servicio.

Por otra parte, existe ingresos basados en publicidad, Bransom (2018) señala que es un modelo de ingresos de negocios mediante el cual una empresa gana dinero por medio de la venta de espacios publicitarios. En pocas palabras, las organizaciones que manejan el modelo de ingresos asentado en publicidad ceden contenido a los consumidores y otros negocios cancelan por ese espacio.

A la vez se considera el alquiler como una vía de beneficios económicos, Sanchez (2012) argumenta que esta fuente de ingresos es creada cuando le damos a alguien el derecho transitorio de uso de un activo en específico por un tiempo delimitado a cambio de una prima. Para el que presta provee la ventaja de ingresos periódicos.

Cuando se habla de concesión de licencia, es otra forma de fuentes de ingresos, en este caso se concede un permiso para usar por determinado tiempo la propiedad intelectual patentada de una marca a cambio de una comisión de venta. A diferencia de las ventas directas que ya sea de un producto o de un servicio, es la principal actividad de los comerciantes y de los profesionales. Este modo de ingreso se puede observar en las tiendas digitales o marketplace y es probablemente la forma más antigua de obtener ingresos. (Carrasco, 2019)

La idea de negocio Pastelería “Sabor Natural” ubicado en el cantón “La libertad” tendrá como actividad la comercialización y venta de pasteles, en donde su propuesta de valor se basa en ofertar un producto fresco y saludable, de sabor exquisito, diseños adecuados para una ocasión determinada y además con un precio accesible.

Su fuente de ingreso serán las ventas directas, y se las identifica por las comercializaciones de producto, si bien es cierto que es recomendable tener varias fuentes de ingresos la idea de negocio ha optado por ofrecer varios productos para no depender de uno solo, puesto que así se tendrá las posibilidades de generar beneficios económicos por cantidades de productos vendidos.

Sus productos son los pasteles, por ende, para la generación de ingresos se ha optado por ofrecer diferentes sabores, entre los cuales están, pasteles de durazno, frezas, frutos secos y por último de chocolate. Cabe destacar que le han dado un valor agregado ya que su elaboración es realizada con materia prima natural, de esta forma aprovechar la tendencia de productos saludables que se presenta actualmente.

Por último, se deduce que la idea de negocio tendrá ingresos operacionales, ya que toda entrada de efectivo será únicamente de las actividades ordinarias que se realicen, en este caso serán las ventas de pasteles.

Pero para toda fuente de ingreso es importante establecer un precio. Lamb & Hair (2017) sostienen que los precios son la clave del ingreso, lo que a su vez lo son las utilidades para una organización. El ingreso es el precio que se cobra a los compradores multiplicado por el número de unidades vendidas. El ingreso es con lo que se pagan todos los movimientos de la empresa: producción, finanzas, ventas, distribución y demás.

Toro & Villanueva (2017) enfatizan en que el diseño de política de precios es especialmente complejo. La empresa puede decidir entre distintas estrategias de fijación de precios, pero siempre debe tener claro que un precio es la expresión de un valor. Este valor depende de varios factores, como la calidad percibida de un producto o la imagen de marca, entre otros.

Las ideas de negocios a su vez deben analizar la estructura de costo, ya un precio definido de una manera incorrecta puede ocasionar pérdidas económicas. Por otra parte, estudiar el comportamiento del consumidor en el mercado es indispensable, ya que generalmente los compradores suelen tener una imagen de lo que esperan cancelar por la adquisición de un producto o servicio.

Una política de precio es una agrupación de pautas y decisiones que a través de ellas se busca la determinación de un precio óptimo para diferentes productos, y que a su vez forman parte del buen funcionamiento de la organización, logrando de esta forma obtener ingresos por cada bien que permita avalar una supervivencia en el tiempo y cubrir con las obligaciones. Por todo lo anterior es fundamental fijar un precio justo, el cual sea conveniente para ambas partes, en donde el consumidor esté conforme de cancelar por la adquisición de un valor para satisfacer su necesidad y en cuanto a la empresa visualizar ese retorno de inversión que haya realizado.

Alexander Osterwalder & Pigneur (2011) resaltan que existe mecanismos de fijación de precios, los cuales decretaran los ingresos generados en las operaciones económicas de las empresas. En este punto existen dos tipos, en primer lugar, esta los fijos y en segundo lugar están los dinámico.

Por ende, se deben estudiar los mecanismos de fijación de precios, ya que por medio de ellos se señalan los ingresos originados de las actividades comerciales de un negocio. Por una parte, están los fijos, los cuales quedan plasmado de manera permanente, es decir, se conservan de manera estática, y por otra parte se tiene a los dinámicos que son aquellos que sufren cambios dependiendo de las alteraciones que sobrelleve el mercado.

Todas las empresas comprenden la relación entre el precio y los ingresos. Sin embargo, no siempre pueden cobrar precios más altos debido a la competencia. En vista de esta competencia, es natural que las empresas perciban la reducción de precios como un medio viable para aumentar las ventas. La reducción de precios también puede mover el exceso de inventario y generar flujo de efectivo a corto plazo. Sin embargo, todos los recortes de precios afectan la rentabilidad de la empresa. (Martin & Jeffreys, 2018)

Sin embargo, en determinadas ocasiones la determinación de precios es alta o muy baja, esto se debe a que no se han tenido factores determinantes para la fijación, tales como el ciclo de vida del producto, los costos operativos, los cambios constantes que sufre el mercado, los competidores, perjudicando a la sostenibilidad.

Entre los tipos básicos de fijación de precio está en base a la demanda, Luque (2015) indica que es el precio que el consumidor está dispuesto a cancelar. Puede que el valor sea mayor o menor, pero en precio el comprador no quiere pagar más por conseguir esos productos.

También se fija un precio en referencia a los competidores, Córdoba Segovia & Moreno Moncayo (2017) manifiestan que las sociedades que hacen uso de este tipo de fijación de precios, proyectan su táctica con base en las disposiciones tomadas por la competencia dentro de una sección y segmento determinado. No existe una política concreta de precios relacionada con el valor de sus productos o servicios, su estrategia únicamente manifiesta las decisiones en materia de pricing tomadas por sus competidores. Generalmente, las empresas que hacen uso de este tipo de táctica, están en busca de una cuota de mercado formada a través de un menor precio frente a sus competidores y es incesante hasta la consecución del objetivo.

En el caso de precios en base a costos, Bernal González (2015) puntualiza que una manera de fijar precios es tomar como base la información en la que actúan costos fijos y variables. Ambos son indistintamente significativos y deben tenerse en cuenta, para asumir lo que es un costo total. Algunos individuos meditan que es vital conocer el punto de equilibrio. Al incluir en el precio los costos de producción hay que estar alerta y no descuidar la innovación. Se acrecienta un margen de beneficio al costo unitario del producto.

Para la idea de negocio pastelería “Sabor Natural” se optó por la aplicación del precio fijo para cada uno de sus productos (pastel de fresa, durazno, frutos secos, chocolate), además que el cálculo del mismo, se basa en los costos de producción, es decir, tomando en cuenta los costos de materia prima, la mano de obra directa, y los costos indirectos de fabricación, para poder determinar el precio de fábrica, y posteriormente establecer el precio de venta al público, implementando un margen de utilidad del 55% en cada uno de ellos. De manera específica se puede observar la fijación del precio de cada uno de los productos en la sección de Anexos en las tablas 2,3,4,5 respectivamente.

La idea de negocio tiene un mercado definido, está direccionado en el cantón “La Libertad”, que, en base a su capacidad productiva, pretende tener una participación del mercado de un 21,60%, además con la propuesta de valor ofrecida al cliente, pretende establecer una ventaja competitiva en comparación a las diferentes competencias que se presenten.

De la misma manera en la tabla 6 se detalla el rubro de ingresos proyectados a lo largo de cinco años, tomando el precio en relación a los costos, y se estima un incremento del 4% en cada año de operación.

Por último, en la tabla número 7, se observa el estado de resultado, resaltando que los ingresos superan a los costos, además se refleja que la pastelería al término de su primer año de operaciones tendría una utilidad neta de \$ 15542,62.

## CONCLUSIONES

El componente fuente de ingreso actúa como una herramienta de análisis, ya que, por medio de sus diferentes tipos, se puede realizar un estudio y determinar cuál es la vía de recepción del beneficio económico que va acorde a la actividad comercial de una idea de negocio, de esta manera saber con exactitud de qué forma se puede buscar una rentabilidad sostenible.

Para concluir, en base al estudio realizado, se determinó que la principal fuente de ingreso de la idea de negocio, pastelería “Sabor Natural” son las ventas directas de productos, ya que su actividad económica se basa en la oferta de pasteles, aplicando un valor a los productos, basándose en brindar un bien saludable, además de un coste accesible determinado por una fijación de precio en base a sus costos.

## **RECOMENDACIONES**

Al realizar una idea de negocio, es indispensable que se determinen que tipos de fuentes de ingresos son las que se identifican con la actividad comercial que se pretende implementar en el mercado, ya que de esta forma se tendrá una idea clara de cual serán las vías de ingresos donde se estaría recibiendo el beneficio económico.

Por otra parte, buscar otras fuentes de ingresos es fundamental, tales como alquiler de activos o por publicidad, de esta manera crear más vías de captación, para que la idea de negocio no dependa de una determinada fuente, ofreciendo un mayor índice de supervivencia en el mercado, las cuales a su vez permitan que los porcentajes de beneficios económicos crezcas, invertir para el mejoramiento de la organización y además cubrir las respectivas obligaciones.

## REFERENCIAS

- Bernal González, M. (2015). *Tres métodos básicos para fijar un precio*.  
<https://m2m.com.co/mercadeo/tres-metodos-basicos-para-fijar-un-precio/>
- Bocanegra, G. D. (2016). *Guía práctica para un plan de negocios y obtención de fondos del Gobierno Federal*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.  
<https://books.google.com.ec/books?id=8v10DgAAQBAJ>
- Borrero Páez, A., & Ortiz Tovar, O. (2016). *Pymes Implementación de normas De información financiera Internacional. Grupo 2*. Universidad del Norte.  
<https://books.google.com.ec/books?id=-NFCDwAAQBAJ>
- Bransom, A. (2018). *Modelo de ingresos basado en publicidad*. 1 de Febrero de 2018. <https://www.cuidatudinero.com/13143094/que-es-un-modelo-de-negocio-por-internet>
- Carrasco, S. (2019). *Flujo de ingresos de un proyecto Canvas*. 2 de Agosto, 2019.  
<https://elnuevoempreneur.com/flujo-de-ingresos-de-un-proyecto-canvas/>
- Córdoba Segovia, C. M., & Moreno Moncayo, D. F. (2017). La importancia de una buena estrategia de fijación de precios como herramienta de penetración de mercados. *Tendencias*, 18(2), 58. <https://doi.org/10.22267/rtend.171802.73>
- Expertemprende. (2017). Guía Didáctica Modelo Canvas. In *Expertemprende Nevo Iniciativa*.
- Ferreira Herrera, D. C. (2016). El modelo CANVAS en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & Desarrollo*, 23(107).  
<https://doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>
- Gascó, T. (2019). *Ingresos*. 24 de Septiembre Del 2019.  
<https://numdea.com/ingresos.html>
- Jimenez, E. (2013). *La importancia de tener varias fuentes de ingresos*. Junio 15, 2013. <https://edward-jimenez.com/la-importancia-fuentes-de-ingresos/>
- Lamb, C., & Hair, J. (2017). *Marketing edición lationamerica* (1st ed.). Cengage.  
<https://www.ebooks7-24.com:443/?il=3980>

- Luque, M. P. (2015). *UF2392 - Plan de marketing empresarial*. Nuevos Negocios en la Red. <https://books.google.com.ec/books?id=ElxWDwAAQBAJ>
- Martin, L., & Jeffreys, B. (2018). Estrategia de marketing. In *Respiratory Care* (Vol. 28, Issue 3).
- Mendelson, H. (2015). *Reinventar la empresa en la era digital*. BBVA. <https://www.bbvaopenmind.com/libros/reinventar-la-empresa-en-la-era-digital/>
- Mendoza Roca, C., & Ortiz, O. (2016). *Contabilidad financiera para contaduría y administración*. Universidad del Norte. <https://books.google.com.ec/books?id=8tFCDwAAQBAJ>
- Osterwalder, A, Pigneur, Y., & Clark, T. (2013). *Tu modelo de negocio*. Grupo Planeta. <https://books.google.com.ec/books?id=QtXsXmEL5agC>
- Osterwalder, Alexander, & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. In *Journal of Product Innovation Management* (Vol. 13, Issue 2). DEUSTO. [https://doi.org/10.1016/s0737-6782\(96\)90159-9](https://doi.org/10.1016/s0737-6782(96)90159-9)
- Polo, D. (2019). *Canvas de modelo de negocio: elementos e interacciones*. Octubre 28,2019. <https://www.gestionar-facil.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>
- Sanchez, J. (2012). *Fuentes de ingreso: los 7 modelos posibles de monetización de las empresas*. 11 de Octubre,2012. <https://www.freelancer.ec/community/articles/los-siete-modelos-de-monetizacion>
- Toro, J. M. de, & Villanueva, J. (2017). *Marketing estrategico*. EUNSA. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/47326>

## ANEXOS

Tabla No 1.Lienzo Canvas

<p>Socios Claves</p> 	<p>Actividades Claves</p> 	<p>Propuesta de Valor</p> 	<p>Relaciones con los clientes</p> 	<p>Segmento de Mercado</p> 
<p>Estructura de Costes</p>	<p>Recursos Claves</p> 		<p>Canales</p> 	<p><b>Fuentes de Ingreso:</b></p> <p><b>Venta de Producto terminado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pastel de fresas</li> <li>• Pastel de durazno,</li> <li>• Pastel de frutos secos</li> <li>• Pastel de chocolate.</li> </ul> 

Elaborado por: Victor Tomalá Catuto

**Tabla No 2.Fijación de precio de Pastel de Fresa**

<b>PASTEL DE FRESAS</b>	
<b>Costos</b>	
MPD	\$ 4,17
MOD	\$ 2,43
CIF	\$ 0,77
<b>Total, Costos</b>	<b>\$ 7,37</b>
Margen utilidad	55%
<b>Precio unitario</b>	<b>\$ 16,50</b>

Elaborado por: Victor Tomalá Catuto

**Tabla No 3.Fijación de precio de Pastel de Durazno**

<b>PASTEL DE DURAZNOS</b>	
<b>Costos</b>	
MPD	\$ 5,44
MOD	\$ 2,43
CIF	\$ 0,77
<b>Total, Costos</b>	<b>\$ 8,64</b>
Margen utilidad	55%
<b>Precio unitario</b>	<b>\$ 19,00</b>

Elaborado por: Victor Tomalá Catuto

**Tabla No 4.Fijación de precio de Pastel de Frutos Secos**

<b>PASTEL DE FRUTOS SECOS</b>	
<b>Costos</b>	
MPD	\$ 5,63
MOD	\$ 2,43
CIF	\$ 0,77
<b>Total, Costos</b>	<b>\$ 8,83</b>
Margen utilidad	55%
<b>Precio unitario</b>	<b>\$ 19,50</b>

Elaborado por: Victor Tomalá Catuto

**Tabla No 5.Fijación de precio de Pastel de Chocolate**

<b>PASTEL DE CHOCOLATE</b>	
<b>Costos</b>	
MPD	\$ 4,48
MOD	\$ 2,43
CIF	\$ 0,77
<b>Total, Costos</b>	<b>\$ 7,69</b>
Margen utilidad	55%
<b>Precio unitario</b>	<b>\$ 17,50</b>

Elaborado por: Victor Tomalá Catuto

**Tabla No 6.Ingresos Proyectados**

<b>PROYECCION VENTAS ANUALES</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
PASTEL DE FRESAS	\$ 23.760,00	\$ 24.676,73	\$ 25.628,83	\$ 26.617,67	\$ 27.644,66
PASTEL DE DURAZNOS	\$ 21.888,00	\$ 22.732,50	\$ 23.609,59	\$ 24.520,52	\$ 25.466,60
PASTEL DE FRUTOS SECOS	\$ 11.232,00	\$ 11.665,36	\$ 12.115,45	\$ 12.582,90	\$ 13.068,39
PASTEL DE CHOCOLATE	\$ 25.200,00	\$ 26.172,29	\$ 27.182,10	\$ 28.230,86	\$ 29.320,10
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 82.080,00</b>	<b>\$ 85.246,89</b>	<b>\$ 88.535,97</b>	<b>\$ 91.951,96</b>	<b>\$ 95.499,74</b>

Elaborado por: Victor Tomalá Catuto

Tabla No 7.Estado de Resultados

<b>ESTADOS DE RESULTADOS ANUALES</b>					
<b>Ingresos por Ventas</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
PASTEL DE FRESAS	\$ 23.760,00	\$ 24.676,73	\$ 25.628,83	\$ 26.617,67	\$ 27.644,66
PASTEL DE DURAZNOS	\$ 21.888,00	\$ 22.732,50	\$ 23.609,59	\$ 24.520,52	\$ 25.466,60
PASTEL DE FRUTOS SECOS	\$ 11.232,00	\$ 11.665,36	\$ 12.115,45	\$ 12.582,90	\$ 13.068,39
PASTEL DE CHOCOLATE	\$ 25.200,00	\$ 26.172,29	\$ 27.182,10	\$ 28.230,86	\$ 29.320,10
<b>Total, Ingresos</b>	<b>\$ 82.080,00</b>	<b>\$ 85.246,89</b>	<b>\$ 88.535,97</b>	<b>\$ 91.951,96</b>	<b>\$ 95.499,74</b>
<b>Costos de Ventas</b>					
MPD	\$ 21.978,00	\$ 22.599,98	\$ 23.239,56	\$ 23.897,24	\$ 24.573,53
MOD	\$ 11.203,69	\$ 11.520,76	\$ 11.846,79	\$ 12.182,06	\$ 12.526,81
CIF	\$ 3.547,06	\$ 3.647,44	\$ 3.750,67	\$ 3.856,81	\$ 3.965,96
<b>Total, Costos</b>	<b>\$ 36.728,76</b>	<b>\$ 37.768,18</b>	<b>\$ 38.837,02</b>	<b>\$ 39.936,11</b>	<b>\$ 41.066,30</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 45.351,24</b>	<b>\$ 47.478,71</b>	<b>\$ 49.698,96</b>	<b>\$ 52.015,85</b>	<b>\$ 54.433,44</b>
Gastos Operativos					
Gastos Administrativos	\$ 7.841,83	\$ 8.142,18	\$ 8.454,02	\$ 8.777,81	\$ 9.114,00
Gastos de Ventas	\$ 9.962,84	\$ 10.062,46	\$ 10.163,09	\$ 10.264,72	\$ 10.367,37
Gastos de Constitución	\$ 268,00				
<b>UTILIDAD ANTES DE OTROS GASTOS</b>	<b>\$ 27.278,58</b>	<b>\$ 29.274,07</b>	<b>\$ 31.081,85</b>	<b>\$ 32.973,32</b>	<b>\$ 34.952,07</b>
Gastos Financieros	\$ 2.897,99	\$ 2.356,10	\$ 1.763,66	\$ 1.115,97	\$ 407,88
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTIC TRABJ</b>	<b>\$ 24.380,58</b>	<b>\$ 26.917,98</b>	<b>\$ 29.318,18</b>	<b>\$ 31.857,35</b>	<b>\$ 34.544,19</b>
Participación Trabajadores	\$ 3.657,09	\$ 4.037,70	\$ 4.397,73	\$ 4.778,60	\$ 5.181,63
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 20.723,50</b>	<b>\$ 22.880,28</b>	<b>\$ 24.920,46</b>	<b>\$ 27.078,75</b>	<b>\$ 29.362,57</b>
Impuesto a la Renta	\$ 5.180,87	\$ 5.720,07	\$ 6.230,11	\$ 6.769,69	\$ 7.340,64
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 15.542,62</b>	<b>\$ 17.160,21</b>	<b>\$ 18.690,34</b>	<b>\$ 20.309,06</b>	<b>\$ 22.021,92</b>
	\$ 7.771,31	\$ 8.580,11	\$ 9.345,17	\$ 10.154,53	\$ 11.010,96
	\$ 647,61	\$ 715,01	\$ 778,76	\$ 846,21	\$ 917,58
	19%	20%	21%	22%	23%

Elaborado por: Víctor Tomalá Catuto