



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS
DERIVADOS DE CHOCOLATE EN LA CIUDAD DE MACHALA BAJO
CONTEXTO DE SIMULACIÓN.

GONZALEZ IÑIGUEZ JIMMY ALEX
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESENTACIÓN DE
PRODUCTOS DERIVADOS DE CHOCOLATE EN LA CIUDAD DE
MACHALA BAJO CONTEXTO DE SIMULACIÓN.

GONZALEZ IÑIGUEZ JIMMY ALEX
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS
DE CHOCOLATE EN LA CIUDAD DE MACHALA BAJO CONTEXTO DE
SIMULACIÓN.

GONZALEZ IÑIGUEZ JIMMY ALEX
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

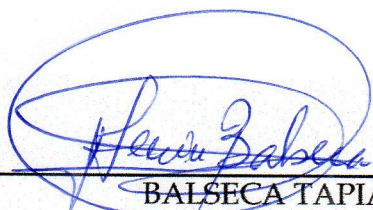
BALSECA TAPIA LENIN

MACHALA, 12 DE JULIO DE 2018

MACHALA
12 de julio de 2018

Nota de aceptación:

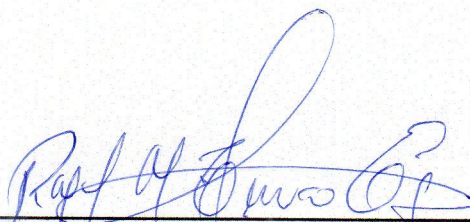
Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Plan de negocios para la presentación de productos derivados de chocolate en la ciudad de Machala bajo contexto de simulación., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



BALSECA TAPIA LENIN

1708037377

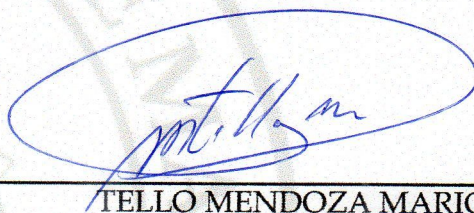
TUTOR - ESPECIALISTA 1



TINOCO EGAS RAQUEL MIROSLAVA

0703523761

ESPECIALISTA 2



TELLO MENDOZA MARIO DAVID

0702174806

ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: lunes 23 de julio de 2018 - 13:13

Urkund Analysis Result

Analysed Document: GONZALEZ INIGUEZ JIMMY ALEX_PT-010518.pdf (D40215438)
Submitted: 6/16/2018 4:55:00 PM
Submitted By: titulacion_sv1@utmachala.edu.ec
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, GONZALEZ IÑIGUEZ JIMMY ALEX, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado Plan de negocios para la presentación de productos derivados de chocolate en la ciudad de Machala bajo contexto de simulación., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

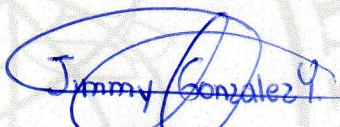
El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 12 de julio de 2018



GONZALEZ IÑIGUEZ JIMMY ALEX
0703879320

RESUMEN

Los emprendimientos deben de buscar alternativas para dar valor agregado a productos con la intención de ingresar a un mercado más selectivo y competitivo. Para lograrlo se necesita de la elaboración de un plan de negocios que de las pautas para establecer si el emprendimiento tendrá los niveles de rentabilidad deseados por los inversores convirtiéndose en una forma de simulación del negocio para llevarlo a su implantación. El producto que se desea comercializar es el chocolate instantáneo como un derivado del cacao que posee valor agregado para hacer frente a la competencia. El trabajo a desarrollar tiene como objetivo general elaborar Plan de negocios para la presentación de productos derivados de chocolate en la ciudad de Machala bajo contexto de simulación. Como objetivos específicos se consideran los siguientes: 1) Establecer las características del mercado de Machala; 2) Determinar la posible rentabilidad del plan de negocio. La metodología utilizada fue la descriptiva – cuantitativa por cuanto se hizo uso de información directa que sirvió para establecer las características del mercado local ante la posibilidad del ingreso del producto derivado de chocolate aplicándose cálculos matemáticos necesarios establecer indicadores financieros que aprueben o rechacen la inversión. Se aplicó la técnica bibliográfica para acceder a artículos científicos y libros de autores renombrados para el desarrollo de un trabajo coherente. El trabajo a desarrollarse comprende un plan de negocio utilizando la simulación para estimar la factibilidad de elaborar chocolate instantáneo para el mercado de la ciudad de Machala situación que permitirá observar su posible factibilidad.

Palabras claves: Plan de negocio, simulación, inversión, factibilidad económica, rentabilidad.

ABSTRACT

The enterprises must seek alternatives to add value to products with the intention of entering a more selective and competitive market. To achieve this, it is necessary to prepare a business plan that sets the guidelines to establish whether the venture will have the levels of profitability desired by the investors, becoming a form of business simulation to take it to its implementation. The product to be marketed is instant chocolate as a cocoa derivative that has added value to face the competition. The general objective of the work to be developed is to prepare a Business Plan for the presentation of chocolate products in the city of Machala under simulation. The following are considered as specific objectives: 1) Establish the characteristics of the Machala market; 2) Determine the possible profitability of the business plan. The methodology used was descriptive - quantitative in that direct information was used to establish the characteristics of the local market in view of the possibility of entering the chocolate derivative product, applying mathematical calculations necessary to establish financial indicators that approve or reject the investment. The bibliographic technique was applied to access scientific articles and books by renowned authors for the development of a coherent work. The work to be developed includes a business plan using simulation to estimate the feasibility of making instant chocolate for the market in the city of Machala, which will allow observing its possible feasibility.

Keywords: Business plan, simulation, investment, economic feasibility, profitability.

ÍNDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN:.....	5
DESARROLLO	6
Modelos de Simulación	6
Plan de negocio	6
Inversión	8
Propuesta de plan de negocio	8
Estudio de mercado.....	8
Competencia	8
Canales de distribución.....	9
Gráfico N° 1: Canal de distribución indirecto corto	9
Precio.....	9
Producto	9
Diferenciación del producto	9
Competidores	9
Estudio técnico.....	10
Organización del negocio.....	10
Financiamiento	11
CONCLUSIONES	14
BIBLIOGRAFÍA	15

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Competidores.....	9
Tabla N° 2: Ventas	11
Tabla N° 3: Rol de pagos	12
Tabla N° 4: Flujo de caja	13

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Canal de distribución indirecto corto	9
Gráfico N° 2: Localización de la planta procesadora.....	10
Gráfico N° 3: organigrama estructural	11

INTRODUCCIÓN:

La innovación en los alimentos actúa de forma que deriva estos nuevos de los anteriores, razón por la cual siguen siendo tan apetecibles. En la provincia de El Oro rica por su alta producción de cacao conocida a nivel mundial, pocas empresas han desarrollado en los últimos años productos derivados del mismo por lo cual obtienen más recursos y aprovechan la totalidad del producto. La presente investigación forma parte en la elaboración de un plan de negocio para la presentación de productos derivados de chocolate bajo un contexto de simulación.

Es importante que las empresas comercializadoras de cacao puedan dar valor agregado al producto para obtener mejores precios a su vez que se cubre las necesidades del mercado.

En el modelo de simulación interactuar con el exterior y el entorno en el que se encuentra es muy importante ya que es una forma de evaluar las estrategias de operación (León & Cañas, 2014). esta es la forma en la que el negocio o empresa evita que los recursos existentes en la empresa no falten, evitando también la sobreproducción y la falta de material, así mismo llevando la realidad de las calles a casa.

El trabajo a desarrollar tiene como objetivo general elaborar Plan de negocios para la presentación de productos derivados de chocolate en la ciudad de Machala bajo contexto de simulación. Como objetivos específicos se consideran los siguientes: 1) Establecer las características del mercado de Machala; 2) Determinar la posible rentabilidad del plan de negocio.

La metodología utilizada fue la descriptiva – cuantitativa por cuanto se hizo uso de información directa que sirvió para establecer las características del mercado local ante la posibilidad del ingreso del producto derivado de chocolate aplicándose cálculos matemáticos necesarios establecer indicadores financieros que aprueben o rechacen la inversión. Se aplicó la técnica bibliográfica para acceder a artículos científicos y libros de autores renombrados para el desarrollo de un trabajo coherente.

El trabajo a desarrollarse comprende un plan de negocio utilizando la simulación para estimar la factibilidad de elaborar productos derivados de chocolate para el mercado de la ciudad de Machala situación que permitirá observar su posible factibilidad.

DESARROLLO

Modelos de Simulación

A día de hoy las empresas tratan de encontrar más oportunidades para poder enfrentarse a tres retos: optimizar los materiales y recursos, reducir costos de producción, disminuir los riesgos a la hora de tomar decisiones. En este momento, es donde la simulación aparece como elemento capaz de afrontar los diferentes escenarios para así poder predecir cuales son las probabilidades de los sucesos que ocurrirán a futuro y que decisiones son convenientes de tomar (Ceballos, Fernández, & Restrepo, 2013).

La simulación funciona como una técnica que se usa para observar lo que pudiera pasar a futuro de manera hipotética real para luego basar la opinión real en lo que previamente se visualizó (Mariño, López, & Alderete, 2012). A través de la simulación podemos observar como los comportamientos varían según la situación y los problemas a enfrentar aprendiendo a cómo solucionar un problema que podría ser replicado en la vida real. Así se convierten en herramientas esenciales para el proceso de aprendizaje (Preciado, Arcega, & Pedraza, 2014).

La función de la simulación va, en muchos casos, más allá de la predicción de la respuesta a partir de la simulación de los hechos a futuro, también sirve para saber cómo se derivó dicha respuesta y de qué manera. Así mismo, se usa para realizar experimento en los procesos derivados de los distintos escenarios proporcionados en la simulación (Fullana & Urquía, 2011).

Plan de negocio

El plan de negocio se utiliza como herramienta para captar y analizar la oportunidad de llevar a cabo un negocio, viéndose necesario que se realicen evaluaciones técnicas, económicas, financieras, sociales, ambientales, sumándole la aplicación de estudios de mercado externos sobre la variabilidad del proyecto (Auria, Llerena, & Lara, 2017).

El plan de negocios es una importante herramienta para llevar a cabo la creación de una empresa y su fortalecimiento a partir de los objetivos planteados. Se basa en enmarcar las ideas en las que el negocio está planificado en el presente y a futuro. (Sornoza, Cobo, & Machado, 2017). De esta manera incluyendo aspectos que serán de gran utilidad, tanto económicos y organizacionales, prosperando el crecimiento de la empresa siendo necesario los recursos de talento humano, recursos financieros, inversiones, planes de comercialización, situación legal, social y ambiental.

Según (Siegel, Ford, & Bornstein, 2003) el plan de negocios es caracterizado por ser la guía de desempeño a la hora de poner en práctica el trabajo organizacional, a su vez permite evaluar el negocio en hipótesis de escenarios del futuro, motivo por el cual las fuentes de financiamiento son tan importantes, ya que el negocio se debe de llevar a cabo tal y como se lo planea.

Para que el plan de negocios se pueda llevar a cabo es de indispensable necesidad contar con la inversión propuesta para el negocio o proyecto, que son importantes ya que de estas depende que el negocio se desarrolle a lo grade o en menores términos. En la estructura de una inversión existen factores que se consideran como estudio legal, estudio de mercado, estudio técnico, estudio ambiental, estudio financiero (Andía & Paucara, 2013).

Los proyectos funcionan como planes de mejoramiento o crecimiento dirigidos hacia el desarrollo de un producto o servicio, del cual se trata de llegar al éxito ya sea en el ámbito social o bien económico (González, 2012).

Es necesario que las empresas tengan una orientación de la realidad y contexto en el que se desenvuelven, para esto se hacen reportes e investigación de mercado para tener bases del exterior y así planificar las diferentes estrategias que necesita la empresa, información obtenida de fuentes primarias y secundarias, con el objetivo de mejorar el producto o servicio (Alderete & Rodríguez, 2016).

El marketing se ha convertido en la ciencia indispensable para valorar cuáles son las características y necesidades del mercado en el que se desenvuelve la empresa. Contando con los procesos y técnicas de mejoramiento de servicio o producto con la meta de llenar las necesidades del consumidor o usuario (de Sá, 2012).

El marketing a día de hoy es una herramienta de vital importancia para la empresa u organizaciones, inclusive en el momento que la empresa sufre una recesión, en el que la empresa debe de actuar de manera ágil e inteligente para poder satisfacer las expectativas del consumidor a través de un producto o servicio mejorado (Mesa, Martínez, Mas, & Uribe, 2013). Dado que las empresas y organizaciones han originado el mismo tipo de servicio o producto, la industria del mercado competitivo a aumentado.

Inversión

En la inversión de un negocio o proyecto se pueden abarcar términos de proyectos a largo plazo, ya sean estos grandes emprendimientos o pequeños negocios. En la estructura de inversión existen factores que deben tomarse en consideración como estudio legal, estudio de mercado, estudio técnico, estudio ambiental, estudio financiero (Andía & Paucara, 2013).

Los proyectos de una empresa son un grupo de ideas dirigidos al desarrollo de un producto o servicio en el que se pretende obtener resultados de éxito en el área económica o así mismo en la social (González, 2012).

Propuesta de plan de negocio

Estudio de mercado

Según el estudio de mercado realizado de forma local, un 70% de los encuestados les gustaría adquirir el chocolate instantáneo. Un 80% tiene preferencias por productos que tengan una presentación de 200 gr. para su consumo diario. El 60% le gustaría adquirir el chocolate en las tiendas y supermercados más conocidos como Tía, Supermaxi, Akí, HIpermarket.

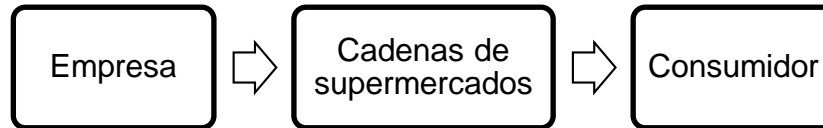
Competencia

La competencia directa es la empresa Nestlé con su producto Ricacao que tiene mucho tiempo en el mercado ecuatoriano. Tiene dos presentaciones: 170 gr. y 440 gr. Otra competencia La Universal Sweet S.A. con presentaciones de 45 gr., 170 gr. y 440 gr..

Canales de distribución

El canal de distribución elegido sería el indirecto corto que permite llevar el producto a las cadenas de supermercado y estas al consumidor.

Gráfico N° 1: Canal de distribución indirecto corto



ELABORACIÓN: El autor

Precio

El precio del producto está estimado en 2.75 dólares que se ubica por debajo de la competencia cuyos precios superan los 3 dólares.

Producto

Se prevé iniciar con una presentación de 200 gr. Estimándose para el segundo año de producción comercializar una presentación de 500 gr.

Diferenciación del producto

El chocolate en polvo será del tipo instantáneo que tiene facilidad de mezcla al hacer contacto con la leche. Además viene fortificado con vitamina E que sirve como elemento antioxidante en las personas.

Competidores

Los competidores directos están conformados por la empresa Universal Sweet S.A. y Nestlé.

Tabla N° 1: Competidores

Empresa	Producto	Porcentaje de participación
Universal Sweet S.A.	Cocoa universal	44.95%
Nestlé	Ricacao	35.00%

FUENTE: (Universal, 2015)

Estudio técnico

La empresa tendrá la capacidad de producir 150.000 productos al año o también 12.500 mensuales. Se tiene estimado que para el primer año de producción se utilizará la mitad de la capacidad instalada, es decir, se producirán 75.000 unidades anuales.

La empresa estará ubicada en la vía La Ferroviaria en un terreno de 600 m² que será alquilado por el momento con opción a compra. El lugar cuenta con los servicios básicos de agua potable, energía eléctrica, telefonía fija, así como cobertura para telefonía celular. Las vías se encuentran en regulares condiciones lo que facilita el ingreso y egreso de vehículos que transporten la mercadería hasta los lugares de expendio.

Gráfico N° 2: Localización de la planta procesadora

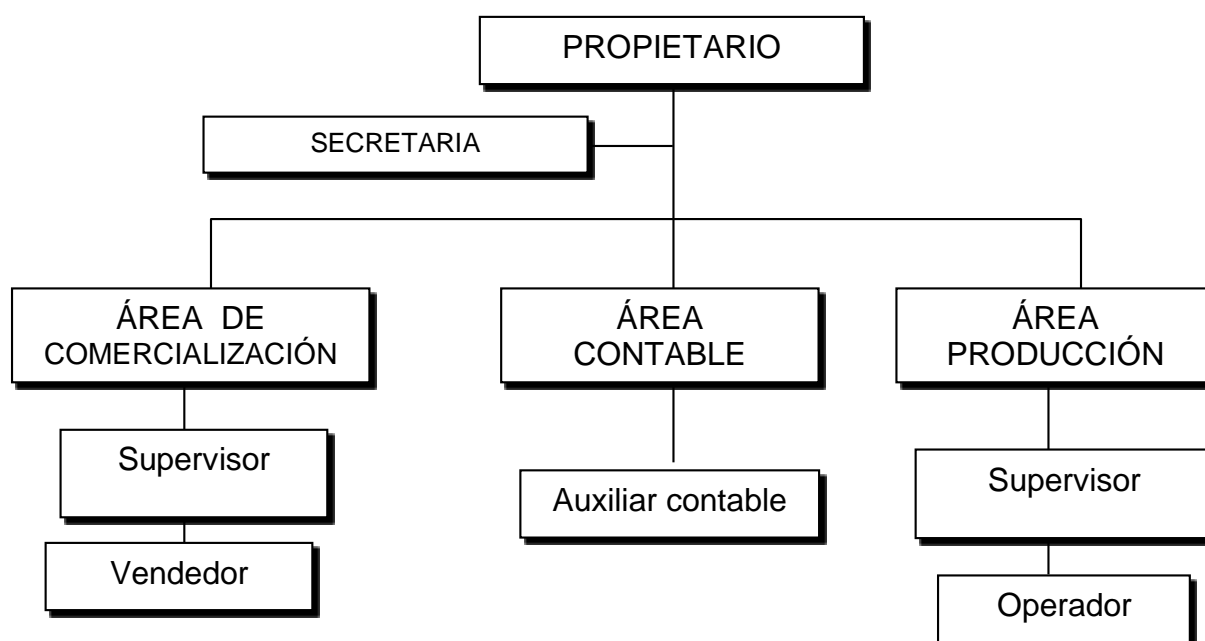


FUENTE: Google maps
ELABORACIÓN: La autora

Organización del negocio

La organización estará conformada por el propietario, secretaria, supervisor comercial, vendedor, auxiliar contable, supervisor área de operación y operadores.

Gráfico N° 3: organigrama estructural



Elaboración: El autor

Financiamiento

El plan de negocio será cubierto en su totalidad por un capital que tiene la asociación en las instituciones financieras del país, sin tener necesidad de acudir a créditos que podrían incrementar los costos operacionales.

Inversión

La inversión para el proyecto asciende a 50.000 dólares entre maquinaria, equipos, permisos, diseño industrial, adecuaciones del terreno y edificio administrativo, operativo y bodega.

Ventas

Tabla N° 2: Ventas

Ventas	Cantidad	Precio	Valor anual
Chocolate instantáneo	75.000	\$ 2,75	\$ 140.250.00

Elaboración: El autor

Rol de pagos

Tabla N° 3: Rol de pagos

Cargo	Cant.	Sueldo	XIII	XIV	Fondo	Vaca-ciones	Aporte	Aporte	Sub total	NETO A
			Sueldo	Sueldo	Reserva		Patronal	IESS		PAGAR
Gerente										
General	1	\$500,00	\$41,67	\$32,17	\$41,67	\$20,83	\$60,75	\$46,75	\$650,33	\$650,33
Secretaria	1	\$400,00	\$33,33	\$32,17	\$33,33	\$16,67	\$48,60	\$37,40	\$526,70	\$526,70
Supervisor	1	\$400,00	\$33,33	\$0,00	\$33,33	\$16,67	\$48,60	\$37,40	\$494,53	\$494,53
Vendedor	1	\$400,00	\$33,33	\$0,00	\$33,33	\$16,67	\$48,60	\$37,40	\$494,53	\$494,53
Operario	2	\$400,00	\$33,33	\$0,00	\$33,33	\$16,67	\$48,60	\$37,40	\$494,53	\$989,07
Mesero	0		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total Mensual	6	\$2.100,00	\$175,00	\$64,33	\$175,00	\$87,50	\$255,15	\$196,35	\$2.660,63	\$3.155,17
Annual										37.862,00

Elaboración: El autor

Flujo de caja

Tabla N° 4: Flujo de caja

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos anuales		\$ 206.250,00	\$ 222.750,00	\$ 240.570,00	\$ 259.815,60	\$ 280.600,85
Costos:						
Costos de Operacion		\$ 103.125,00	\$ 111.375,00	\$ 120.285,00	\$ 129.907,80	\$ 140.300,42
Arriendo del Local		\$ 6.000,00	\$ 6.240,00	\$ 6.489,60	\$ 6.749,18	\$ 7.019,15
Sueldos, salarios y demas beneficios		\$ 37.862,00	\$ 39.376,48	\$ 40.951,54	\$ 42.589,60	\$ 44.293,18
Promocion y publicidad		\$ 1.800,00	\$ 1.872,00	\$ 1.946,88	\$ 2.024,76	\$ 2.105,75
Suministros y materiales		\$ 600,00	\$ 624,00	\$ 648,96	\$ 674,92	\$ 701,92
Agua, energia, luz y telecomunicaciones		\$ 3.000,00	\$ 3.120,00	\$ 3.244,80	\$ 3.374,59	\$ 3.509,58
Pago Intereses Prestamo		\$ 7.614,79	\$ 6.378,85	\$ 4.926,40	\$ -	\$ -
Depreciacion activos Fijos		\$ 2.966,67	\$ 2.966,67	\$ 2.966,67	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
Amortizacion Activos Diferidos		\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Flujo Antes de Participacion Trabajadores		\$ 42.981,54	\$ 50.497,01	\$ 58.810,15	\$ 71.894,75	\$ 80.070,85
Participacion Utilidades		\$ 6.447,23	\$ 7.574,55	\$ 8.821,52	\$ 10.784,21	\$ 12.010,63
Flujo Antes de Impuestos		\$ 36.534,31	\$ 42.922,46	\$ 49.988,63	\$ 61.110,54	\$ 68.060,22
Impuesto a la Renta		\$ 8.037,55	\$ 9.442,94	\$ 10.997,50	\$ 13.444,32	\$ 14.973,25
Flujo despues de Impuestos		\$ 28.496,76	\$ 33.479,52	\$ 38.991,13	\$ 47.666,22	\$ 53.086,97
(+) Depreciaciones:		\$ 2.966,67	\$ 2.966,67	\$ 2.966,67	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
(+) Amortizaciones		\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Pago Capital Prestamo	-50000	\$ (7.055,86)	\$ (8.291,81)	\$ (9.744,25)	\$ -	\$ -
Flujo de Caja Neto	\$ (50.000,00)	\$ 24.707,57	\$ 28.454,37	\$ 32.513,55	\$ 50.266,22	\$ 55.686,97

$$\text{VAN} = 55.067,01$$

$$\text{TIR} = 56,745\%$$

El resultado económico es favorable si consideramos que el VAN es de 55.067.01 dólares con una tasa interna de retorno del 56.45%.

CONCLUSIONES

- El plan de negocio de productos derivados de chocolate bajo el contexto de simulación sirve para estimar las características del mercado así como el rendimiento económico que se obtendría con la implantación del negocio situación que permite la toma de decisiones por parte de los inversionistas.
- El producto debe de considerar las características del mercado tales como que estará dirigido a personas cuyas edades están entre los 5 a 60 años, es decir para todas las edades, grupos sociales, teniendo diversas presentaciones para la economía de gran parte de la población machaleña. El canal de comercialización es el indirecto corto es decir desde la empresa al distribuidor o cadena de supermercado y luego al consumidor.
- Los resultados económicos obtenidos son halagadores con saldo positivos, donde el valor actual neto fue de 55.067.01 y la tasa interna de retorno fue de 56.45% siendo un negocio atractivo para el inversionista.

BIBLIOGRAFÍA

- Alderete, A., & Rodríguez, M. (2016). ¿Son importantes los estudios de mercado? La opinión de un grupo de empresarios oaxaqueños. *Cathedra et Scientia*, 1(2), 183-187.
- Andía, W., & Paucara, E. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitu*, 16(1), 80-84.
- Auria, L., Llerena, K., & Lara, E. (Septiembre de 2017). Plan de negocio para la creación de una empresa coworking para emprendedores. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-36.
- Ceballos, J. A., Fernández, J. D., & Restrepo, E. (Julio-diciembre de 2013). Aplicación de un modelo de simulación discreta en el sector del servicio automotor. *Revista Ingeniería Industrial*, 1(1), 51-61.
- de Sá, J. (Diciembre de 2012). Las prácticas de gestión de marketing en las cooperativas portuguesas. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(76), 198-227.
- Fullana, C., & Urquía, E. (2011). Los modelos de simulación: una herramienta multidisciplinar de investigación. *Encuentros multidisciplinares*, 11(32), 37-48.
- González, R. (2012). Elementos para el análisis de proyectos de inversión en activos fijos en las pequeñas y medianas empresas. *Ciencia Administrativa*, 2(1), 89-99.
- León, E., & Cañas, F. (2014). Modelos de simulación en la Escuela de Administración de Negocios,. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, 15(31), 86-98.
- Mariño, S. I., López, M., & Alderete, R. (2012). Evaluación formativa en la asignatura Modelos y Simulación: Experimentación mediante la generación de software. *Revista Iberoamericana de Educación*, 4(59), 1-13.
- Mesa, D., Martínez, C., Mas, M., & Uribe, F. (Julio-diciembre de 2013). Marketing en períodos de crisis: la influencia del marketing proactivo en el desempeño empresarial. *Cuadernos de Administración*, 26(47), 233-257.
- Preciado, F., Arcega, A., & Pedraza, O. (2014). Propuesta de un Simulador de Negocios para Estudiantes de Facultades Económico-Administrativas. *Revista CONAIC*, 1(1), 60-70.
- Siegel, E. S., Ford, B. R., & Bornstein, J. M. (2003). *La guía de un plan de negocio*. México: Prentice-Hall.

Sornoza, D., Cobo, M., & Machado, O. (2017). Plan de negocio para la creación de una empresa comercializadora de productos homeopáticos en el sector norte de Guayaquil. *Revista Observatorio de la Economía*, 1-32.