



UNIVERSIDAD UTE

FACULTAD DE CIENCIAS GASTRONÓMICAS Y TURISMO

CARRERA DE GASTRONOMÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ADMINISTRADOR GASTRONÓMICO**

TEMA

**PROPUESTA DE PRE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA
EN LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS VEGETARIANOS EN EL
SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO**

AUTORA

ERIKA VIVIANA PARRA TUFÍÑO

DIRECTOR

DIEGO ALFREDO SALAZAR DUQUE

QUITO 2022

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO
PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172504148-5
APELLIDO Y NOMBRES:	PARRA TUFÍÑO ERIKA VIVIANA
DIRECCIÓN:	JOSÉ BUSTOS E15-61 Y AGUSTÍN YEROVI
EMAIL:	viviparra96@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	023281034
TELÉFONO MOVIL:	0962678518

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	PROPUESTA DE PRE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS VEGETARIANOS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO
AUTOR O AUTORES:	PARRA TUFÍÑO ERIKA VIVIANA
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	10 de noviembre 2021
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	SALAZAR DUQUE DIEGO ALFREDO
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	ADMINISTRADOR GASTRONÓMICO
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	<p>El presente proyecto de titulación tiene como fin realizar un estudio de pre factibilidad de una empresa especializada en la producción y comercialización de productos vegetarianos en el sector norte de Quito.</p> <p>Para esto se realizará una investigación sobre los productos vegetarianos que actualmente se ofrecen en el sector, variedades y sabores que se propone, y en base a eso se propondrá productos que no solo vayan dirigidos hacia personas que tengan una alimentación vegetariana, sino para cualquier persona que desee cuidar de su salud.</p> <p>El primer capítulo contendrá las bases teóricas de lo que es el establecimiento y también datos sobre la alimentación vegetariana en el país y el mundo.</p> <p>En el segundo capítulo se realizará la investigación de mercado necesaria para saber los gustos, deseos y preferencias de las personas, y que tan dispuestas están a probar sabores no convencionales dentro de su alimentación; la competencia que existe dentro del mercado, tanto directa como indirecta, y saber si existe una demanda que esta insatisfecha para aprovecharla en beneficio del establecimiento que se propone.</p> <p>El tercer y último capítulo se enfoca en la propuesta técnica del establecimiento, el componente económico necesario para poder establecer el negocio, los medios por los cuales se obtendrá la atención de los clientes, gastos y costos en los que</p>

PALABRAS CLAVES: ABSTRACT: KEYWORDS	se incurrirá durante el ejercicio de las actividades, los ingresos de ventas que se estima tener para que de esta forma pueda sustentarse el establecimiento y los impactos que causará el mismo dentro de la ciudad.
	vegetariano, pre factibilidad, natural, ecológico
	<p>This degree project aims to conduct a pre-feasibility study of a company specializing in the production and marketing of vegetarian products in the northern sector of Quito.</p> <p>For this, an investigation will be carried out on the vegetarian products that are currently offered in the sector, varieties and flavors that are proposed, and based on that, products will be proposed that are not only directed towards people who have a vegetarian diet, but for anyone who wants to take care of their health.</p> <p>The first chapter will contain the theoretical basis of what is the establishment and also data on vegetarian food in the country and the world.</p> <p>In the second chapter the necessary market research will be conducted to know the tastes, desires and preferences of people, and how willing they are to try unconventional flavors in their food; the competition that exists within the market, both direct and indirect, and to know if there is a demand that is unsatisfied to take advantage of it for the benefit of the proposed establishment.</p> <p>The third and last chapter focuses on the technical proposal of the establishment, the economic component necessary to establish the business, the means by which customer service will be obtained, expenses and costs that will be incurred during the exercise of the activities, the estimated sales revenue so that the establishment can be sustained and the impacts it will cause within the city.</p>
	vegetarian, pre-feasibility, natural, ecological

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f:

PARRA TUFUÑO ERIKA VIVIANA

CI: 172504148-5

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **PARRA TUFÍÑO ERIKA VIVIANA**, CI: 172504148-5 autor/a del proyecto titulado: **PROPUESTA DE PRE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS VEGETARIANOS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO** previo a la obtención del título de **ADMINISTRADOR GASTRONÓMICO** en la Universidad UTE.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad UTE a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito,

f:



PARRA TUFÍÑO ERIKA VIVIANA

CI: 172504148-5

DECLARACION JURAMENTADA DEL AUTOR

Yo, ERIKA VIVIANA PARRA TUFÍÑO, portador(a) de la cédula de identidad N.º 172504148-5, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en ese documento.

La Universidad UTE puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

f:



PARRA TUFÍÑO ERIKA VIVIANA

CI: 172504148-5

D.M. Quito, 10 de noviembre del 2021

Máster
Juan Pablo Holguín
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS GASTRONÓMICAS Y TURISMO
Presente,

Por medio de la presente, informo que la señorita ERIKA VIVIANA PARRA TUFÍÑO, ha culminado su proyecto de tesis "PROPUESTA DE PRE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS VEGETARIANOS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO". **Dicho trabajo se ha desarrollado con tutorías presenciales y virtuales durante 6 meses.**

La presente investigación tiene 3 capítulos detallados a continuación:

Capítulo 1.- Contiene el marco teórico y conceptual
Capítulo 2.- Diagnóstico (Análisis del entorno y el mercado)
Capítulo 3.- La propuesta

Se adjunta el informe del URKUND (O cualquier otro programa antiplagio), en el cual consta un 1% (porcentaje máximo aceptado) de similitud.

Atentamente,



Diego Salazar Duque
Director del trabajo de titulación.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida y la oportunidad de llegar a este momento tan importante, con su bendición y su infinito amor he logrado cumplir una meta más en mi vida.

Agradezco a mis padres por su esfuerzo para que me educara en conocimiento y en valores, por todo el amor y la guía que me han brindado en cada uno de mis pasos, jamás me han dejado sola, sin importar el momento ni las circunstancias, gracias a su dedicación, respeto y amor es que hoy cumplo un sueño más.

Y por último agradezco a mi familia y amigos, todos ellos llenaron mi vida de momentos alegres y me acompañaron en mis momentos de tristeza, gracias por su tiempo y paciencia.

DEDICATORIA

Este trabajo se lo quiero dedicar a mi madre, mi angelito guardián que siempre está conmigo en las buenas y en las malas, apoyándome, dándome ánimos, acompañándome en las noches de desvelo y siempre tratando de ayudarme en lo que puede, ella ha sido mi motor, mi luz y mi fuerza para seguir en la lucha y no rendirme, sin ella, no estaría aquí este momento.

INDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
I. ANTECEDENTES	1
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
III. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
III.I. Pregunta General	3
III.II. Pregunta Específica	3
IV. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	4
IV.I. Objetivo General	4
IV.II. Objetivos Específicos	4
V. JUSTIFICACIÓN	4
VI. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	5
VI.I. Tipos De Investigación	5
V.II. Métodos de investigación	6
V.III. Técnicas de Investigación	6
CAPÍTULO I	8
1. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	8
1.1. Generalidades de un establecimiento	8
1.2. Generalidades del Negocio	8
1.3. Concepto de pre factibilidad o plan de negocio	8
1.4. Procesos para el desarrollo de un estudio técnico	9
1.5. Procesos para el desarrollo de una propuesta administrativa	10
1.6. Procesos para el desarrollo de una estructura legal	11
1.7. Proceso para el desarrollo de una propuesta comercial	13
1.8. Procesos para el desarrollo de una evaluación de impactos	15
1.9. Procesos para el desarrollo de una evaluación financiera	16
1.10. Estados financieros proyectados	17
1.11. Evaluación financiera	18
1.12. Vegetariano	18
CAPÍTULO II	20
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y EL MERCADO	20
2.1. Localización	20
2.2. Características generales del sector	20
2.3. Análisis del macro entorno	21
2.4. Análisis del micro entorno del lugar de estudio	22
2.5. Análisis final de la oferta	29
2.6. Análisis de mercado	30

2.7. Análisis final de la demanda.....	43
2.8. Análisis de la oferta vs la demanda	44
2.9. Conclusiones generales del capítulo.....	44
CAPITULO III	46
3. PROPUESTA	46
3.1. Idea de negocio	46
3.2. Organización empresarial	50
3.3. Propuesta Técnica	54
3.4. Estructura Legal.....	59
3.5. Propuesta comercial.....	60
3.6. Evaluación de impactos	66
3.7. Estudio financiero	68
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES	82
ANEXOS	85

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Competencia Directa	23
Tabla 2 Competencia Indirecta.....	26
Tabla 3 Oferta Actual	29
Tabla 4 Tasa de Crecimiento Individual de la Oferta Actual	30
Tabla 5 Oferta Futura	30
Tabla 6 indique su rango de edad	32
Tabla 7 Sector donde vive	33
Tabla 8 ¿Usted es vegetariano?	34
Tabla 9 ¿Usted conoce o ha consumido algunos productos vegetarianos como bebidas vegetales, sustitutos de carne, sustitutos de queso o embutidos a base de granos?.....	34
Tabla 10 ¿Qué tan satisfecho esta con la calidad y el precio de los productos vegetarianos (bebidas vegetales, quesos, salsas y aderezos) que actualmente se ofertan en el mercado?.....	35
Tabla 11 ¿Dónde compra este tipo de producto?	35
Tabla 12 De considerar consumir este tipo de producto, ¿Qué variedades le gustaría comprar y consumir?	36
Tabla 13 De la siguiente lista de nombres, ¿Cuál es el que más le agrada para esta gama de productos vegetarianos?.....	37
Tabla 14 ¿Qué tipo de empaque considera el más adecuado para distribuir embutidos, sustitutos de carne y quesos vegetarianos?.....	38
Tabla 15 ¿Qué tipo de empaque considera el más adecuado para distribuir bebidas vegetales?.....	38
Tabla 16 En el caso de bebidas vegetales ¿Qué presentación considera que sería la más adecuada para este tipo de producto?	38
Tabla 17 En el caso de bebidas vegetales ¿Qué presentación considera que sería la más adecuada para este tipo de producto?	39
Tabla 18 ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un producto vegetariano?.....	39
Tabla 19 ¿Qué tipo de promoción de venta le gustaría recibir por la compra de 3 o más productos vegetarianos de esta marca?.....	40
Tabla 20 ¿Cómo prefiere realizar los pagos de su compra, si este producto se vendiera a domicilio?.....	40
Tabla 21 ¿Cómo le gustaría recibir publicidad de este tipo de productos?	41
Tabla 22 ¿Qué tipo de información le gustaría recibir sobre este tipo de producto? ...	41
Tabla 23 ¿Cómo le gustaría comprar este producto?.....	42
Tabla 24 Califique su decisión de compra sobre estos tipos de productos donde 5 sería que definitivamente sí compraría, y 1 que nunca compraría.....	42
Tabla 25 Demanda Histórica	43
Tabla 26 Determinación de la Tasa de Crecimiento Individual de la Demanda Histórica	43
Tabla 27 Proyección de la demanda futura.....	44
Tabla 28 Balance Demanda Oferta.....	44
Tabla 29 Cálculo de la demanda insatisfecha.....	44
Tabla 30 Nomina del personal.....	51
Tabla 31 Mobiliario	55
Tabla 32 Equipo de oficina.....	55
Tabla 33 Suministros de oficina	56
Tabla 34 Mobiliario	56

Tabla 35	Equipo.....	56
Tabla 36	Menaje de producción	56
Tabla 37	Equipos	57
Tabla 38	Suministros de cocina.....	57
Tabla 39	Uniforme del personal	58
Tabla 40	Gastos de constitución.....	60
Tabla 41	Matriz Leopold	67
Tabla 42	Sueldos y salarios	68
Tabla 43	Arriendo.....	68
Tabla 44	Servicios básicos	69
Tabla 45	Consumo promedio	69
Tabla 46	Consumo promedio por persona.....	69
Tabla 47	Costo promedio	69
Tabla 48	Materia prima	70
Tabla 49	Suministros de limpieza y oficina	70
Tabla 50	Publicidad inicial	71
Tabla 51	Pronóstico de ingresos.....	71
Tabla 52	Mano de obra año 1	72
Tabla 53	Mano de obra año 2	72
Tabla 54	Mano de obra año 3	72
Tabla 55	Mano de obra año 4	73
Tabla 56	Mano de obra año 5	73
Tabla 57	Mobiliario	74
Tabla 58	Equipo de oficina.....	74
Tabla 59	Maquinaria.....	74
Tabla 60	Menaje	75
Tabla 61	Gastos de constitución.....	75
Tabla 62	Gastos de publicidad.....	75
Tabla 63	Uniforme del personal	76
Tabla 64	Capital de trabajo.....	76
Tabla 65	Financiamiento	76
Tabla 66	Depreciaciones.....	77
Tabla 67	Amortizaciones.....	77
Tabla 68	Estado de Resultados.....	78
Tabla 69	Balance general	78
Tabla 70	Valor actual neto.....	79
Tabla 71	Tasa interna de retorno	80
Tabla 72	Punto de Equilibrio.....	80
Tabla 73	Periodo de recuperación del capital.....	80

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Micro localización	54
Gráfico 2 Plano del establecimiento	55
Gráfico 3 Proceso de Producción	58
Gráfico 4 Proceso de ventas	59
Gráfico 5 Logotipo	60

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta	85
Anexo 2 Catálogo de productos	91
Anexo 3 Recetas estándar	92
Anexo 4 Cotización	104
Anexo 5 Tabla de amortización	105

INTRODUCCIÓN

I. ANTECEDENTES

Moncayo (2018) presenta un trabajo de titulación donde se muestra una empresa de embutidos vegetarianos: “Plan de negocios para la creación de una fábrica de embutidos vegetarianos artesanales a base de soya”. Los principales resultados que se muestran dentro de este plan de negocio son la factibilidad que tiene dado que la tendencia de consumo de comida más saludable en el mundo y en el país van aumentando, lo que genera un mercado que se encuentra en crecimiento.

Ponce y Padilla (2018) presenta un trabajo similar: “Plan de negocios para la creación de una empresa de elaboración de comida rápida vegetariana en la ciudad de Quito, sector Las Casas”. Los resultados que se obtienen de este estudio demuestran que existe una demanda de comida vegetariana que no es satisfecha en vista del notable crecimiento de la demanda, lo que indica que el mercado existente que oferta este tipo de productos no es suficiente para la cantidad de clientes que optan por esta de alimentación.

Silva (2015) presenta un trabajo de titulación llamado: “Elaboración de salchichas vegetarianas con *Amaranthus sp* (Amaranto)”. Los resultados que se obtiene de este estudio en el cual se presenta un producto terminado de tipo vegetariano demuestran que de las personas que los consumen prefieren que los productos sean visiblemente parecidos en cuanto a color y textura a los obtenidos de animales, pero que no contengan algún tipo de aditivos, conservantes animales de ningún tipo.

Por lo tanto, se concluye que es importante la venta y producción de productos vegetarianos debido al gran aumento de la demanda de estos productos, porque cada vez más personas buscan alimentarse de manera más sana y evitar muchos de los problemas que atrae el consumo de carnes de origen animal, junto con toda la contaminación ambiental que esta industria genera cada año a nivel mundial.

En el mercado actualmente se encuentran varios tipos de productos de este estilo, por ejemplo, yogures hechos a base de leches vegetales, sucedáneos de carne que contiene leguminosas y cereales, quesos fabricados con tubérculos, entre otros. Todo esto con el fin de variar la alimentación y consumir productos sanos que no necesariamente sean de mal gusto o que tengan presentaciones aburridas.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la ciudad de Quito existe una gran variedad de productos para todo tipo de alimentación, desde productos nacionales hasta importados que varían en precio y calidad, entre los cuales cada vez más van ganando terreno los alimentos vegetarianos y sus derivados.

Las personas cada vez son más conscientes de que el tipo de alimentación que llevan en su vida deriva en varios factores, entre ellos el tema de salud, dado que la mala alimentación es uno de los principales problemas que aquejan a la sociedad actual, han surgido nuevas formas de alimentaciones entre las que se encuentra la alimentación vegetariana.

Este tipo de alimentación no es nueva debido a que se ha llevado a cabo en otras culturas y religiones desde tiempos antiguos y ahora son adoptadas por más personas que buscan un equilibrio en su dieta diaria. Por esta razón, es que en Quito como en muchos otros lugares se ha empezado la implementación de este tipo de alimentación entre sus pobladores.

Pero, dada la falta de información entre las personas hace que el hecho de poder implementar este estilo de vida se vuelva más complicado puesto que muchas veces no se conoce que alimentos se puede consumir y donde comprarlos.

El otro problema consiste en lo siguiente: muchas empresas distribuidoras de comida han intentado implementar en sus perchas productos que se acoplen al estilo de

vida vegetariano, pero por cuestión de precios, que muchas veces son elevados, y falta de variedad de estos productos que se consumen a diario, las personas tienen una falta de lugares donde puedan tener una oferta más variada y a un precio accesible.

Por tal motivo se propone la creación de una empresa especializada en la producción y venta de productos vegetarianos en la ciudad de Quito para así satisfacer la demanda creciente de este mercado que busca productos que se ajusten a sus necesidades y cumpla con sus expectativas, haciendo que la forma de encontrar estos productos sea mucho más rápida.

III.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

III.I. Pregunta General

¿Qué alimentos contribuirán a la factibilidad y viabilidad de una empresa especializada en la producción y venta de productos vegetarianos?

III.II. Pregunta Específica

- ¿Qué variables son necesarias estudiar y abordar para la creación de una empresa especializada en la producción y venta de productos vegetarianos que aporte la base teórica y legal del estudio propuesto
- ¿Cuál es la metodología para el levantamiento y análisis del entorno y del mercado en el sector norte de la ciudad de Quito que permita entender la oferta y demanda de productos vegetarianos de conveniencia?
- ¿Qué características administrativas y operativas deberá tener un establecimiento para la producción y venta de productos de conveniencia por medio de alimentos vegetarianos procesados?

IV. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

IV.I. Objetivo General

Elaborar una propuesta para la creación de una empresa especializada en la producción y venta de productos vegetarianos ubicado en el sector norte de la ciudad de Quito, que contribuyan a la factibilidad y viabilidad del proyecto.

IV.II. Objetivos Específicos

- Determinar las variables necesarias para la creación de una empresa especializada en la producción y venta de productos vegetarianos de conveniencia que aporte la base teórica y legal del estudio propuesto.
- Establecer una metodología para el levantamiento y análisis del entorno y del mercado en el sector norte de la ciudad de Quito que permita entender la oferta y demanda de productos vegetarianos de conveniencia.
- Definir una propuesta técnica, administrativa, legal, comercial, financiera que permita satisfacer las necesidades del mercado objetivo a partir de la producción y venta de productos de conveniencia por medio de alimentos vegetarianos procesados.

V. JUSTIFICACIÓN

La alimentación vegetariana abarca mucho más que el simple hecho de no consumir carne de animales por razones ya sean religiosas o éticas.

Muchas personas se han visto obligadas a adoptar este tipo de alimentación por motivos de salud, dado que el consumo excesivo de carnes trae consigo muchas enfermedades como la gota, problemas de hígado graso, colesterol entre otras. Por eso los doctores en este tipo de casos a más de los medicamentos sugieren que se complemente el tratamiento con una alimentación que esté libre de productos cárnicos.

Otra de las razones es que las personas que han optado por este tipo de alimentación de manera voluntaria no saben la gran cantidad de posibilidades que se tiene para realizar menús variados y se limitan al consumo de los mismos productos que a la larga genera rechazo y hace que este tipo de alimentación se vuelva difícil.

Con esta investigación lo que se quiere es facilitar la obtención de productos vegetarianos de conveniencia entre las personas que lo consumen, para que de esta forma no tengan tantos obstáculos al momento de implementar este tipo de dieta en su diario vivir y se cuente con una variedad de productos al momento de realizar las compras.

Los beneficiarios al final de esta investigación son aquellas personas que trabajaran con nosotros en todas las áreas que se implementara dentro del negocio, así como aquellas que han optado por implementar en su vida el consumo de productos vegetarianos y buscan mayor variedad de sabores para así poder combinarlos y que no se torne aburrida la forma de alimentarse.

Por tal motivo se propone la creación de una empresa especializada en la producción y venta de productos vegetarianos en la ciudad de Quito, para de esta forma brindar un lugar donde se pueda hacer mucho más fácil la implementación de esta dieta a nuestra vida diaria, con productos de buena calidad a precios accesible y sobre todo con una variedad de inventario, para así satisfacer a nuestros futuros clientes.

VI. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

VI.I. Tipos De Investigación

La metodología de la investigación tiene algunos campos de estudio, todos permiten llegar a un conocimiento de un tema a través de instrumentos o técnicas, entre los más comunes se encuentran el método de exploración y descripción, además de las investigaciones científica y empírica (Ramor, 2008).

Para el desarrollo del trabajo, se procederá a realizar una investigación descriptiva, que es la que permitirá que se obtengan datos desde el punto de vista de los consumidores.

V.II. Métodos de investigación

Dentro del trabajo los métodos aplicados serán los siguientes:

- **Método deductivo**

Según Bernal (2010) Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.

Con este método se va a obtener las conclusiones finales y la viabilidad del trabajo que se va a realizar, con el fin de demostrar que la idea propuesta es aplicable en la realidad.

- **Método analítico sintético**

Según Bernal (2010) Estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran esas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis).

Este método será aplicado para poder estudiar las variables que se estudiará dentro del trabajo de forma separada, para después unir las obteniendo un contexto global mucho más amplio y completo para así tener una visión mucho más amplia de todo lo que se requiere para que el proyecto tenga una buena viabilidad.

V.III. Técnicas de Investigación

- **Fuentes Secundarias**

Según Bernal (2010) Toda investigación implica acudir a este tipo de fuentes, que suministran información básica. Se encuentran en las bibliotecas y está contenida en

libros, periódicos y otros materiales documentales, como trabajos de grado, revistas especializadas, enciclopedias, diccionarios, anuarios, etc.

- **Encuestas**

Es una de las técnicas de recolección de información más usada, se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas (Bernal, 2010).

La encuesta será la principal forma de obtener información para conocer los gustos y necesidades de nuestros futuros clientes, para conocer qué se pueden ofertar en nuestro catálogo de productos para así satisfacer las necesidades del mercado objetivo al que se dirige el proyecto.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1.1. Generalidades de un establecimiento

Un establecimiento es el lugar donde se desarrolla una actividad de tipo comercial, en un establecimiento comercial no se realiza la producción de bienes o servicios, cuando se refiere a un establecimiento comercial es un sinónimo de un punto de venta (Quiroa, 2020).

1.2. Generalidades del Negocio

Un negocio es una actividad económica que tiene como fin obtener ganancias, a través de la venta o intercambio de productos o servicios para satisfacer necesidades (Roldán, 2017).

1.3. Concepto de pre factibilidad o plan de negocio

Según Varela (2008) en su libro Innovación Empresarial, puntualiza que un plan de negocios es un procedimiento para enunciar en forma clara y precisa los propósitos, ideas, conceptos, formas operativas, resultados y en resumen la visión del empresario sobre el proyecto; asegura que es un mecanismo de proyectar la empresa en el futuro, de prever dificultades y de identificar posibles soluciones a las coyunturas que pudiesen presentarse.

Según Beltrán (2011) el concepto de pre factibilidad como el estudio de la viabilidad de un proyecto a realizar.

Fernández Espinoza (2007) añade que en esta etapa se define con una mayor exactitud la ubicación del proyecto de acuerdo a las variables de localización.

1.4. Procesos para el desarrollo de un estudio técnico

Este estudio determina los requerimientos de equipos para empezar con la operación, el monto que implica, haciendo un análisis de las especificaciones técnicas de los mismos, se distribuirá dentro del espacio físico, determinando dimensiones, los análisis permiten cuantificar el número necesario de mano de obra por área y considerar la remuneración que deberán recibir, calculando los costos de operación. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008)

- a) Localización: La macro y micro localización debe definirse en función del mercado meta, la materia prima, así como la infraestructura disponible (Fernandez, 2007).
- b) Macro localización: Se evalúa el sitio que tengas las mejores condiciones dentro del país o en la ciudad.
- c) Micro localización: Determinación del punto preciso donde se encontrará la empresa y se distribuirá las instalaciones (Jerouchalmi, 2003).
- d) Recursos Técnicos: Son medios que usan la tecnología para conseguir un propósito. Pueden ser tangibles o intangibles. Son muy útiles dado que permiten realizar una gran cantidad de tareas (Enciclopedia Económica, 2019).
- e) Infraestructura: La infraestructura comprende un grupo de ingeniería, equipos e instalaciones, que forman una base para producir servicios (Perrotti & Sánchez, 2011).
- f) Recursos Humanos: Los recursos humanos hacen referencia a las personas que conforman la organización, desempeñando funciones determinadas (Chiavenato I. , 2011).
- g) Planeación Organizacional: Consiste en un proceso por medio del cual se definen los objetivos, estrategias y control de sistemas que buscan aumentar la eficiencia y el bienestar de una empresa basándose en estrategias planificadas (Mendoza, 2016)

- h) **Análisis de Puestos:** Se especifica el contenido del puesto, métodos y procedimientos de trabajo, responsabilidad y autoridad (Chiavenato I. , 2011).
- i) **Reclutamiento de Personal:** Se define como el conjunto de técnicas y procedimientos para captar candidatos que cuenten con calificación y estén capacitados para ocupar un lugar dentro de la organización (Chiavenato I. , 2011).
- j) **Selección de Personal:** Es utilizada para escoger entre los candidatos, aquel que tenga más probabilidad de adecuarse al puesto. La selección busca al más adecuado con la intención de aumentar la eficiencia tanto del personal como de la organización (Chiavenato I. , 2011)
- k) **Socialización y Capacitación de Personal:** Es un proceso educativo que tiene una duración corta que se aplica de forma organizada, por medio de las cuales se adquieren conocimientos, habilidades y competencias (Chiavenato I. , 2011).
- l) **Evaluación del Desempeño de Personal:** Consiste en una apreciación del desempeño de una persona dentro de sus puestos de trabajo y del potencial para desarrollarse. Es una evaluación para estimular o juzgar las cualidades de la persona (Chiavenato I. , 2011).
- m) **Remuneración:** Hace referencia a la recompensa que se recibe a cambio de realizar las tareas organizacionales. Se trata de un intercambio entre las personas y la empresa (Chiavenato I. , 2011).

1.5. Procesos para el desarrollo de una propuesta administrativa

Se encarga de la definición de la estructura organizacional del proyecto, desde la ejecución u operación. El diseño de una estructura organizativa para administrar contratos, compras, montaje de equipos, etc. (Córdova, 2009)

- a) Organización: Como lo indica consiste precisamente en organizar, estructurar e integrar todos los recursos en la ejecución de relaciones y competencias que tiene cada uno (Chiavenato I. , 2006)
- b) Planeación: Representa la principal función administrativa, define los objetivos que se desea alcanzar, como se los va a realizar, en que tiempo, de qué forma y en qué orden (Chiavenato I. , 2006).
- c) Dirección: Consiste en asignar a los integrantes a los cargos y funciones para de esta forma alcanzar las metas propuestas, disponiendo de los recursos humanos con el que cuenta la empresa (Chiavenato I. , 2006).
- d) Control: Tiene como finalidad garantizar los resultados del proceso administrativos se asemejen a los objetivos previamente establecidos. Este paso es fundamental, debido a que muestra si los objetivos se han cumplido o no (Chiavenato I. , 2006).

1.6. Procesos para el desarrollo de una estructura legal

1.6.1. Constitución de la República del Ecuador

Según La Constitución del Ecuador en su octava sección de trabajo y seguridad social en el artículo 33 dice:

El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008).

1.6.2. Plan Nacional del Buen Vivir

El Plan Nacional del Buen Vivir en el objetivo número 10 el cual habla de impulsar la Matriz Productiva, dice que la empresa a ser creada deberá impulsar la transformación al igual que la modernización de la matriz productiva, país generando a la producción nacional valor agregado, lo que permitiría fortalecer la economía popular y solidaria de las micro pequeñas y medianas empresas (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

1.6.3. Ministerio de Salud Pública

El Ministerio de Salud Pública, en el reglamento sanitario de etiquetado de aliñe nos procesados para el consumo humano en el capítulo 2, artículo 6 señala: “El Ministerio de Salud Pública a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) autorizará el etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano, conforme a lo dispuesto en la legislación sanitaria vigente” (Ministerio de Salud Pública, 2016).

1.6.4. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

Esta entidad otorga un permiso para toda persona natural o jurídica para la apertura de establecimientos, que estén sujetos a control y vigilancia sanitaria se lo realiza mediante una solicitud disponible en la página <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/> y requisitos escaneados por la persona que lo ha solicitado en el sistema de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). Una vez cancelado el pago en 72 horas se emitirá una factura y el permiso (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2015)

1.6.5. Licencia Única de Actividades Económicas

Es un documento que habilita cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito, el cual integra los permisos de informe de compatibilidad y uso de suelo (ICUS), permiso de funcionamiento de bomberos, permiso sanitario, identificación de la actividad económica, permiso ambiental, licencia única anual de funcionamiento de las actividades turísticas así como el permiso anual de funcionario no de la Intendencia General de Policía, esta licencia puede ser tramitada en la Administración Zonal más cercana al establecimiento llenando el debido formulario (Quito Turismo, 2009).

1.7. Proceso para el desarrollo de una propuesta comercial

Este proceso consiste en detallar elementos del producto o servicio como el precio, plazos, características técnicas entre otras (Nuño, 2017).

- a) Imagen Corporativa: Es la percepción que tiene los clientes sobre nuestra empresa o marca, esta percepción se hace en base de los atributos y beneficios que sirven para fomentar un vínculo que puede ser o no favorable. En conclusión, la imagen de marca es lo que la empresa significa para nuestro público (Neoattack, s.f.).
- b) Brand Equity o Valor de Marca: Diferenciación de la marca que tiene un efecto en el cliente al conocer el nombre del producto o su forma de ser comercializado (Kotler & Armstrong, 2012)
- c) Merchandising: Se puede decir que el Merchandising es la utilización de técnicas y estudios para incrementar las ventas además de la introducción de productos adaptándose a las necesidades del medio por medio de las presentaciones del mismo (Bastos, 2006)

- d) Benchmarking: Es un método por el cual se realiza un análisis del rendimiento para medir nuestros productos o servicios comparándolos con la competencia o con productos de la misma empresa (Ezquer & Casttellano, 2010)

1.7.1. Fundamentos para el desarrollo de Estrategias de Marketing Mix o comerciales

El desarrollo de la estrategia de marketing requiere disciplina y flexibilidad. Se deben desarrollar estrategias para el producto y los servicios de la organización (Kotler & Keller, 2012)

- Estrategias de Introducción al Mercado
 - Extensión de línea (marcas existentes)
 - Extensión de marca (marcas existentes)
 - Multimarcas (marcas nuevas)
 - Marcas nuevas

- Estrategias para el Producto físico y de servicios
 - Variedad
 - Calidad
 - Diseño
 - Características
 - Empaque

- Estrategias para el Precio
 - Valor para el cliente
 - Basada en los costos
 - Basada en la competencia

- Estrategias para la Plaza o Punto de Distribución
 - Ubicación
 - Transporte
 - Logística

- Estrategias para la Entorno o ambiente físico
 - Infraestructura externa e interna

- Estrategias para la Personas
 - Cultura organizacional
 - Marketing interno
 - Servicios postventa

- Estrategias para la Procesos
 - Orientada al proceso
 - Enfoque repetitivo
 - Orientada al producto

- Estrategias para la Promoción
 - Publicidad
 - Ventas personales
 - Promoción de ventas
 - Relaciones públicas

1.8. Procesos para el desarrollo de una evaluación de impactos

- Impactos Económicos

Sirven para calcular los beneficios y desventajas de inversiones que pueden ser en infraestructuras, organización o cualquier otra actividad que genere un impacto socioeconómico (PricewaterhouseCoopers, 2012)

- Impactos Sociales

Estos incluyen aspectos relacionados con un proyecto que afecta a personas de forma directa o indirectamente (Midgley, 2014)

- Impactos Ambientales

Se refiere en la transformación del medio ambiente, que puede ser provocado directa o indirectamente por actuación del hombre o de la naturaleza misma; por un proyecto o actividad en un lugar determinado (GRN, 2018).

- Impactos Culturales

Son cambios que ocurren por la introducción o aplicación de proyectos que generan nuevos hábitos o costumbres

1.9. Procesos para el desarrollo de una evaluación financiera

Se determina mediante indicadores financieros, si el proyecto a realizar es rentable o no, se debe estimar costos iniciales y de operación al igual que los ingresos (Fernandez, 2007).

1.9.1. Inversión total

Destinar recursos con la finalidad de conseguir beneficios de algún tipo (López, 2018)

- Activos fijos
 - Mobiliario
 - Maquinaria de producción
 - Menaje
 - Suministros de oficina y varios
 - Uniformes

- Adecuaciones
- Vehículos
- Terrenos
- Resumen de activos fijos
- Activos diferidos
 - Gastos de constitución
 - Publicidad
 - Capacitación al personal
 - Planos
 - Resumen de activos diferidos
- Capital de trabajo
 - Mano de obra
 - Suministros de limpieza
 - Servicios básicos
 - Gastos administrativos
 - Materia prima
- Resumen inversión total
- Financiamiento
- Amortizaciones
- Depreciaciones

1.10. Estados financieros proyectados

Muestran la contabilidad de la empresa y su estructura económica. En los estados financieros se reflejan las actividades que realiza la empresa durante un lapso de tiempo determinado (Sevilla, 2015).

- Estado situacional inicial (Balance General)
- Resumen de costos y gastos
- Estado de Resultados (Pérdidas y ganancias)
- Flujo de Caja

1.11. Evaluación financiera

Permite conocer, valorar y comparar los costos y beneficios con el fin de tomar decisiones que permitan generar valor (Ortega, s.f.).

- Flujo de caja neto
- VAN (Valor Actual Neto)
- TIR (Tasa Interna de Retorno)
- Punto de equilibrio
- Periodo de Recuperación del Capital (PRC)
- Relación costo beneficio (Razón B/C)

1.12. Vegetariano

La FAO, a través del Codex alimentario ha definido el termino vegetariano como:

Se entiende todo ingrediente multicelular derivado de plantas, algas, hongos y bacterias. Se excluye todo ingrediente de carne y productos pecuarios obtenidos de la matanza de un animal, tales como gelatina, grasas animales, caviar, huevas, etc., pero podrán incluirse la miel, los alimentos lácteos producidos sin utilizar productos secundarios de la matanza, así como los huevos sin fertilizar procedentes de animales vivos (FAO, 2000).

1.12.1. Tipos de vegetarianos

Dependiendo el prefijo que acompañe a la palabra puede determinar el tipo de alimentos que consumen, entre esos tenemos

- Lacto: significa que en la dieta vegetariana están incluidos la leche y los productos lácteos, pero están excluidos los productos preparados con cuajo animal (FAO, 2000).
- Ovo: significa que en la dieta vegetariana se incluyen los huevos no fertilizados (preferentemente de crianza al aire libre) y los productos derivados de los huevos (FAO, 2000).
- Melo: significa que la dieta vegetariana incluye la miel (FAO, 2000).
- Estricto: significa que en la dieta vegetariana se incluyen ingredientes multicelulares derivados de plantas, hongos, algas y bacterias, pero se excluye todo ingrediente o aditivo de origen animal. (En inglés, se podrá emplear el término “Vegan” en lugar del término “Strict vegetarian”) (FAO, 2000).

1.12.2. Productos de conveniencia

Son los bienes y servicios que el cliente suele consumir con frecuencia, de forma inmediata y con un esfuerzo mínimo de compra (Kotler & Armstrong, 2012).

1.12.3. Productos aptos para consumir en una dieta vegana

Una dieta vegetariana se compone principalmente de vegetales, frutas, legumbres, semillas y granos, sin contener ningún tipo de proteína vegetal, de ahí viene la necesidad de crear formas de innovar su presentación y sus sabores para que la alimentación no se torne monótona y se pueda jugar con los sabores y presentaciones de los alimentos.

Entre las nuevas formas que se presentan los productos son: tofu, tempeh, seitán, tahini, agar agar, algarroba, algas y leches hechas a base de productos vegetales.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y EL MERCADO

2.1. Localización

- Macro Localización: El presente estudio se localizará en Ecuador, región Sierra, provincia de Pichincha.
- Micro Localización: El proyecto se implementará en el cantón Quito, parroquia Ñaquito, sector Ñaquito.

Este lugar se escogió debido a la alta concurrencia de personas que existe en el sector, a más de su fácil acceso, tanto como para la materia prima como para los clientes que deseen adquirir los productos que se ofrecerá.

2.2. Características generales del sector

- Ubicación: Se encuentra ubicada al noroeste de la ciudad.
- Zonas: Se divide en varias zonas, el sector financiero ubicado en la avenida Amazonas, el sector empresarial en la avenida República De El Salvador, sector centros comerciales en la avenida Naciones Unidas, el parque La Carolina y el Estadio Olímpico Atahualpa.
- Vías de Acceso: Las principales vías de acceso son la avenida 10 de Agosto, avenida Naciones Unidas, avenida 6 de Diciembre, avenida Los Shyris y avenida Eloy Alfaro.
- Sitios Turísticos de Importancia: Los sitios turísticos más importantes de este lugar son el parque de La Carolina y los centros comerciales a su alrededor.
- Habitantes: El número de habitantes con el que cuenta el sector son 42 492 habitantes hasta el censo del 2010

2.3. Análisis del macro entorno

- Entorno Geográfico: El entorno geográfico en el que se encuentra permite tener facilidad de acceso dado que cuenta con vías que permiten el fácil acceso al lugar donde se planea realizar el estudio, a más de estar rodeado por edificios comerciales, de oficinas y viviendas lo que hacen que existan muchas más personas que transiten por el sector lo cual hace que tenga mayor concurrencia de clientes potenciales.
- Entorno Político- Económico –Legal: El entorno político dentro del que se encuentra es favorable, debido a que las políticas que tiene tanto el gobierno como el municipio ayudan a las pequeñas y grandes empresas para apoyar el desarrollo de la economía de la ciudad y el país.

Tomando en cuenta el entorno económico, actualmente se busca dinamizar y reactivar la economía después del duro golpe que se sufrió debido a la pandemia, por lo cual se realizó una rebaja a los impuestos y tasas de interés al realizar prestamos, con la finalidad de obtener ganancias que ingresen al país y a la ciudad para que de esta forma se reactive la economía y se pueda salir de la recesión económica y se creen nuevos empleos.

Actualmente las leyes que apoyan a los emprendimientos y pymes se fortalecen por parte del gobierno central y los gobiernos autónomos, tanto de las provincias como de los cantones, que buscan impulsar la industria.

- Entorno Demográfico: La parroquia de Ñaquito cuenta con una población total de 42 492 según el censo realizado en el 2010 y una densidad poblacional de 26,9 habitantes por kilómetro cuadrado.
- Entorno Social- Cultural: Dentro de la zona de estudio se puede encontrar distintas representaciones de cultura, tanto urbana como contemporánea, esta variedad es lo

que permite que se tenga una mayor posibilidad de obtener los resultados que se esperan de este estudio.

Ya que este establecimiento tiene un mercado que no solo se enfoca en personas vegetarianas sino también en todas las personas que deseen cuidar de su salud por medio de la alimentación permite que tenga una mayor acogida.

- Entorno Tecnológico: En vista de los nuevos avances que existen para realizar los procesos de fabricación y empaquetado, resulta muy útil contar con estos equipos que permitan mejorar la producción y calidad de los productos que se van a ofrecer, para que los clientes se sientan satisfechos de la calidad que van a recibir.

2.3.1. Conclusiones del macro entorno

Analizando todos los componentes del macro entorno se concluye que el establecimiento contara con muchas ventajas para poder operar de una forma efectiva, sin embargo, de debe tomar en cuenta algunas desventajas como la tecnología, que, a pesar de facilitar la producción, muchas veces los costos que manejan los equipos son demasiado altos para un emprendimiento que no cuenta con un capital suficiente y podría demorar el proceso de producción.

Tomando en cuenta todos estos puntos, el establecimiento puede aprovechar al máximo los beneficios que supone este análisis y usarlos a favor.

2.4. Análisis del micro entorno del lugar de estudio

- Rivalidad entre los Competidores (benchmarking): Se conoce como benchmarking a la acción de comparar los productos, servicios y procesos de nuestra empresa con lo de la competencia o compañías líderes en el mercado, para conocer qué es lo que debemos mejorar en nuestra calidad y desempeño (Kotler & Armstrong, 2012).

- Establecimientos que son Considerados Competencia directa

Tabla 1 Competencia Directa

	Nature's heart	Ecolove	Cordon Green	Vgano
Producto	Bebidas vegetales <ul style="list-style-type: none"> • Almendra • Almendra sin azúcar • Coco • Arroz • Soya 	Bebidas vegetales <ul style="list-style-type: none"> • Almendra • Almendra con vainilla Quesos vegetales <ul style="list-style-type: none"> • Cheddar • Holandés • Mozzarella • Mozzarella rallada • Crema Yogurt vegetal <ul style="list-style-type: none"> • Almendra • Frutos rojos • Coco • Avena • Avena maracuyá • Avena frutos rojos Sustitutos de carne <ul style="list-style-type: none"> • Hamburguesa • Albóndigas • Pizza hawaiana • Pizza margarita 	Sustitutos de carne <ul style="list-style-type: none"> • Salchichas (Quinoa, Soya, Chía) • Milanesa • Hamburguesa (Fréjol, Espinaca, Lenteja) • Medallón de quinoa • Fritada • Jamón • Chorizo 	Quesos vegetales <ul style="list-style-type: none"> • Crema • Mozzarella • Fresco (Almendra, Cashew) • Cheddar Sustitutos de carne <ul style="list-style-type: none"> • Falafel • Hamburguesa (Quinoa, Frejol) • Chorizo • Fritada • Pizza Aderezos <ul style="list-style-type: none"> • Humus
Precio	Entre \$3,00 a \$5,00	Entre \$3,00 a \$7,00	Entre \$3,00 a \$5,00	Entre \$5,00 a \$8,00
Plaza	Principales supermercados del país	Principales supermercados del país	Principales supermercados del país, ferias de productos vegetarianos y tiendas especializadas	Principales supermercados del país, ferias de productos vegetarianos y tiendas especializadas
Promoción	Muestras gratis en supermercados Vallas publicitarias Publicidad por redes sociales	Vallas publicitarias Muestras gratis en supermercados	Muestras gratis en ferias Publicidad en redes sociales	Muestras gratis en ferias Publicidad en redes sociales

Fuente: Estudio de campo

- Ingreso de Nuevos Competidores- Barrera de Entrada: Las barreras que se pueden encontrar al momento de intentar ingresar al mercado y los nuevos competidores son

dos de los principales elementos para poder medir la rentabilidad que va a tener el negocio para poder desarrollarse.

- Economías de Escala: Dentro del sector existen cadenas de supermercados que ofrecen productos vegetarianos a precios similares, por lo que la empresa se vería afectada, para que esto se convierta en una ventaja a favor se daría a conocer a la marca para que de esta forma se posicione dentro del mercado meta.
- Diferenciación del Producto: Esta barrera es más fácil de vencer, ya que nuestro producto será elaborado de forma manual, evitando así el uso de preservantes y para obtener un color adecuado se recurrirá a vegetales y hortalizas que permitan que se elimine el uso de colorantes de tipo alimenticios, para que el producto que se ofrezca sea lo más natural posible y así no tenga efectos secundarios en la salud de los consumidores.
- Necesidades de Capital: Las necesidades del capital dentro de una empresa la mayoría de las veces resultan una barrera debido al costo de las maquinarias que se necesitan para poder desarrollar los productos que se van a ofrecer
- Acceso a los Canales de Distribución: Los accesos que se encuentran en la ciudad son variados y tiene mucha facilidad para conseguir formas para que la materia prima pueda ingresar de forma sencilla y llegar a los consumidores, en vista de que este sector tiene mucha concurrencia por los centros comerciales y lugares de recreación que existen y que las personas visitan lo que permite dar a conocer la empresa.
- Desventajas de los Costos Independientemente del Tamaño de la Empresa: En la zona donde se realizará el estudio, existen cadenas de supermercados que expenden productos tanto vegetarianos como no vegetarianos, lo cual los

convierte en una competencia directa e indirecta y dado el tamaño de la empresa hace que sus costos sean mucho más bajos debido a que expenden los productos a nivel masivo, y la empresa que se propone es una pyme que aún no tiene la suficiente fuerza para competir con los costos de fabricación y expendio de los productos.

- Política del Gobierno: Con esta empresa se busca dar solución a la necesidad de comprar productos que permitan tener una alimentación más saludable, lo cual aporta al gobierno que busca por medio de leyes y políticas promocionar el consumo de productos saludables que permitan evitar las enfermedades catastróficas que se presentan por la mala alimentación. De igual forma la empresa aportaría con fuentes de trabajo lo cual es favorable ya que en el país hace falta emprendimientos y empresas que aporte fuentes de trabajo para poder impulsar la matriz productiva.
- Amenaza de Posibles Productos Sustitutos: Las amenazas que se pueden presentar son variadas, dado que este producto tiene cada vez más demanda dentro del mercado, sea por motivos culturales o por moda. Lo que se debería hacer para que esto se convierta en una ventaja a favor de la empresa seria realizar constantemente un seguimiento a los clientes y saber qué es lo que les llama más la atención e intentar adaptarlo hacia los productos que se ofrece.
- Diversidad de Competidores indirectos
 - Establecimientos que son Considerados Competencia Indirecta

Tabla 2 *Competencia Indirecta*

Establecimiento	Tipo de establecimiento
Sigma Alimentos	Distribuidor de productos cárnicos
Pronaca	Distribuidor de productos cárnicos
Federer	Distribuidor de productos cárnicos
Corporación favorita	Distribuidor de productos alimenticios y cárnicos
Corporación El Rosado	Distribuidor de productos alimenticios y cárnicos
Supermercados Santa María	Distribuidor de productos alimenticios y cárnicos
Tiendas Industriales Asociadas	Distribuidor de productos alimenticios y cárnicos
Coral Hipermercados	Distribuidor de productos alimenticios y cárnicos

Fuente: Estudio de campo

- Poder de Negociación de los Proveedores: Los proveedores son una parte muy importante dentro de la cadena de producción, dado que son ellos quienes nos proporcionan la materia prima para poder fabricar nuestros productos que luego serán comercializados. Se debe tener en cuenta la calidad de los productos que se va a obtener de ellos y los precios a los cuales se ofertan para que de esta forma nuestros costos de fabricación no sean elevados y no se vean reflejados en el producto final; es por eso que se debe tener una buena relación con ellos y manejar al menos tres proveedores de confianza para evitar que falte la materia prima en la empresa.
 - Concentración de Proveedores: Una vez que se tiene definido los productos que se va a lanzar al mercado, se procede a reconocer los proveedores que serán los que nos aporten la materia prima para producir los productos. En el caso de esta empresa, serán los agricultores quienes serán considerados como proveedores, dado que los productos son fabricados a base de granos y frutas que se producen dentro del país, lo cual sería mucho más favorable en vista de que en nuestro país existe una gran variedad de productos en cada época del año.
 - Importancia del Volumen para los Proveedores: Como se mencionó en el punto anterior, los productos que se van a usar son de producción nacional, y

si a eso le sumamos el hecho de que en nuestro país en cada época del año se produce diferentes tipos de frutas, verduras y granos, esto hace que los costos de cada producto sean más accesibles dependiendo de la fecha, lo cual debe ser aprovechado para que de esta manera los costos se mantengan estables y no ocurra una subida inesperada de precios.

- Diferenciación de Insumos: Dentro de la selección de los proveedores se debe tener en cuenta cuáles de ellos son los que más ventajas nos ofrecen y cuales permitirán que nuestros productos obtengan una diferenciación sobre los demás productos que ya existen en el mercado.
- Costo de Cambio: Para evitar que existan cambios en la materia prima, se debe establecer estándares mínimos que debe cumplir la materia prima para ser recibida y posteriormente ser transformada en producto finales, pero si por algún motivo se llega a tener que hacer una devolución de materia, se debe pactar con el proveedor que tanto se puede responsabilizar la empresa y el proveedor para que ninguno de los dos cargue con todo el costo que representa el cambio de la materia prima. En el caso de ser necesario un cambio de proveedor, se debe tomar en cuenta que esto no afecte demasiado al costo de producción y a la calidad del producto, es por eso que se debe tener identificados al menos tres proveedores que cumplan con las especificaciones tanto de calidad como de precio.
- Disponibilidad de Insumos Sustitutos: Los insumos que se utilizan en la elaboración de los productos son muy fáciles de conseguir, por lo tanto, no sería ninguna barrera el conseguir algún producto en el caso de que falte durante la producción.

- Impacto de los Insumos: El impacto que causarán los insumos serán agregarle valor al producto y diferenciarlo de los demás, y con esto se obtiene una ventaja dentro del mercado que nos permitirá entrar a competir con el producto y darlo a conocer de una forma más simple.
- Poder de negociación de los Clientes: Teniendo en cuenta el lugar donde se realiza el estudio se puede determinar que existe una variedad de posibles clientes que pueden desear adquirir nuestros productos. Este sector se encuentra rodeado de edificios y lugares de esparcimiento, donde la concurrencia de gente es alta, lo cual se percibe como posibles clientes que deseen comprar nuestros productos.
 - Concentración de Clientes: Mediante un estudio de mercado se definirá como aumentar la concentración de mercado por medio de la oferta de productos que resulten novedosos para el público y que capten su atención, lo cual permitirá tener una ventaja frente a los demás competidores de la zona.
 - Volumen de Compra: El volumen de compra juega un papel muy importante para la empresa, ya que si las ventas se realizan en cantidades grandes, esto permite que la empresa por otro lado obtenga beneficios de parte de los proveedores, dado que si el volumen de compra de materia prima se realiza en un volumen mayor se obtiene más beneficios como son descuentos o productos sin costo, lo que se refleja en más ganancias para la empresa.
 - Información Acerca del Proveedor: Antes de elegir un proveedor de cualquier tipo, se debe investigar entre las empresas que prestan estos servicios, cuál de ellas es la que mejor se adecua a nuestras necesidad y requerimientos para poder obtener un producto de excelente calidad, consultar referencias entre otros clientes de las mismas y tomar una decisión lo más acertada posible.

- Diferenciación: La empresa al contar con un estudio de mercado realizado previamente, tendrá las bases para poder identificar cuáles son los puntos más importantes para concentrarse y cambiar para que de esta forma los productos que se ofrecen, cumplan con las expectativas del consumidor y al mismo tiempo ofrezca un beneficio extra con relación a los demás competidores.
- Identificación de la Marca: La forma en que se diferenciara la marca se basará en la forma como se aprovecha ciertos vacíos que deje la competencia y que nos permita llenarlos con nuestros productos para que de esta forma las personas que buscan un producto diferente a los que se encuentran ya en el mercado, sepan que nuestra marca ofrece la solución que están buscando.

2.4.1. Conclusiones del micro entorno

Se debe determinar las fortalezas que se va a tener en torno a los demás competidores para que de esta manera la empresa pueda tener un crecimiento sólido, de igual manera tomar en cuenta las debilidades, observar que hacen los demás para poder afrontarlas de la mejor manera y que de esta forma la empresa llegue a ser sólida y competitiva dentro del mercado.

2.5. Análisis final de la oferta

- Oferta Actual

Tabla 3 *Oferta Actual*

Empresa	Producción	
	Mes	Año
Nature's heart	18 456 u	221 472 u
Ecolove	12 392 u	148 704 u
Cordon Green	10 768 u	129 216 u
Vgano	8 457 u	101 484 u
Total	50 073 u	600 876 u

Fuente: Estudio de campo

- Determinación de la Tasa de Crecimiento Individual de la Oferta Actual

Tabla 4 *Tasa de Crecimiento Individual de la Oferta Actual*

N	X	Y	XY	X ²
2016	1	394 235	394 235	1
2017	2	438 039	876 077	4
2018	3	486 710	1 460 129	9
2019	4	540 788	2 163 154	16
2020	5	600 876	3 004 380	25
Σ	10	2 460 647	7 897 974	55

Donde:

- Y= Oferta histórica
- X= Número de años correspondientes
- N= Universo del proyecto

Con los datos obtenidos se procede a proyectar la oferta en 5 años.

- Proyección de la Oferta Futura

Tabla 5 *Oferta Futura*

Oferta	Años(x)	Años
646 939	6	2021
698 542	7	2022
750 146	8	2023
801 749	9	2024
853 352	10	2025

2.6. Análisis de mercado

- Mercado y mercado meta: El mercado en el que se concentra es la ciudad de Quito, que se dividirá en segmentos más pequeños que son en los cuales nos enfocaremos. El mercado meta al que se quiere llegar es: personas que consuman productos de origen vegetal, vegetarianos y veganos que se encuentren en la ciudad de Quito, que es donde se planea establecer la empresa.
- Segmento de mercado u Objetivo de estudio: La empresa se centra en elaborar y comercializar productos vegetarianos en el sector norte de la ciudad de Quito.

En vista de que este producto puede ser consumido por cualquier tipo de persona sin distinción de edad se aplicara la encuesta en toda la ciudad.

- Cálculo de la muestra: Para el cálculo de la muestra se empleará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

- **n**= Tamaño de la muestra
- **Z**= Nivel de confianza
- **N**= Universo
- **p**= Probabilidad de que ocurra el evento
- **q**= Probabilidad de que no ocurra el evento
- **e**= Error de estimación

Remplazando los valores en la fórmula quedaría de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 2\ 239\ 191 * 0,5 * 0,5}{(0,5^2)(2\ 239\ 191) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$n=384$

- Instrumento de medición

Ver **Anexo 1** Encuesta

- Análisis de resultados:

Los resultados que se muestran se obtuvieron por medios de encuestas que fueron realizadas al número que se consiguió por medio del cálculo de la muestra en una población infinita, con el objetivo de conocer el nivel de aceptación de estos productos por parte de la población.

La encuesta que se aplicó consta de 20 preguntas divididas de acuerdo a los parámetros de: aspectos demográficos, producto, precio, plaza y promoción.

La aplicación de la encuesta se realizó entre el 13 de agosto de 2021 hasta el 28 de agosto del 2021.

Todas las encuestas que fueron aplicadas se tuvieron en cuenta, dado que las personas encuestadas no tuvieron ningún inconveniente al momento de proceder a responder el cuestionario, debido a que se tuvo en consideración que el lenguaje que se usó en la encuesta se lo más fácil de entender y que las indicaciones de llenado sean claras para que de esta forma se obtenga el 100% de encuestados.

- Tabulación e interpretación

Pregunta 1

¿Cuál es su género?

Tabla 6 Género

	Cantidad	Porcentaje
Femenino	207	53.9%
Masculino	177	46.1%
Prefiero no decirlo	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

Según los datos obtenidos, se observa que existe una ligera mayoría en el género femenino, lo cual se debe tomar en consideración al momento de realizar cualquier tipo de promoción de ventas.

Pregunta 2

Indique su rango de edad

Tabla 6 Edad

	Cantidad	Porcentaje
De 20 a 24 años	173	45,1%
De 25 a 29 años	143	37,3%
De 30 a 34 años	38	9,8%
De 35 a 39 años	4	1%
De 40 a 44 años	4	1%
De 45 a 49 años	4	1%
De 50 a 54 años	11	2,9%
De 55 a 59 años	0	0%
Más de 60 años	8	2%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

Los datos muestran que los posibles clientes se encuentran en los rangos de edad entre 20 a 29 años, esto nos ayuda a saber qué tipo de campañas y por qué medios se puede llegar a ellos para que conozcan y consuman nuestros productos.

Pregunta 3

Sector donde vive

Tabla 7 Sector donde vive

	Cantidad	Porcentaje
Norte	207	53.9%
Centro	19	4.9%
Sur	71	18.6%
Valle de Tumbaco	19	4.9%
Valle de los Chillos	30	7.8%
No vivo en Quito	38	9.8%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

En el gráfico podemos observar que más de la mitad de las personas encuestadas viven en el sector norte de la ciudad, lo cual es muy favorable dado que el proyecto se va a desarrollar en esta parte de la ciudad y tendría una mayor facilidad para que los compradores puedan acceder al producto que se oferta.

Pregunta 4

¿Usted es vegetariano?

Tabla 8 *Cultura vegetariana*

	Cantidad	Porcentaje
Si	369	96.1%
No	15	3.9%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

Se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas no son vegetarianas, lo cual puede generar un problema debido a que pueden rechazar el producto por el hecho de considerar que los productos no están hechos para sus gustos o creencias, se debe tomar acción y mostrar que este tipo de productos no son exclusivamente para personas vegetarianas, sino para todas las personas que deseen consumir un producto sano y natural a base de granos.

Pregunta 5

¿Usted conoce o ha consumido algunos productos vegetarianos como bebidas vegetales, sustitutos de carne, sustitutos de queso o embutidos a base de granos?

Tabla 9 *Productos de preferencia*

	Cantidad	Porcentaje
Si	245	63.7%
No	139	36.3%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

La mayoría de personas conoce o consume estos productos, lo cual contrasta con el resultado obtenido en la pregunta anterior, esto es un punto a favor que se debe aprovechar, dado que si la gente ya conoce los productos los haga consumir y aquellos que ya lo consumen que incrementen el consumo al presentar mayores beneficios que se ofrecerá con nuestros productos, lo cual hará que aumente la demanda de nuestros productos y esto haga que se aumente el número de personas interesadas en consumir y

probar los nuevos sabores y presentaciones en las que podrán encontrar sus productos de preferencia.

Pregunta 6

¿Qué tan satisfecho esta con la calidad y el precio de los productos vegetarianos (bebidas vegetales, quesos, salsas y aderezos) que actualmente se ofertan en el mercado?

Tabla 10 *Satisfacción*

	Cantidad	Porcentaje
Muy satisfecho	4	5.8%
Satisfecho	13	18.8%
Normal	29	42%
Poco satisfecho	21	30.4%
Nada satisfecho	2	2.9%
Total	69	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

Las personas opinaron que se sienten normal con relación a la calidad y el precio de los productos que se ofertan, lo que se espera es superar las expectativas que ya se tiene como base y elevarla para que se sientan mucho mejor con la oferta de productos que se va a proponer por medio del presente proyecto.

Pregunta 7

¿Dónde compra este tipo de producto?

Tabla 11 *Lugar de compra*

	Cantidad	Porcentaje
Supermercados	167	68.1%
Tienda de barrio	7	2.9%
Tiendas en centros comerciales	21	8.7%
Tiendas especializadas	50	20.3%
A domicilio	0	0%
Total	245	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

La mayoría optaría por conseguir los productos que se van a ofertar en supermercados, es el lugar más común donde se encuentran establecidas las marcas ya existentes, así que sería el lugar más óptimo para promocionarlos, y también ofrecerlos en otros tipos de servicios, como a domicilio, para facilitar la adquisición de los mismos.

Pregunta 8

De considerar consumir este tipo de producto, ¿Qué variedades le gustaría comprar y consumir?

Tabla 12 *Variedad de productos*

	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
	Si		No	
Masa para pizza de coliflor	117	30.5%	267	69.5%
Masa para pizza de verde	282	73.4%	102	26.6%
Salchichas de soya	192	50%	192	50%
Salchichas de quinua	215	56%	169	44%
Salchichas de seitán	109	28.4%	275	71.6%
Salchichas de champiñones	282	73.4%	102	26.6%
Hamburguesas de Seitán	162	42.2%	222	57.8%
Hamburguesas de frejol	264	68.8%	120	31.3%
Hamburguesas de quinua	256	66.7%	128	33.3%
Hamburguesa de chocho	226	58.9%	158	41.1%
Alitas BBQ de coliflor	143	37.2%	241	62.8%
Fritada de seitán	132	34.4%	252	65.6%
Leche de chocho	166	43.2%	218	56.8%
Leche de almendra	305	79.4%	79	20.6%
Leche de soya	233	60.7%	151	39.3%
Leche de coco	316	82.3%	68	17.7%
Yogurt de almendra	324	84.4%	60	15.6%
Yogurt de soya	233	60.7%	151	39.3%
Yogurt de avena	305	79.4%	79	20.6%
Queso tipo cheddar	290	75.5%	94	24.5%
Queso tipo mozzarella	328	85.4%	56	14.6%
Queso tipo crema	290	75.5%	94	24.5%
Crema vegetariana	222	57.8%	162	42.2%
Tahini	222	57.8%	162	42.2%
Humus	256	66.7%	128	33.3%
Mayonesa vegetariana	267	69.5%	117	30.5%

Fuente: Encuesta

Análisis

De 26 productos ofertados, entre bebidas, aderezos, sustitutos de carne y quesos, existieron 6 productos que fueron rechazados por los encuestados, manifestando que no los comprarían, estos productos fueron la masa de pizza hecha a base de coliflor, salchichas de seitán, hamburguesas de seitán, alitas BBQ de coliflor, fritada de seitán y leche de chocho. Por los que se considera el eliminarlos de la cartera de productos que se ofrecerá, dado que sería un costo de producción innecesario en el que se incurriría y al final no dará ningún tipo de rédito económico lo cual sería una pérdida para la empresa al no tener salida de producto y el posible daño del mismo.

Pregunta 9

De la siguiente lista de nombres, ¿Cuál es el que más le agrada para esta gama de productos vegetarianos?

Tabla 13 *Nombre de la marca*

	Cantidad	Porcentaje
Veggie's food	128	33.3%
Terra verde	124	32.4%
Ecoproducts	38	9.8%
Kay pacha	45	11.8%
Miski mikuna	38	9.8%
Allpa charik	11	2.9%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

El nombre de la marca que más gusto a los encuestados fue Veggie's food con una pequeña ventaja, seguido por Terra verde que está por debajo con un punto porcentual menos, se podría considerar una de las dos opciones para ser el nombre de la marca debido a su gran aceptación dentro de los clientes potenciales de los productos.

Pregunta 10

¿Qué tipo de empaque considera el más adecuado para distribuir embutidos, sustitutos de carne y quesos vegetarianos?

Tabla 14 *Empaque sustitutos de carne*

	Cantidad	Porcentaje
Empaque al vacío	200	52%
Cartón reciclable	94	24.5%
Tarrina biodegradable	90	23.5%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

El empaque que prefieren los encuestados es el empaque al vacío por ser la forma de presentación más común en este tipo de productos.

Pregunta 11

¿Qué tipo de empaque considera el más adecuado para distribuir bebidas vegetales?

Tabla 15 *Empaque bebidas*

	Cantidad	Porcentaje
Botella de vidrio	136	35.3%
Tetra pack	106	27.5%
Plástico biodegradable	143	37.3%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

Las botellas de plástico fueron las mejor aceptadas por los encuestados, así que será el tipo de empaque por el que optará para el envase de bebidas de la marca.

Pregunta 12

En el caso de los embutidos, sustitutos de carnes y quesos vegetarianos, ¿Qué presentación considera que sería la más adecuada para el producto?

Tabla 16 *Tamaño de presentación sustitutos de carne*

	Cantidad	Porcentaje
Pequeña (100g)	177	46.1%
Mediana (250g)	173	45.1%
Grande (500g)	34	8.8%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

El tamaño más aceptado fue el pequeño de 100g, muy a la par del mediano, lo cual indica que estos dos se pueden sacar al mercado y observar cual es el que mejor se acepta.

Pregunta 13

En el caso de bebidas vegetales ¿Qué presentación considera que sería la más adecuada para este tipo de producto?

Tabla 17 *Tamaño de presentación bebidas vegetales*

	Cantidad	Porcentaje
Pequeña (200ml)	151	39.2%
Mediana (600ml)	177	46.1%
Grande (1000ml)	56	14.7%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

Las bebidas se ofertarán en tamaño mediano con un contenido de 600ml, esta presentación será la primera que se lance al mercado de acuerdo con las preferencias de los futuros clientes.

Pregunta 14

¿Cuánto está dispuesto a pagar por un producto vegetariano?

Tabla 18 *Pago*

	Cantidad	Porcentaje
De \$2,00 a \$3,99	218	56.8%
De \$4,00 a \$5,99	143	37.3%
De \$6,00 a \$7,99	23	5.9%
De \$8,00 en adelante	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

De acuerdo con los encuestados, el rango de precios seleccionado fue entre \$2,00 a \$3,99, se considera un precio accesible y se tiene que procurar que los precios de venta oscilen entre estos.

Pregunta 15

¿Qué tipo de promoción de venta le gustaría recibir por la compra de 3 o más productos vegetarianos de esta marca?

Tabla 19 *Promoción de venta*

	Cantidad	Porcentaje
Bolso ecológico	184	48%
Botellas para agua	71	18.6%
Contenedores de comida	98	25.5%
Sorbetes reusables	30	7.8%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

Los bolsos ecológicos fueron los más aceptados dentro de esta pregunta, son una forma muy eco amigable y se une mucho a los principios que se quiere fomentar con la marca.

Pregunta 16

¿Cómo prefiere realizar los pagos de su compra, si este producto se vendiera a domicilio?

Tabla 20 *Forma de pago*

	Cantidad	Porcentaje
Efectivo	132	34.3%
Tarjeta de débito o crédito	143	37.3%
Transferencias bancarias	109	28.4%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

En la actualidad se recurre mucho a las formas de pago electrónicas en las que el dinero en efectivo como tal ya no es necesario y ha sido reemplazado por tarjetas y

transferencias, dada la situación actual, es más seguro pagar las facturas y cuentas con la tarjeta de crédito o débito que con billetes y monedas que causan inseguridad, así que se contara con este servicio que es el más aceptado por los futuros clientes que respondieron la encuesta.

Pregunta 17

¿Cómo le gustaría recibir publicidad de este tipo de productos?

Tabla 21 *Publicidad*

	Cantidad	Porcentaje
Redes Sociales de la marca (Facebook, Instagram)	267	69.6%
Página web de la marca	15	3.9%
Vallas publicitarias	11	2.9%
Correo electrónico por parte de la marca	8	2.1%
Mensajes de texto por parte de la marca (vía WhatsApp o Telegram)	15	3.9%
Publicidad por parte de los supermercados	38	9.8%
Videos promocionales	30	7.8%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

En la actualidad la forma más rápida y eficaz de contactar con los clientes y los posibles clientes es por medio de redes sociales, se dedica mucho tiempo a esta actividad y tienen un gran alcance entre las personas.

Pregunta 18

¿Qué tipo de información le gustaría recibir sobre este tipo de producto?

Tabla 22 *Información del producto*

	Cantidad	Porcentaje
¿Qué es la comida vegetariana?	30	7.8%
Tipos de comida vegetariana	75	19.6%
Aportes nutriciones	102	26.5%
Recetas y preparaciones con productos vegetarianos	169	44.1%
¿Cómo se hace la comida vegetariana?	8	2%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

En vista de ser un producto que no muchas personas han consumido con regularidad, es normal tener dudas sobre cómo se preparan, así que por parte de la marca ofrecer recetas que contengan nuestros productos ayudaran a que las personas conozcan sobre las formas d usar el producto y vean que no solo es para un escaso grupo de personas, sino que todos lo pueden usar y disfrutar del sabor.

Pregunta 19

¿Cómo le gustaría comprar este producto?

Tabla 23 *¿Cómo le gustaría comprar este producto?*

	Cantidad	Porcentaje
Supermercados	263	68.6%
Tienda de barrio	38	9.8%
Tiendas en centros comerciales	11	2.9%
Tiendas especializadas	38	9.8%
A domicilio	34	8.8%
Total	384	100%

Análisis

El lugar que más se eligió fue el supermercado, aquí siempre se compran este tipo de productos de conveniencia y por ende es el más adecuado, para promocionarse y dar a conocer la marca es el mejor lugar que se puede optar.

A este lugar acuden personas de toda edad y género, lo que facilitaría la entrada del producto hacia los consumidores.

Pregunta 20

Califique su decisión de compra sobre estos tipos de productos donde 5 sería que definitivamente sí compraría, y 1 que nunca compraría

Tabla 24 *Decisión de compra*

	Cantidad	Porcentaje
1	4	1%
2	23	5.9%
3	139	36.3%
4	151	39.2%
5	68	17.6%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Análisis

La encuesta nos muestra que un 39,2% está dispuesto a comprar este tipo de productos, seguido de un 36,3% que definitivamente lo harían, lo que hace que el mercado potencial de clientes se encuentre casi en tres tercios de las personas a las que se realizó esta encuesta.

2.7. Análisis final de la demanda

- Demanda Histórica

Tabla 25 *Demanda Histórica*

Población		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		2 507 894	2 552 678	2 597 462	2 642 245	2 687 029
Personas que comprarían productos vegetarianos						
Si	63.7%	1 597 528	1 626 056	1 654 583	1 683 110	1 711 638
No	36.3%	910 365	926 622	942 879	959 135	975 392
Total de personas						
Demanda histórica anual		19 170 341	19 512 669	19 854 996	20 197 324	20 539 651
		2016	2017	2018	2019	2020

Fuente: Encuesta

- Determinación de la Tasa de Crecimiento Individual de la Demanda Histórica

Tabla 26 *Determinación de la Tasa de Crecimiento Individual de la Demanda Histórica*

N	X	Y	XY	X²
2016	1	19 170 341	19 170 341	1
2017	2	19 512 669	39 025 338	4
2018	3	19 854 996	59 564 988	9
2019	4	20 197 324	80 789 296	16
2020	5	20 539 651	102 698 255	25
Σ	15	99 274 981	301 248 218	55

Donde:

- **Y**= Demanda histórica

- **X**= Número de años correspondientes
- **N**= Universo del proyecto

Con los datos obtenidos se procede a proyectar la demanda en 5 años.

- Proyección Demanda Futura

Tabla 27 *Proyección de la demanda futura*

Demanda	Años(x)	Años
20 881 979	6	2021
21 224 306	7	2022
21 566 634	8	2023
21 908 961	9	2024
22 251 289	10	2025

2.8. Análisis de la oferta vs la demanda

- Balance Demanda Oferta

Tabla 28 *Balance Demanda Oferta*

Años	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2021	646 939	20 881 979	20 235 040
2022	698 542	21 224 306	20 525 764
2023	750 146	21 566 634	20 816 488
2024	801 749	21 908 961	21 107 212
2025	853 352	22 251 289	21 397 937

- Cálculo de la demanda insatisfecha

Tabla 29 *Cálculo de la demanda insatisfecha*

Demanda actual	20 539 651
Oferta actual	600 876
Demanda insatisfecha	19 938 775

2.9. Conclusiones generales del capítulo

Analizando todos los elementos estudiados en este capítulo ha permitido tener una visión mucho más amplia del mercado objetivo al cual se quiere llegar, tomando en cuenta

los gustos, deseos y necesidades que tiene este mercado insatisfecho, demostrando que el proyecto que se presenta es factible para ser implementado en la zona norte de la ciudad de Quito.

Este mercado se encuentra en crecimiento ya que cada vez son más las personas que optan por un tipo de alimentación saludable que se complementa con un sabor único, y es ahí donde está la nueva oportunidad de negocio y un mercado en expansión aparece, dado que no solo se limita a personas vegetarianas o veganas del sector, sino por quienes optan por cualquier otro tipo de alimentación en todo el país cuidando su salud.

CAPITULO III

3. PROPUESTA

3.1. Idea de negocio

La idea de negocio es la creación de una empresa especializada en la producción y venta de productos vegetarianos en el sector norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha.

3.1.1. Propuesta y estructura Administrativa Organizacional

3.1.2. Planeación estratégica

- Visión: Ser reconocidos como una empresa líder dentro del mercado, innovando con productos saludables de calidad.
- Misión: Ofrecer productos saludables, deliciosos, asequible y sin químicos que ayuden a reemplazar las proteínas de origen animal en la alimentación de las personas.
- Objetivos empresariales
- Objetivo general

Elaborar y comercializar productos vegetarianos, para sustituir el consumo de origen animal, satisfaciendo las necesidades de los consumidores y creando rentabilidad

- Objetivos específicos

Distribuir productos de alta calidad que cumplan con todos los requerimientos sanitarios, con precios asequibles.

Aportar al consumo de proteínas de origen vegetal con productos innovadores para los consumidores.

Crear un modelo de negocio rentable, cuidando la salud y el medio ambiente.

- Valores corporativos
- **Respeto:** se debe mostrar respeto tanto con los compañeros de trabajo como con los clientes.
- **Responsabilidad:** cumplir con todas las normas que se deben aplicar para cuidar a nuestros trabajadores, clientes y el medio ambiente.
- **Eficiencia:** cumplir con los objetivos optimizando los recursos para satisfacer a los clientes.

3.1.3. Dirección Estratégica

- **Políticas internas**

- a. **Política para manejo de personal**

- Proceso para el Análisis de Puestos: Se debe crear el perfil de la persona que se considera más óptima para ocupar el puesto, considerando sus aptitudes y habilidades, para de esta manera poder cubrir todas las responsabilidades que requiere el puesto a ocupar.
 - Proceso para Reclutamiento del Personal: El proceso se realizará publicando las vacantes existentes en las redes sociales de la empresa, bolsas de trabajo y en la prensa para obtener la difusión necesaria y llegar a más personas que estén dispuestas a ser parte del equipo
 - Proceso para Selección del Personal: Una vez se haya realizado el reclutamiento se procede a verificar la información recolectada y se entrevistara a los candidatos que mejor se ajusten al perfil que se desea, con esto se busca obtener un personal que aporte con sus capacidades y conocimiento al crecimiento de la empresa.

- Proceso para renunciaciones y despidos: La renuncia del empleado por diferentes causas será aceptada por medio de una renuncia formal en la que se indiquen los motivos por los cuales se desea abandonar la empresa. En cuanto a los despidos, se comunicará al empleado por medio de un memorándum las razones por las cuales la empresa desea prescindir de sus servicios, ya sea por falta de recursos, faltas cometidas por el empleado o por actos de indisciplina.

b. Políticas de sueldos, salarios, compensaciones e incentivos

Los sueldos y salarios que recibirán los empleados estarán basados en lo que indica el código de trabajo vigente, siendo el sueldo mínimo lo que se percibirá o llegando a un acuerdo con el mismo, esto quedará reflejado en un rol de trabajo que se entregará al final del mes.

Las compensaciones e incentivos que se ofrecerá a los empleados serán otorgados por medio de políticas internas que se establecerán en la empresa.

c. Políticas de capacitación

- Capacitación: Una vez terminado el proceso de selección, los candidatos que han sido elegidos, pasarán a la sociabilización de sus funciones dentro de la empresa, los horarios, el uso de las instalaciones y equipos, entre otros, para que de esta manera el personal pueda realizar sus funciones de manera sencilla.
- Evaluación del Desempeño: Se llevará a cabo la evaluación tomando en cuenta la eficiencia y eficacia con la que se llevó a cabo las tareas asignadas a cada empleado y de forma colectiva, tomando en cuenta su aporte para el crecimiento tanto personal como de la empresa.

d. Políticas de uso de uniforme

- El uso del uniforme de trabajo dentro de las instalaciones será obligatorio.
- Debe estar siempre limpio y completo para poder empezar sus labores, en caso de no cumplir con esta orden se procederá a sancionar al empleado.
- El uniforme será entregado de forma gratuita.
- Llevar el cabello recogido.

e. Políticas para vacaciones y permisos

Las vacaciones serán otorgadas de acuerdo a lo que se establece en el código de trabajo vigente, el cual indica que las vacaciones se harán efectivas al primer año y en un tiempo establecido de 15 hasta 30 días, de acuerdo a los años de trabajo.

Los permisos se considerarán dependiendo de la situación que presente el trabajador.

f. Políticas de negociación con proveedores

- Solo el dueño del establecimiento podrá realizar algún tipo de acuerdo con los proveedores.
- La base de datos de proveedores se realizará en base a un estudio previo del mercado.
- Los precios y formas de pago serán acordadas con anterioridad y no se pueden cambiar en el último minuto.

g. Políticas generales de la empresa

- Se prohíben las visitas en horas de trabajo.
- Los celulares se mantendrán apagados en las horas de trabajo, quien incumpla será sancionado.
- Cumplir con el horario de trabajo establecido

- El empleado deberá estar 10 minutos antes en el establecimiento para evitar retrasos, en caso de presentarse algún imprevisto, deberá justificarlo con pruebas.
- Se prohíbe el consumo de bebidas alcohólicas, cigarrillos de cualquier tipo y sustancias estupefacientes durante la jornada laboral.
- En caso de que el empleado asista bajo el efecto de alguna sustancia, se le prohibirá el ingreso y se descontará ese día de su sueldo, en caso de reincidir en la falta, se prescindirá de sus servicios.

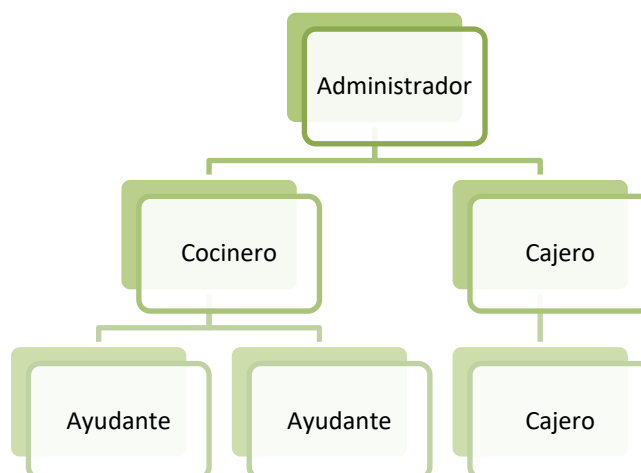
3.2. Organización empresarial

3.2.1. Estructura Organizacional

- Organigrama estructural



- Organigrama funcional



3.2.2. Desarrollo de la Nómina del Personal

Tabla 30 *Nomina del personal*

Nómina del personal		
Departamento	Cargo	Cantidad
Administración	Administrador	1
Producción	Cocinero	1
Producción	Ayudante	2
Ventas	Cajero	2

3.2.3. Funciones del personal

- Administrador
 - ✓ Supervisar el correcto funcionamiento de todas las áreas del establecimiento.
 - ✓ Organizar las funciones del personal.
 - ✓ Encargado de recursos humanos.
 - ✓ Elaborar horarios del personal.
 - ✓ Recepción de facturas y órdenes de compra para los proveedores.
 - ✓ Verificación de materia prima.
 - ✓ Elaboración de roles de pago y contratos del personal.
 - ✓ Encargado de la contabilidad de la empresa.
- Cocinero
 - ✓ Elaboración de las mezclas para los productos.
 - ✓ Elaborar el producto final.
 - ✓ Preparar el mise en place de la materia prima.
 - ✓ Realizar el inventario de productos.
 - ✓ Crear la hoja de pedido para los proveedores.
 - ✓ Recepción de materia prima.
 - ✓ Controlar y realizar la limpieza del lugar de trabajo.

- Ayudante
 - ✓ Elaboración de las mezclas para los productos.
 - ✓ Elaborar el producto final.
 - ✓ Limpiar el área de trabajo.
 - ✓ Lavar los utensilios usados en el proceso.
- Cajero
 - ✓ Cobro de productos a los clientes.
 - ✓ Control de facturas
 - ✓ Cierre de caja.
 - ✓ Promocionar productos.
 - ✓ Asistente de administración, en caso de ser necesario.
 - ✓ Atender a los clientes.
 - ✓ Informar de nuevos productos, promociones y descuentos.
 - ✓ Empacar los productos que haya vendido.
 - ✓ Acomodar los estantes con productos de acuerdo a como se vayan vaciando.
 - ✓ Limpiar el lugar de trabajo.

3.2.4. Planeación Organizacional del personal (Horarios)

Los horarios que se presentan fueron elaborados en razón de 40 horas de trabajo semanal con una hora de almuerzo en la jornada.

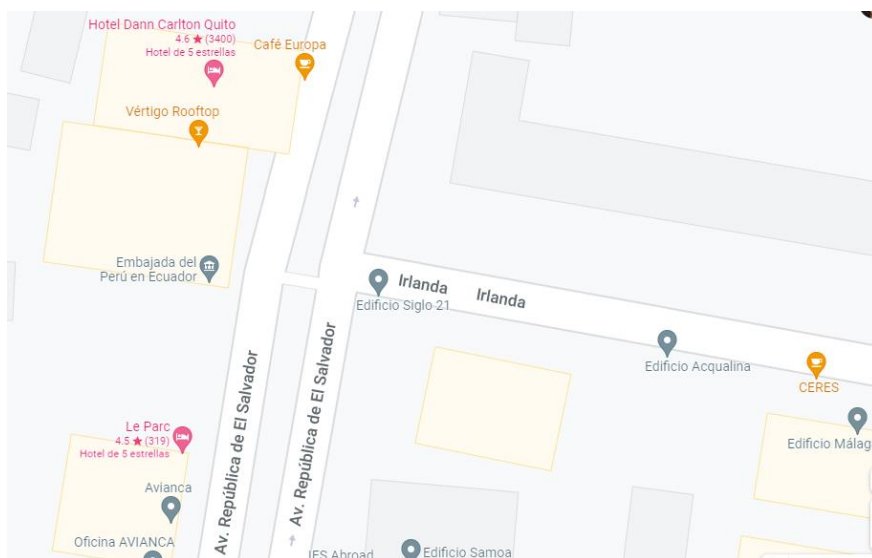
Semana 1	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Administrador	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm		
Cocinero	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm		
Ayudante 1	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm		
Ayudante 2		9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	
Cajero 1	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm		
Cajero 2		9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	

Semana 2	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Administrador	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm		
Cocinero	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm		
Ayudante 1		9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	
Ayudante 2	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm		
Cajero 1		9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	
Cajero 2	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm	9:30am-6:30pm		

3.3. Propuesta Técnica

- Macro Localización: El presente proyecto se desarrollará en Ecuador, región Sierra, provincia de Pichincha, cantón Quito, parroquia Ñaquito.
- Micro Localización: El establecimiento se ubicará en el sector La Carolina, en la Avenida República de El Salvador e Irlanda.

Gráfico 1 *Micro localización*



Fuente: (Google maps, 2020)

3.3.1. Recursos Técnicos

- Infraestructura y estructura: El lugar donde se planea implementar el negocio será un local comercial, en el cual se implementarán las distintas áreas de funcionamiento que son: área de producción, área de bodega, área de empleados, área administrativa y por último el local donde se exhibirán y venderán los productos.
- Plano del Establecimiento

Gráfico 2 *Plano del establecimiento*



- Capacidad Instalada

La capacidad instalada se conoce como el máximo de producción que se puede obtener de acuerdo a los recursos de la empresa.

En este caso los productos que se ofertan son solo productos para llevar, por lo tanto, no se cuenta con mesas o sillas.

El establecimiento tomara en cuenta la capacidad de producción que tiene la competencia que es el mejor referente con el que se cuenta.

- Según el área: equipos, mobiliario y menaje
 - Área Administrativa

Tabla 31 *Mobiliario*

Mobiliario	
Descripción	Cantidad
Escritorio	1
Silla de escritorio	1
Silla	1

Tabla 32 *Equipo de oficina*

Equipo de oficina	
Descripción	Cantidad

Computadora	1
Teléfono	1
Impresora	1
Software para A&B	1

Tabla 33 *Suministros de oficina*

Suministros de oficina	
Descripción	Cantidad
Resmas de papel 500 hojas	1
Caja de esferos	1
Perforadora	1
Grapadora	1
Carpetas	5
Archivador	5
Caja de clip	1
Caja de grapas	1
Tijeras	1
Tinta de impresora	2

- Área De Ventas

Tabla 34 *Mobiliario*

Mobiliario	
Descripción	Cantidad
Mostrador	1
Estantería de madera	1
Mesa	1

Tabla 35 *Equipo*

Equipo	
Descripción	Cantidad
POS	1
Software POS	1
Sistema de seguridad	1
Frigorífico	3

- Área De Producción

Tabla 36 *Menaje de producción*

Menaje	
Descripción	Cantidad

Cuchillos	4
Batidor de mano	2
Bowls pequeños	12
Bowls grandes	12
Cucharones	3
Espátulas de goma	3
Ollas	4
Ollas de presión	4
Tabla de picar	6
Colador	4
Mesas de trabajo	3
Lavaplatos	1
Moldes para queso	4
Chuspa	4
Estantería	3
Fundas para empaque al vacío (paquete)	4

Tabla 37 Equipos

Equipos	
Descripción	Cantidad
Balanza	2
Campana extractora	1
Cocina industrial	1
Batidora	2
Licuada	3
Horno	1
Procesador de alimentos	2
Embutidora	1
Refrigeradora	2
Empacadora al vacío	1

Tabla 38 Suministros de cocina

Suministros de cocina	
Descripción	Cantidad
Desinfectante	2
Jabón líquido de manos	2
Lavavajilla	2
Escoba	2
Trapeador	2
Esponja de platos	3
Fundas de basura (paquete)	3
Pala de basura	2
Basurero	2
Papel higiénico industrial	4
Toallas para manos (rollo)	3
Papel de cocina	2

- Uniformes del Personal

Tabla 39 *Uniforme del personal*

Uniforme	
Descripción	Cantidad
Camiseta con el logo de la empresa	5
Delantal	3
Mallas de cabello (caja)	1

- Procesos de producción

Gráfico 3 *Proceso de Producción*

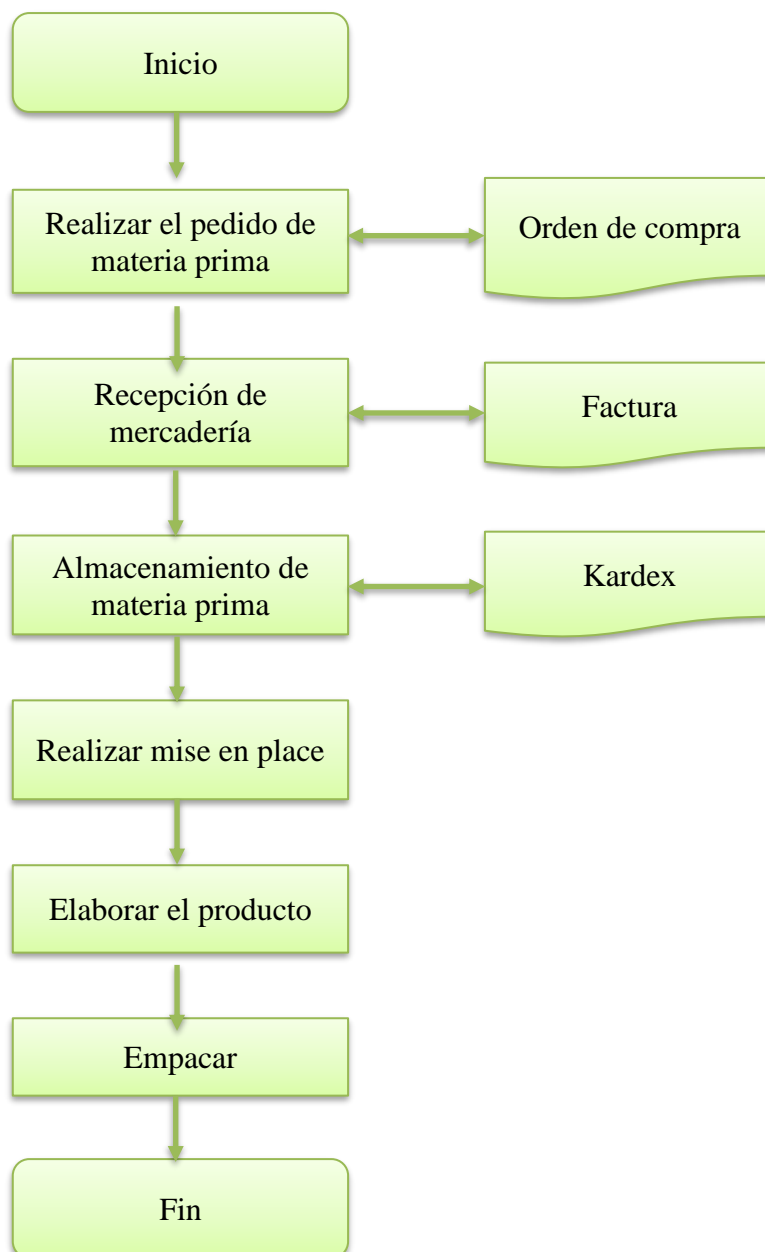
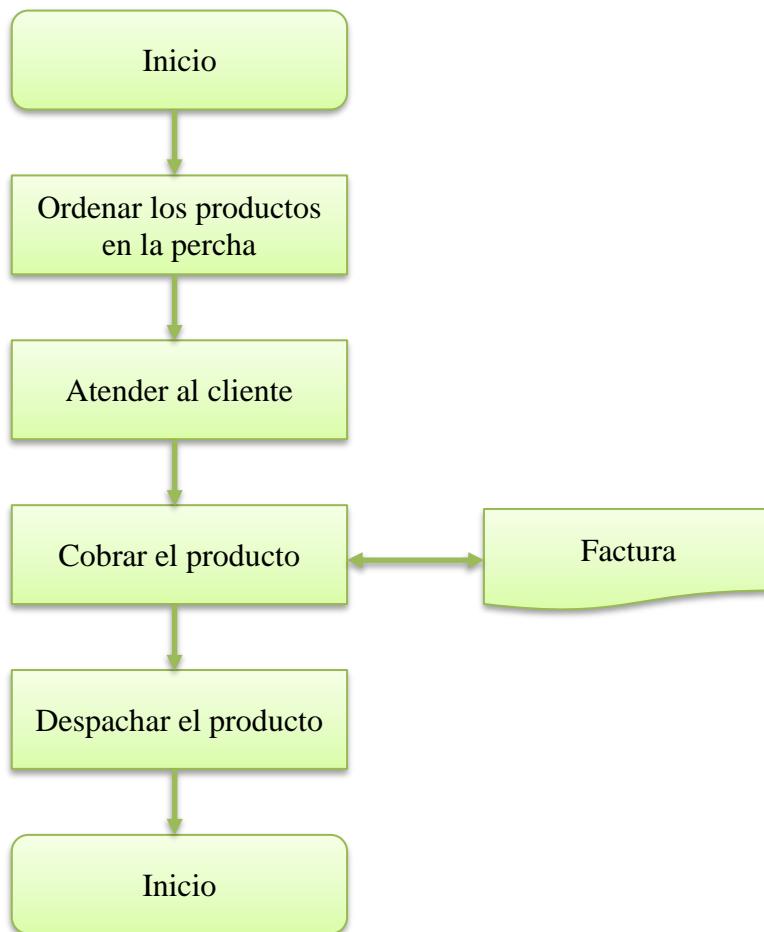


Gráfico 4 *Proceso de ventas*



- Control de calidad

Para el control de calidad dentro de la empresa, se aplicarán los principios que se manifiestan dentro del Total Quality Management (TQM).

Este sistema busca sobre todo obtener un producto de calidad optimizando recursos y que sea satisfactorio al momento de que los clientes lo consuman, siendo responsabilidad de todos y cada uno de los miembros que conforman la empresa.

3.4. Estructura Legal

La empresa se establecerá como sociedad anónima, el capital estará dividido por acciones negociables y se necesitará al menos dos socios que aporten el capital para la constitución de la misma.

3.4.1. Requisitos de constitución

- Registro único del contribuyente (RUC).
- Licencia única anual para el ejercicio de actividades económicas (LUAE).
- Patente municipal.
- Permiso sanitario (ARCSA).
- Registro de marca (IEPI).
- Uso de suelo.
- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.

3.4.2. Gastos de constitución

Tabla 40 *Gastos de constitución*

Gastos de constitución	
Registro único del contribuyente (RUC)	-
Licencia única anual para el ejercicio de actividades económicas (LUAE)	-
Patente municipal	\$10,00
Permiso sanitario (ARCSA)	-
Registro de marca (IEPI)	\$208,00
Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	-
TOTAL	\$218,00

3.5. Propuesta comercial

- Imagen Corporativa
 - Nombre de la Empresa: Ecoproducts
 - Logotipo /isotipo/imagotipo/isologo

Gráfico 5 *Logotipo*



- Colores corporativos: Los colores que se usarán para distinguir a la marca serán: verde greenery, un tono café sigma de tierra naranja y por último el color blanco.
- Eslogan: Alimentos para tu vida
- Brand Equity o Valor de Marca

La creación de valor para la marca es un punto muy importante, dado que es lo que nos hará tener una diferencia de la competencia y que nuestra marca sea única.

Para darle este valor se requiere trabajar en los procesos, ingredientes y calidad que se va a ofrecer al cliente lo que hará que nos reconozcan y prefieran entre la competencia.
- Merchandising: Debemos tener en cuenta que el Merchandising nos permite aumentar el reconocimiento por parte de los clientes lo que se refleja en un aumento de la rentabilidad del negocio al realizar actividades que estimulen las ventas.

3.5.1. Estrategias de Marketing Mix o comerciales

- Estrategias de Introducción al Mercado
 - ✓ Dar a conocer el producto.
 - ✓ Iniciar una campaña de publicidad con los productos que se ofrecen.
 - ✓ Buscar clientes.
 - ✓ Posicionar la marca dentro del mercado
 - ✓ Considerar los precios para poder competir con las otras marcas.
 - ✓ Alianzas con empresas del mercado al que se quiere llegar.
- Estrategias para el Producto físico y de servicios
 - Merchandising

- ✓ Adecuar el local para ofrecer un ambiente tranquilo y natural.
 - ✓ Colocar un letrero con los colores de la marca que sea visible y llamativo.
 - ✓ Exhibir los productos de formas que inciten a comprar.
 - Diseño del producto (cartera de producto)
 - ✓ Elaborar los productos con materia prima de excelente calidad.
 - ✓ Se ofrecerán productos conocidos hasta obtener clientes
 - ✓ Se realizará degustaciones de nuevos productos para introducirlos en el stock.
 - ✓ Los productos pueden ser consumidos por cualquier persona.
 - Empaque
 - ✓ Para los productos se utilizarán empaque al vacío y botellas biodegradables de acuerdo al producto que se vaya a ofrecer.
 - ✓ Se colocará el logotipo de la empresa en el producto, en una zona de fácil visibilidad.
 - Uniforme
 - ✓ Uso de camiseta tipo polo y un delantal con los colores y logotipo de la marca, complementado con pantalones jeans.
- Estrategias para el Precio
 - Fijación De Precios (receta estándar, competencia, demanda)
 - Descuentos
 - ✓ Se brindará un 5% de descuento los días lunes de meatless Monday (lunes sin carne).
 - ✓ 15% de descuento en el día de la tierra.
 - ✓ 5% de descuento para los clientes que realicen sus comprar con un bolso ecológico de la marca.

- Bonificaciones

Para los empleados

- ✓ En el caso de ser necesario realizar horas extras, se brindará un refrigerio.
- ✓ Si se cumple el objetivo de ventas propuesto, se dará un proporcional dependiendo el objetivo.
- ✓ Obsequios por el día de la madre, día del padre, 14 de febrero y navidad según el caso respectivo.
- Planes de pago
- ✓ Se aceptará todo tipo de tarjetas de crédito, débito y efectivo.
- Estrategias para la Plaza o Punto de Distribución
 - Punto de distribución
 - ✓ Los productos se distribuirán directamente en el establecimiento.
 - ✓ En días festivos, se colocará decoración alusiva a la fecha.
 - Franquicias o Sucursales

No se contará con sucursales por el momento.

- Estrategias para el ambiente físico
 - Diseño e Infraestructura externa e interna

La infraestructura interna del local tendrá un diseño de jungla urbana, con plantas naturales que cuelguen del techo y la pared, los colores de las paredes serán colores tierra cálidos y estanterías de madera.

Por otro lado, la infraestructura externa contará con un jardín vertical con plantas artificiales y rejillas de madera con luces cálidas.

- Estilo: El estilo que se usará será minimalista en conjunto con una jungla urbana.

- Confort: El local contara con luz natural y amplitud dentro del mismo.
- Paisajes: Al encontrarse en medio de la ciudad, este contara con el paisaje urbano, edificios, autos y personas que concurren a sus lugares de trabajo o domicilios.
- Servicios locales: El local contara con todos los servicios como: agua, luz, teléfono e internet.
- Estrategias para la Personas o empleados
 - Cultura organizacional
 - Visión: Ser reconocidos como una empresa líder dentro del mercado, innovando con productos saludables de calidad.
 - Misión: Ofrecer productos saludables, deliciosos, asequible y sin químicos que ayuden a reemplazar las proteínas de origen animal en la alimentación de las personas.
 - Objetivos empresariales
- Objetivo general

Elaborar y comercializar productos vegetarianos, para sustituir el consumo de origen animal, satisfaciendo las necesidades de los consumidores y creando rentabilidad

- Objetivos específicos

Distribuir productos de alta calidad que cumplan con todos los requerimientos sanitarios, con precios asequibles.

Aportar al consumo de proteínas de origen vegetal con productos innovadores para los consumidores.

Crear un modelo de negocio rentable, cuidando la salud y el medio ambiente.

- Valores corporativos

- **Respeto:** se debe mostrar respeto tanto con los compañeros de trabajo como con los clientes.
- **Responsabilidad:** cumplir con todas las normas que se deben aplicar para cuidar a nuestros trabajadores, clientes y el medio ambiente.
- **Eficiencia:** cumplir con los objetivos optimizando los recursos para satisfacer a los clientes.
 - Marketing interno: Los empleados son una pieza clave para la empresa, dado que ellos son quienes están en contacto directo con el cliente, por eso se debe capacitar al personal para que conozca cada detalle del producto y sepa responder cualquier tipo de pregunta por parte de las personas que buscan informarse sobre la compra que va a realizar, siempre siendo atendido con amabilidad y respeto.
 - Servicios postventa (Promocionales, Psicológicos, De Seguridad)
 - ✓ Se enviará avisos de promociones a los clientes que estén registrados en la base de datos para que se enteren con anticipación.
 - ✓ Si existen dudas por parte de los clientes sobre los productos, podrán realizar sus consultas por medio de cualquiera de nuestras redes sociales.
 - ✓ Los productos que se compran siempre tendrán la garantía de que cuentan con un registro sanitario.
 - Stakeholders: Los stakeholders con lo que se cuenta son los trabajadores que son quienes no ayudaran a poder brindar el servicio a los clientes, y los proveedores quienes ofertan la materia prima que se necesita para operar y elaborar el producto final.

- Estrategias para los Procesos: Los procesos serán supervisados por parte de los encargados de cada área, quienes verificarán el cumplimiento de las tareas para cumplir con los objetivos planteados.
- Estrategias para la Promoción
 - ✓ Publicar en redes sociales cuando se planea realizar promociones para que los clientes se informen con anticipación.
 - ✓ Colocar anuncios en el local para llamar la atención de las personas.
 - ✓ Ofrecer degustaciones de los productos nuevos.
 - ✓ Tener estrategias de marketing que funcionen en un futuro.

3.6. Evaluación de impactos

- Impactos económicos: Con este proyecto se generará un impacto económico positivo, se cooperará en la mejora de la matriz productiva con el aumento de ingreso de capital y circulación de efectivo, implementando un negocio que además promueve el consumo de productos saludables.
- Impactos sociales: Los impactos sociales que se tendrán serán positivos dado que creará fuentes de empleo para las personas del sector y la ciudad.
- Impactos culturales: En vista de que el presente proyecto tiene como objetivo contribuir al cambio de la manera de alimentarse de las personas, mejorar los hábitos de consumo de carne de los habitantes a los que se dirige como mercado meta.
- Impactos ambientales
 - Valorización de impactos

Tabla 41 *Matriz Leopold*

ACTIVIDADES DEL PROYECTO			PLANIFICACIÓN				CONSTRUCCIÓN			OPERACIÓN			TOTAL		
Componentes Ambientales			Rec. Sitio	Diseño Arq.	Presupuesto	Aprobación	Transporte	Desbroce	Ejec. Obra	Ingreso Visitante	Uso Instalación	Mantenimiento			
Físico	Suelo	Compactación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
		Desechos Sólidos y Líquidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	
		Erosión	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Agua	Desechos Sólidos y Líquidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	
		Sedimentación y Turbidez	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Eutroficación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Aire	Ruido	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	3	
	Biótico	Flora	Pérdida de la Biodiversidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			Pérdida Cobertura Vegetal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Introducción Especies Exóticas			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Interrupción Procesos Reproductivos			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Fauna		Introducción de Especies Exóticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Interrupción Procesos Reproductivos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Cambio de Patrones de Conducta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Disminución Tamaño de la Población	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Migración de Especies	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Eco	Alteración de Hábitats	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

		Alteración de Paisajes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Socio Económico Cultural	<i>Población Local</i>	Degradación Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Impactos en los Valores Culturales y Comunitarios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Pérdida de Prácticas Tradicionales y Estilos de Vidas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Generación de Nuevos Ingresos Alternativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Provisión de Fuentes de Empleo	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	3
		TOTAL	0	0	0	0	0	0	0	2	4	4	10

- Estrategias de mitigación: Este proyecto no tendrá un impacto ambiental que requiera de intervenciones para mitigar ningún impacto.

3.7. Estudio financiero

- Sueldos y salarios

Tabla 42 *Sueldos y salarios*

Cargo	Cantidad	Salario
Administrador	1	406.32
Cocinero	1	404.32
Ayudante	2	804.64
Cajero	2	804.64
Total	6	2419.92

Fuente: (Ministerio de trabajo, 2021)

- Arriendo

Tabla 43 *Arriendo*

Mensual	Trimestral	Anual
\$500.00	\$1,500.00	\$6,000.00

- Servicios básicos

Tabla 44 *Servicios básicos*

Concepto	Mensual	Trimestral	Anual
Agua	\$30.00	\$90.00	\$360.00
Luz	\$50.00	\$150.00	\$600.00
Internet	\$20.50	\$61.50	\$246.00
Gas	\$15.00	\$45.00	\$180.00
Total	\$115.50	\$346.50	\$1,386.00

- Consumo promedio

Tabla 45 *Consumo promedio*

Productos	Consumo
Masas	\$2.00
Sustitutos de carne	\$5.16
Bebidas vegetales	\$5.10
Quesos vegetales	\$3.53
Aderezos	\$4.20

Tabla 46 *Consumo promedio por persona*

Productos	Consumo x persona
Sustitutos de carne	\$5.16
Bebidas vegetales	\$5.10
Total	\$10.26

- % costo promedio

Tabla 47 *Costo promedio*

Productos	Costo receta	% CV	PVP
MASAS			
Masa para pizza de verde	\$0.09	5%	\$2.00
SUSTITUTOS DE CARNE			
Salchichas de quinua	\$1.32	32%	\$4.10
Salchichas de champiñones	\$1.76	36%	\$4.90
Hamburguesas de frejol	\$1.38	25%	\$5.60
Hamburguesas de quinua	\$2.07	37%	\$5.60
Hamburguesa de chocho	\$1.92	34%	\$5.60
BEBIDAS VEGETALES			
Leche de almendra	\$1.00	25%	\$3.95
Leche de soya	\$0.91	23%	\$3.95
Leche de coco	\$0.05	1%	\$3.60
Yogurt de almendra	\$2.83	40%	\$7.00
Yogurt de soya	\$2.74	39%	\$7.00

Productos	Costo receta	% CV	PVP
QUESOS VEGETALES			
Queso tipo cheddar	\$1.23	36%	\$3.40
Queso tipo mozzarella	\$0.43	12%	\$3.70
Queso tipo crema	\$0.74	21%	\$3.50
ADEREZOS			
Crema vegetariana	\$1.82	38%	\$4.80
Tahini	\$1.87	47%	\$4.00
Humus	\$0.55	12%	\$4.50
Mayonesa vegetariana	\$1.15	33%	\$3.50
TOTAL	\$23.86	30%	\$80.70

- Materia prima

Tabla 48 *Materia prima*

%CV	Consumo Promedio	Clientes			Ventas			Materia Prima		
		Día	Mes	Año	Día	Mes	Año	Día	Mes	Año
30%	\$10.26	30	750	9000	\$307.80	\$8,002.80	\$96,033.60	\$91.01	\$2,366.13	\$28,393.58

- Suministros de limpieza y oficina

Tabla 49 Suministros de limpieza y oficina

Suministros	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Resmas de papel 500 hojas	1	\$3.65	\$3.65
Papelera	1	\$8.83	\$8.83
Caja de esferos	1	\$3.96	\$3.96
Perforadora	1	\$4.21	\$4.21
Grapadora	1	\$4.06	\$4.06
Carpetas	5	\$2.28	\$11.40
Archivador	5	\$2.96	\$14.80
Caja de clip	1	\$0.36	\$0.36
Caja de grapas	1	\$0.92	\$0.92
Scotch	1	\$1.12	\$1.12
Portalápices	1	\$1.31	\$1.31
Tijeras	1	\$1.40	\$1.40
Tinta de impresora	2	\$41.50	\$83.00
Desinfectante	2	\$2.99	\$5.98
Jabón líquido de manos	2	\$2.91	\$5.82
Lavavajilla	2	\$1.99	\$3.98
Escoba	2	\$2.99	\$5.98
Trapeador	2	\$7.99	\$15.98
Guantes	2	\$2.59	\$5.18
Esponja de platos	3	\$2.19	\$6.57
Fundas de basura (paquete)	3	\$1.59	\$4.77
Pala de basura	2	\$1.99	\$3.98
Basurero	2	\$18.57	\$37.14
Papel higiénico industrial	4	\$2.99	\$11.96

Toalla para manos	3	\$1.95	\$5.85
Papel de cocina	2	\$7.76	\$15.52
TOTAL			\$267.73

- Publicidad inicial

Tabla 50 *Publicidad inicial*

Publicidad	Cantidad	Precio
Rótulo	1	\$19.99
Stickers personalizados	600	\$180.00
Cajas	500	\$30.00
Botella	30	\$20.00
TOTAL		\$249.99

- Pronóstico de ingresos

Tabla 51 *Pronóstico de ingresos*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Días De Atención	300	300	300	300	300
Clientes Al Año	9360	10296	11325,6	12458,16	13704
Consumo Promedio	\$10,26	\$11,42	\$12,71	\$14,14	\$15,73
Consumo Anual	\$96.033,60	\$106.866,19	\$118.920,70	\$132.334,95	\$147.262,33

- Pronósticos de egresos

Tabla 52 Mano de obra año 1

Cargo	Salario Básico	Decimotercero	Decimocuarto	Aporte IESS Patronal	Fondos De Reserva	Vacaciones	Total Mensual	Total Anual
Administrador	\$406.32	\$33.86	\$33.33	\$45.30	\$33.85	-	\$552.66	\$6,631.97
Cocinero	\$404.32	\$33.69	\$33.33	\$45.08	\$33.68	-	\$550.11	\$6,601.30
Ayudante 1	\$402.32	\$33.53	\$33.33	\$44.86	\$33.51	-	\$547.55	\$6,570.62
Ayudante 2	\$402.32	\$33.53	\$33.33	\$44.86	\$33.51	-	\$547.55	\$6,570.62
Cajero 1	\$402.32	\$33.53	\$33.33	\$44.86	\$33.51	-	\$547.55	\$6,570.62
Cajero 2	\$402.32	\$33.53	\$33.33	\$44.86	\$33.51	-	\$547.55	\$6,570.62
Total	\$2,419.92						\$3,292.98	\$39,515.76

Tabla 53 Mano de obra año 2

Cargo	Salario Básico	Decimotercero	Decimocuarto	Aporte IESS Patronal	Fondos De Reserva	Vacaciones	Total Mensual	Total Anual
Administrador	\$416.32	\$34.69	\$33.33	\$46.42	\$34.68	\$17.35	\$582.79	\$6,993.51
Cocinero	\$414.32	\$34.53	\$33.33	\$46.20	\$34.51	\$17.26	\$580.15	\$6,961.83
Ayudante 1	\$412.32	\$34.36	\$33.33	\$45.97	\$34.35	\$17.18	\$577.51	\$6,930.16
Ayudante 2	\$412.32	\$34.36	\$33.33	\$45.97	\$34.35	\$17.18	\$577.51	\$6,930.16
Cajero 1	\$412.32	\$34.36	\$33.33	\$45.97	\$34.35	\$17.18	\$577.51	\$6,930.16
Cajero 2	\$412.32	\$34.36	\$33.33	\$45.97	\$34.35	\$17.18	\$577.51	\$6,930.16
Total	\$2,479.92						\$3,473.00	\$41,675.98

Tabla 54 Mano de obra año 3

Cargo	Salario Básico	Decimotercero	Decimocuarto	Aporte IESS Patronal	Fondos De Reserva	Vacaciones	Total Mensual	Total Anual
Administrador	\$426.32	\$35.53	\$33.33	\$47.53	\$35.51	\$17.76	\$595.99	\$7,151.89
Cocinero	\$424.32	\$35.36	\$33.33	\$47.31	\$35.35	\$17.68	\$593.35	\$7,120.21
Ayudante 1	\$422.32	\$35.19	\$33.33	\$47.09	\$35.18	\$17.60	\$590.71	\$7,088.54
Ayudante 2	\$422.32	\$35.19	\$33.33	\$47.09	\$35.18	\$17.60	\$590.71	\$7,088.54
Cajero 1	\$422.32	\$35.19	\$33.33	\$47.09	\$35.18	\$17.60	\$590.71	\$7,088.54
Cajero 2	\$422.32	\$35.19	\$33.33	\$47.09	\$35.18	\$17.60	\$590.71	\$7,088.54
Total	\$2,539.92						\$3,552.19	\$42,626.24

Tabla 55 Mano de obra año 4

Cargo	Salario Básico	Decimotercero	Decimocuarto	Aporte IESS Patronal	Fondos De Reserva	Vacaciones	Total Mensual	Total Anual
Administrador	\$436.32	\$36.36	\$33.33	\$48.65	\$36.35	\$18.18	\$609.19	\$7,310.26
Cocinero	\$434.32	\$36.19	\$33.33	\$48.43	\$36.18	\$18.10	\$606.55	\$7,278.59
Ayudante 1	\$432.32	\$36.03	\$33.33	\$48.20	\$36.01	\$18.01	\$603.91	\$7,246.91
Ayudante 2	\$432.32	\$36.03	\$33.33	\$48.20	\$36.01	\$18.01	\$603.91	\$7,246.91
Cajero 1	\$432.32	\$36.03	\$33.33	\$48.20	\$36.01	\$18.01	\$603.91	\$7,246.91
Cajero 2	\$432.32	\$36.03	\$33.33	\$48.20	\$36.01	\$18.01	\$603.91	\$7,246.91
Total	\$2,599.92						\$3,631.37	\$43,576.49

Tabla 56 Mano de obra año 5

Cargo	Salario Básico	Decimotercero	Decimocuarto	Aporte IESS Patronal	Fondos De Reserva	Vacaciones	Total Mensual	Total Anual
Administrador	\$446.32	\$37.19	\$33.33	\$49.76	\$37.18	\$18.60	\$622.39	\$7,468.64
Cocinero	\$444.32	\$37.03	\$33.33	\$49.54	\$37.01	\$18.51	\$619.75	\$7,436.96
Ayudante 1	\$442.32	\$36.86	\$33.33	\$49.32	\$36.85	\$18.43	\$617.11	\$7,405.29
Ayudante 2	\$442.32	\$36.86	\$33.33	\$49.32	\$36.85	\$18.43	\$617.11	\$7,405.29
Cajero 1	\$442.32	\$36.86	\$33.33	\$49.32	\$36.85	\$18.43	\$617.11	\$7,405.29
Cajero 2	\$442.32	\$36.86	\$33.33	\$49.32	\$36.85	\$18.43	\$617.11	\$7,405.29
Total	\$2,659.92						\$3,710.56	\$44,526.75

3.7.1. Inversión total

- Activos fijos (Propiedad, planta y equipo)

Tabla 57 *Mobiliario*

Mobiliario			
Descripción	Cantidad	P Unitario	P Total
Escritorio	1	\$269.00	\$269.00
Silla de escritorio	1	\$99.00	\$99.00
Silla	1	\$59.00	\$59.00
Mostrador	1	\$490.00	\$490.00
Estantería de madera	1	\$150.00	\$150.00
Mesa	1	\$90.00	\$90.00
Total			\$1,157.00

Tabla 58 *Equipo de oficina*

Equipo de oficina			
Descripción	Cantidad	P Unitario	P Total
Computadora	1	\$799.00	\$799.00
Teléfono	1	\$51.99	\$51.99
Impresora	1	\$319.00	\$319.00
Pos	1	\$1,320.27	\$1,320.27
Sistema de seguridad	1	\$525.93	\$525.93
Total			\$3,016.19

Tabla 59 *Maquinaria*

Maquinaria			
Descripción	Cantidad	P Unitario	P Total
Balanza	2	\$296.48	\$592.96
Campana extractora	1	\$240.00	\$240.00
Cocina industrial	1	\$4,158.60	\$4,158.60
Batidora	2	\$665.28	\$1,330.56
Licuadora	3	\$241.67	\$725.01
Horno	1	\$948.92	\$948.92
Procesador de alimentos	2	\$1,789.10	\$3,578.20
Embutidora	1	\$918.42	\$918.42
Refrigeradora	2	\$3,360.63	\$6,721.26
Empacadora al vacío	1	\$530.71	\$530.71
Frigorífico	3	\$1,800.00	\$5,400.00
Total			\$25,144.64

Tabla 60 Menaje

Menaje			
Descripción	Cantidad	P Unitario	P Total
Cuchillos	4	\$8.64	\$34.56
Batidor de mano	2	\$3.88	\$7.76
Bowls pequeños	12	\$2.50	\$30.00
Bowls grandes	12	\$5.55	\$66.60
Cucharones	3	\$1.85	\$5.55
Espátulas de goma	3	\$3.90	\$11.70
Ollas	4	\$53.86	\$215.44
Ollas de presión	4	\$59.99	\$239.96
Tabla de picar	6	\$11.50	\$69.00
Colador	4	\$7.50	\$30.00
Mesas de trabajo	3	\$310.00	\$930.00
Lavaplatos	1	\$150.00	\$150.00
Moldes	4	\$7.99	\$31.96
Chuspa	4	\$1.00	\$4.00
Estantería	3	\$150.00	\$450.00
Fundas para empaque al vacío (paquete)	4	\$20.00	\$80.00
Total			\$2,356.53

- Activos diferidos

Tabla 61 Gastos de constitución

Gastos de constitución	
Registro único del contribuyente (RUC)	-
Licencia única anual para el ejercicio de actividades económicas (LUAE)	-
Patente municipal	\$10,00
Permiso sanitario (ARCSA)	-
Registro de marca (IEPI)	\$208,00
Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	-
Total	\$218,00

Tabla 62 Gastos de publicidad

Publicidad	Cantidad	Precio
Rótulo	1	\$19.99
Stickers personalizados	600	\$180.00
Cajas	500	\$30.00
Botella	30	\$20.00
Total		\$249.99

Tabla 63 *Uniforme del personal*

Uniforme			
Descripción	Cantidad	P Unitario	P Total
Camiseta con el logo de la empresa	5	\$10.00	\$50.00
Delantal	3	\$15.00	\$45.00
Mallas de cabello (caja)	1	\$18.00	\$18.00
Total			\$113.00

- Capital de trabajo

Tabla 64 *Capital de trabajo*

Capital De Trabajo	
Mano De Obra	\$9,878.94
Arriendo	\$1,500.00
Servicios Básicos	\$346.50
Materia Prima	\$7,098.39
Suministros	\$803.19
Total	\$19,627.03

3.7.2. Financiamiento

El financiamiento para este proyecto se dividirá en dos partes, el 30% será capital propio y el 70% restante se realizará un préstamo.

Tabla 65 *Financiamiento*

Inversión	Propio	Préstamo
\$51,414.39	\$15,424.32	\$35,990.07
100%	30%	70%

3.7.3. Depreciaciones

Tabla 66 *Depreciaciones*

		Vida útil	Depreciación anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mobiliario	\$1,157.00	10	10%	\$115.70	\$115.70	\$115.70	\$115.70	\$115.70
Equipo de oficina	\$3,016.19	10	10%	\$301.62	\$301.62	\$301.62	\$301.62	\$301.62
Maquinaria	\$25,144.64	10	10%	\$2,514.46	\$2,514.46	\$2,514.46	\$2,514.46	\$2,514.46
Menaje	\$2,356.53	2	50%	\$1,178.27	\$1,178.27			
Uniforme	\$113.00	2	50%	\$56.50	\$56.50			
Total				\$4,166.55	\$4,166.55	\$2,931.78	\$2,931.78	\$2,931.78

3.7.4. Amortizaciones

Tabla 67 *Amortizaciones*

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de publicidad	\$249.99	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00
Gastos de constitución	\$218.00	\$43.60	\$43.60	\$43.60	\$43.60	\$43.60
Total		\$93.60	\$93.60	\$93.60	\$93.60	\$93.60

3.7.5. Estados financieros proyectados

- Estado de resultados

Tabla 68 *Estado de Resultados*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas	\$96,033.60	\$106,866.19	\$118,920.70	\$132,334.95	\$147,262.33
Materia Prima	\$28,393.58	\$28,757.02	\$29,125.10	\$29,497.91	\$29,875.48
Utilidad Bruta	\$67,640.02	\$78,109.17	\$89,795.59	\$102,837.04	\$117,386.85
Sueldos	\$39,515.76	\$41,675.98	\$42,626.24	\$43,576.49	\$44,526.75
Depreciaciones	\$4,166.55	\$4,166.55	\$2,931.78	\$2,931.78	\$2,931.78
Amortizaciones	\$93.60	\$93.60	\$93.60	\$93.60	\$93.60
Suministros	\$3,212.76	\$3,253.88	\$3,295.53	\$3,337.72	\$3,380.44
Total Gastos	\$46,988.67	\$49,190.01	\$48,947.15	\$49,939.59	\$50,932.57
Utilidad Operativa	\$20,651.35	\$28,919.16	\$40,848.44	\$52,897.46	\$66,454.29
15% Trabajadores	\$3,097.70	\$4,337.87	\$6,127.27	\$7,934.62	\$9,968.14
22% Imp. Renta	\$4,543.30	\$6,362.22	\$8,986.66	\$11,637.44	\$14,619.94
Utilidad Neta	\$13,010.35	\$18,219.07	\$25,734.52	\$33,325.40	\$41,866.20

- Balance general

Tabla 69 *Balance general*

Activos	Montos	Pasivos	Montos
Activo Corriente		Pasivo Corriente	\$ -
Capital De Trabajo	\$ 19,627.03		
Activos Fijos		Pasivo Largo Plazo	
Muebles Y Enseres	\$ 1,157.00	Préstamo	\$ 35,990.07
Maquinaria Y Equipo	\$ 25,144.64		
Equipo De Oficina	\$ 3,016.19		
Menaje De Cocina	\$ 2,356.53	Patrimonio	
Uniformes	\$ 113.00	Aporte	\$ 19,684.47
Amortizaciones	\$93.60		
Depreciaciones	\$ 4,166.55		
Total Activos	\$ 55,674.54	Total Pasivo Y Patrimonio	\$ 55,674.54

3.7.6. Evaluación financiera

- Flujo de caja neto

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entrada De Efectivo						
Utilidad Neta		\$13,010.35	\$18,219.07	\$25,734.52	\$33,325.40	\$41,866.20
Depreciaciones		\$4,166.55	\$4,166.55	\$2,931.78	\$2,931.78	\$2,931.78
Amortizaciones		\$93.60	\$93.60	\$93.60	\$93.60	\$93.60
Capital Prestado	\$35,990.07					
Salidas De Efectivo						
Préstamo		\$10,789.44	\$10,789.44	\$10,789.44	\$10,789.44	\$10,789.44
Invasión						
Activos Fijos	\$31,787.36					
Activos Diferidos	\$4,260.15					
Capital De Trabajo	\$19,627.03					
Recuperación Del Capital						
Flujo De Caja Neto	-\$55,674.54	\$6,481.06	\$11,689.78	\$17,970.46	\$25,561.34	\$34,102.14

- VAN (Valor Actual Neto)

El valor actual neto nos permite conocer si el proyecto es o no viable, para este proyecto se obtuvo un valor positivo de \$2,115.56, lo que nos indica que el proyecto es viable.

Tabla 70 Valor actual neto

t	Vt	(1+k) ^t	Vt/(1+k) ^t
0	-\$55,674.54		-\$55,674.54
1	\$6,481.06	1.15	\$5,633.74
2	\$11,689.78	1.32	\$8,833.01
3	\$17,970.46	1.52	\$11,803.55
4	\$25,561.34	1.75	\$14,594.46
5	\$34,102.14	2.01	\$16,925.33
	VAN		\$2,115.56

- TIR (Tasa Interna de Retorno)

El TIR muestra la tasa de rentabilidad que se obtiene de una inversión, al ser positiva indica una rentabilidad del 16%.

Tabla 71 Tasa interna de retorno

t	Vt	(1+k) ^t	Vt/(1+k) ^t
0	-\$55,674.54		-\$55,674.54
1	\$6,481.06	1.15	\$5,633.74
2	\$11,689.78	1.32	\$8,833.01
3	\$17,970.46	1.52	\$11,803.55
4	\$25,561.34	1.75	\$14,594.46
5	\$34,102.14	2.01	\$16,925.33
TIR		16%	

- PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio indica la cantidad que se debe vender para poder cubrir los costos fijo, variables y ventas sin tener ni perdidas ni ganancias.

Tabla 72 Punto de Equilibrio

Costos Fijos	\$46,901.76
Costos Variables	\$28,393.58
Ventas	\$96,033.60
Punto De Equilibrio	\$66,589.94

- Periodo de Recuperación del Capital (PRC)

Tabla 73 Periodo de recuperación del capital

Inversión Inicial		\$51,414.39
Periodo	Utilidad Neta	Flujo Acumulado
1	\$6,481.06	\$6,481.06
2	\$11,689.78	\$18,170.84
3	\$17,970.46	\$36,141.30
4	\$25,561.34	\$61,702.64
5	\$34,102.14	\$95,804.78
Tiempo De Recuperación		
4	\$61,702.64	\$10,288.25
		0.33
Tiempo		3.94

La inversión será recuperada en 3 años y 9 meses.

CONCLUSIONES

- Se elaboró una propuesta para la creación de una empresa especializada en la producción y venta de productos vegetarianos ubicado en el sector norte de la ciudad de Quito, con el fin de demostrar la factibilidad y viabilidad del proyecto.
- Al analizar las diferentes variables necesarias para la creación de una empresa especializada en la producción y venta de productos vegetarianos de conveniencia se obtuvo los principales pasos a seguir para poder conformar una base teórica que abarque los conceptos necesarios sobre los cuales se irán sentando las bases del proyecto.
- La metodología que se utilizó para el levantamiento y análisis del entorno y del mercado en el sector norte de la ciudad de Quito para entender la oferta y demanda de productos vegetarianos de conveniencia fue la encuesta realizada a personas del sector quienes fueron los principales actores de este estudio, dando a conocer su punto de vista con relación a la oferta del sector y así se pudo conocer las fallas que tiene la competencia y como se puede abrir un nicho de mercado.
- Al definir la propuesta técnica se determinó cual es una ubicación adecuada para el establecimiento siendo un lugar muy concurrido y con varios sitios de interés a su alrededor, en cuanto a la propuesta administrativa se definió los cargos y las funciones que se necesita dentro de la jerarquía empresarial para desarrollar de manera óptima las actividades, se conoció cual es el trámite legal que se requiere para la constitución formal de la empresa, así como los permisos y reglamentos que se debe cumplir para evitar problemas a futuro junto con la inversión en maquinaria que ayude a mejorar los procesos de producción de los productos.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda conocer todos los pasos que se requiere al momento de iniciar un proyecto, para evitar posibles multas, sanciones o clausuras por parte de los organismos de control.
- Tomar en cuenta la presentación del producto para que así los clientes se sientan atraídos a consumirlo.
- Cuidar que la materia prima siempre se encuentre en buen estado, y así evitar el desperdicio de tiempo y recursos; conservando al mismo tiempo la reputación de la marca.
- Actualizar los permisos que sean necesarios y pagar las obligaciones con tiempo para evitar sobrecargos por pago tardío o vencimiento de los mismos.
- Innovar los productos de acuerdo a las tendencias que se observa a nivel mundial para mantenerse a la vanguardia con el catálogo de productos.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2015). *Control Sanitario*. <http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Bastos, A. (2006). *Merchandising y animación del punto de venta. Manual básico de merchandising* (Primera ed.). Ideaspropias Editorial.
- Beltrán, F. (2011). *Proyectos de Emprendimiento*. Editorial Universitaria Abya-Yala.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación. Tercera edición*. PEARSON EDUCACION.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (Séptima ed.). Mcgraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones* (Novena ed.). Mcgraw-Hill.
- Córdova, M. (2009). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Enciclopedia Económica. (2019). *Recursos tecnológicos*. <https://enciclopediaeconomica.com/recursos-tecnologicos/>
- Ezquer, F., & Castellano, J. (2010). *Big to Small: Las estrategias de las grandes corporaciones al alcance de la mediana empresa*. Netbiblo.
- FAO. (12 de marzo de 2000). *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación*. http://www.fao.org/tempref/codex/Meetings/CCFL/ccfl28/fl00_10s.pdf
- Fernandez, S. (2007). *Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera*. Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Google maps. (2020). *Google maps*. <https://www.google.com.ec/maps/@-0.1838107,-78.4807127,20z?hl=es-419>
- GRN. (2018). *Gestión en recursos naturales*. <https://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>
- Jerouchalmi, I. (2003). *Manual para la preparación de proyectos de inversión y evaluación*. Impresora gráfica IG.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Decimocuarta ed.). Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de marketing* (Decimocuarta ed.). Pearson Educación.
- López, J. (13 de Julio de 2018). *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>
- Mendoza, I. (16 de Diciembre de 2016). *Universidad UTEL Blog*. <https://www.utel.edu.mx/blog/rol-personal/planificacion-y-control-de-sistemas-organizacionales/>
- Midgley, J. (2014). *Desarrollo social: Teoría y práctica*.
- Ministerio de Salud Pública. (2016). *Ministerio de Salud Pública*. <http://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/requisitos-para-permisos-de-funcionamiento.pdf>
- Ministerio de trabajo. (2021). <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/12/ANEXO-1%E2%80%9CEstructuras-ocupacionales-%E2%80%93salarios-m%C3%ADnimos-sectoriales-y-tarifas-sa.pdf?x42051>

- Moncayo, P. (2018). *Plan de negocios para la creación de una fábrica de embutidos vegetarianos artesanales a base de soya (Tesis de pregrado)*. Universidad de las Américas. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/10069>
- Neoattack. (s.f.). *Neoattack*. <https://neoattack.com/que-es-la-imagen-corporativa/>
- Nuño, P. (2015 de Mayo de 2017). *Emprendepyme.net*.
<https://www.emprendepyme.net/propuesta-comercial.html>
- Ortega, J. (s.f.). *Finanzas aplicadas*.
<https://sites.google.com/site/jorgeortega618/evaluacion-de-proyectos>
- Perrotti, D., & Sánchez, R. (Julio de 2011). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. <http://hdl.handle.net/11362/6357>
- Ponce, P., & Padilla, K. (2018). *Plan de negocios para la creación de una empresa de elaboración de comida rápida vegetariana en la ciudad de Quito, sector las casas*. Universidad Tecnológica Indoamérica.
<http://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/1248>
- PricewaterhouseCoopers. (2012). *Pwc*. www.pwc.es
- Quiroa, M. (12 de Mayo de 2020). *Economipedia*. Establecimiento comercial:
<https://economipedia.com/definiciones/establecimiento-comercial.html>
- Quito Turismo. (2009). *Quito Turismo*. <http://www.quito-turismo.gob.ec/>
- Ramor, E. (2008). *Gestiopolis*. <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion>
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la Lengua Española*.
<https://dle.rae.es/vegetariano>
- Roldán, P. (3 de Julio de 2017). *Economipedia*. Negocio:
<https://economipedia.com/definiciones/negocio.html>
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. McGrawHill.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, Toda Una Vida*.
- Sevilla, A. (31 de Octubre de 2015). *Economipedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/estados-financieros.html>
- Silva, A. (Enero de 2015). *Repositorio Digital UTE*. <https://app.ute.edu.ec/VisorPdf>
- Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*. Pearson Educación.

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta

UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE CIENCIAS GASTRONÓMICAS Y TURISMO
ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo conocer el nivel de aceptación para la creación de una empresa especializada en la producción y venta de productos vegetarianos en la ciudad de Quito. Agradecemos su apoyo contestando el siguiente cuestionario.

INDICACIONES: marque con una X la respuesta que sea de su preferencia.

ASPECTOS SOCIODEMOGRÁFICOS

1. ¿Cuál es su género?

Femenino

Masculino

Prefiero no decirlo

2. Indique su rango de edad

De 20 a 24 años

De 25 a 29 años

De 30 a 34 años

De 35 a 39 años

De 40 a 44 años

De 45 a 49 años

De 50 a 54 años

De 55 a 59 años

Más de 60 años

3. Sector donde vive

- Norte de Quito (Comprende desde Calderón hasta La Mariscal)
- Centro de Quito (Comprende desde El Ejido hasta San Diego)
- Sur de Quito (Comprende desde La Villaflora hasta Cutuglagua)
- Valle de Tumbaco (Comprende Nayón, Tumbaco, Cumbayá, Pifo, Yaruquí, El Quinche, Puembo, Checa y Tababela)
- Valle de los Chillos (Comprende desde Conocoto, Píntag, Amaguaña, La Merced)

4. ¿Usted es vegetariano?

- Si
- No

5. ¿Usted conoce o ha consumido algunos productos vegetarianos como bebidas vegetales, sustitutos de carne, sustitutos de queso o embutidos a base de granos?

- Sí
- No

***Si responde No pase a la pregunta 8**

6. ¿Qué tan satisfecho está con la calidad y el precio de los productos vegetarianos (bebidas vegetales, quesos, salsas y aderezos) que actualmente se ofertan en el mercado?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Normal
- Poco satisfecho
- Nada satisfecho

7. ¿Dónde compra este tipo de producto?

- Supermercados
- Tienda de barrio
- Tiendas en centros comerciales

Tiendas especializadas

A domicilio

PRODUCTO

8. De considerar consumir este tipo de producto, ¿Qué variedades le gustaría comprar y consumir?

Producto	Si	No
Masa para pizza de coliflor		
Masa para pizza hecha de verde		
Salchichas de soya		
Salchichas de quinua		
Salchichas de seitán		
Salchichas de champiñones		
Hamburguesas de Seitán		
Hamburguesas de frejol		
Hamburguesas de quinua		
Hamburguesa de chocho		
Alitas BBQ de coliflor		
Fritada de seitán		
Leche de chocho		
Leche de almendra		
Leche de soya		
Leche de coco		
Yogurt de almendra		
Yogurt de soya		
Yogurt de avena		
Queso tipo cheddar		
Queso tipo mozzarella		
Queso tipo crema		
Crema de leche vegetariana		
Tahini		
Humus		
Mayonesa vegetariana		

9. De la siguiente lista de nombres, ¿Cuál es el que más le agrada para esta gama de productos vegetarianos?

Veggie's food

- Terra verde
- Ecoproducts
- Kay pacha
- Miski mikuna
- Allpa charik

10. ¿Qué tipo de empaque considera el más adecuado para distribuir embutidos, sustitutos de carne y quesos vegetarianos?

- Empaque al vacío
- Cartón reciclable
- Tarrina biodegradable

11. ¿Qué tipo de empaque considera el más adecuado para distribuir bebidas vegetales?

- Botella de vidrio
- Tetra pack
- Plástico biodegradable

12. En el caso de los embutidos, sustitutos de carnes y quesos vegetarianos, ¿Qué presentación considera que sería la más adecuada para el producto?

- Pequeña (100g)
- Mediana (250g)
- Grande (500g)

13. En el caso de bebidas vegetales ¿Qué presentación considera que sería la más adecuada para este tipo de producto?

- Pequeña (200ml)
- Mediana (600ml)
- Grande (1000ml)

PRECIO

14. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un producto vegetariano?

De \$2,00 a \$3,99

De \$4,00 a \$5,99

De \$6,00 a \$7,99

De \$8,00 en adelante

PROMOCION

15. ¿Qué tipo de promoción de venta le gustaría recibir por la compra de 3 o más productos vegetarianos de esta marca?

Bolso ecológico

Botellas para agua

Contenedores de comida

Sorbetes reusables

16. ¿Cómo prefiere realizar los pagos de su compra, si este producto se vendiera a domicilio?

Efectivo

Tarjeta de débito o crédito

Transferencias bancarias

17. ¿Cómo le gustaría recibir publicidad de este tipo de productos?

Redes Sociales de la marca (Facebook, Instagram)

Página web de la marca

Vallas publicitarias

Correo electrónico por parte de la marca

Mensajes de texto por parte de la marca (vía WhatsApp o Telegram)

Publicidad por parte de los supermercados

Videos promocionales

18. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir sobre este tipo de producto?

- ¿Qué es la comida vegetariana?
- Tipos de comida vegetariana
- Aportes nutriciones
- Recetas y preparaciones con productos vegetarianos
- ¿Cómo se hace la comida vegetariana?

19. ¿Cómo le gustaría comprar este producto?

- Supermercados
- Tienda de barrio
- Tiendas en centros comerciales
- Tiendas especializadas
- A domicilio
- Otros

20. Califique su decisión de compra sobre estos tipos de productos donde 5 sería que definitivamente sí compraría, y 1 que nunca compraría

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo 2 Catálogo de productos

ECO PRODUCTS

ALIMENTOS PARA TU VIDA



SUSTITUTOS DE CARNE

SALCHICHAS DE QUINUA	\$4.10
SALCHICHAS DE CHAMPIÑONES	\$4.90
HAMBURGUESAS DE FREJOL	\$5.60
HAMBURGUESAS DE QUINUA	\$5.60
HAMBURGUESAS DE CHOCHO	\$5.60

ADEREZOS

CREMA VEGETARIANA	\$4.80
TAHINI	\$4.00
HUMMUS	\$4.50
MAYONESA VEGETARIANA	\$3.50

MASAS

MASA PARA PIZZA DE VERDE	\$2.00
--------------------------	---------------

BEBIDAS VEGETALES

LECHE DE ALMENDRA	\$3.95
LECHE DE SOYA	\$3.95
LECHE DE COCO	\$3.60
YOGURT DE ALMENDRA	\$7.00
YOGURT DE SOYA	\$7.00

QUESOS VEGETALES

QUESO TIPO CHEDDAR	\$3.40
QUESO TIPO MOZZARELLA	\$3.70
QUESO TIPO CREMA	\$3.50



AVENIDA REPÚBLICA DE EL SALVADOR E IRLANDA
ECOPRODUCTS   

Anexo 3 Recetas estándar



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: MASA DE PIZZA DE VERDE				FOTO		
CATEGORIA: MASA						
# PAX: 10						
UTENSILIOS: OLLA, CUCHILLO						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 15 DÍAS						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C						
FECHA: OCTUBRE 2021						
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM						
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM						
INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
Platano verde	4	u	40	Cocidos	\$5.00	\$0.50
agua	250	g		agua de coccion		\$0.00
harina de quinua	125	g	500		\$1.50	\$0.38
sal	5	g	2000		\$0.69	\$0.00
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$0.88
pelar y cortar los plátanos en trozos medianos.					Margen de error 5%	\$0.04
poner a hervir colocando el agua hasta que los cubra por completo, en olla de presión con sal por 15 minutos.					Costo Neto	\$0.92
Procesar el verde hasta obtener una masa sin grumos, ir agregando de a poco el agua					Costo por porción	\$0.09
colocar en la base, empacar y refrigerar.					PVS	\$1.22



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: SALCHICHAS DE QUINUA				FOTO		
CATEGORIA: EMBUTIDO						
# PAX: 40						
UTENSILIOS: OLLA, CUCHILLO						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C						
FECHA: OCTUBRE 2021						
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM						
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM						
INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
quinua	1000	g	1000	limpia	\$3.96	\$3.96
goma xantana	10	g	1000		\$17.00	\$0.17
tripa de celulosa	5	m	3		\$5.00	\$8.33
pimienta	5	g	1000		\$19.90	\$0.10
perejil	10	g	100		\$0.53	\$0.05
sal	5	g	2000		\$0.69	\$0.00
ajo molido	5	g	1000		\$8.81	\$0.04
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$12.66
cocer la quinua, procesar y tamizar hasta que quede sin agua.					Margen de error 5%	\$0.63
colocar en un recipiente la pasta con todos los demas ingredientes, amasar para conseguir la carne.					Costo Neto	\$13.29
colocar la mezcla en la embutidora, colocar la tripa de celulosa en el pico y empezar a embutir la mezcla en salchichas de aproximadamente 12 centímetros.					Costo por porción	\$0.33
Hervir las salchichas por 20 minutos, empacar y refrigerar.					PVS	\$1.77



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: SALCHICHAS DE CHAMPIÑONES	FOTO
CATEGORIA: EMBUTIDO	
# PAX: 40	
UTENSILIOS: OLLA, CUCHILLO	
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS	
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C	
FECHA: OCTUBRE 2021	
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM	
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM	

INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
champiñones	1000	g	1000	picados en lamina	\$7.90	\$7.90
aceite de girasol	40	ml	5000		\$13.80	\$0.11
goma xantana	10	g	1000		\$17.00	\$0.17
tripa de celulosa	5	m	3		\$5.00	\$8.33
pimienta	5	g	1000		\$19.90	\$0.10
perejil	10	g	100		\$0.53	\$0.05
sal	5	g	2000		\$0.69	\$0.00
ajo molido	5	g	1000		\$8.81	\$0.04
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$16.71
refreir los champiñones con aceite y procesar.					Margen de error 5%	\$0.84
colocar en un recipiente la pasta con todos los demas ingredientes, mezclar para conseguir la carne.					Costo Neto	\$17.55
colocar la mezcla en la embutidora, colocar la tripa de celulosa en el pico y empezar a embutir la mezcla en salchichas de aproximadamente 12 centímetros.					Costo por porción	\$0.44
Hervir las salchichas por 20 minutos, empacar y refrigerar.					PVS	\$2.33



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: HAMBURGUESAS DE FREJOL	FOTO
CATEGORIA: SUSTITUTO DE CARNE	
# PAX: 8	
UTENSILIOS: OLLA, CUCHILLO	
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS	
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C	
FECHA: OCTUBRE 2021	
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM	
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM	

INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
frejol	1000	g	1000	remojado	\$2.20	\$2.20
goma xantana	10	g	1000		\$17.00	\$0.17
cebolla paiteña	250	g	1000	cubos pequeños	\$2.20	\$0.55
pimiento	250	g	1000	cubos pequeños	\$1.50	\$0.38
pimienta	5	g	1000		\$19.90	\$0.10
perejil	10	g	100		\$0.53	\$0.05
sal	5	g	2000		\$0.69	\$0.00
ajo molido	5	g	1000		\$8.81	\$0.04
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$3.49
cocer el frejol en agua y procesar hasta obtener una pasta					Margen de error 5%	\$0.17
colocar en un recipiente la pasta con todos los demas ingredientes, mezclar para conseguir la carne.					Costo Neto	\$3.67
realizar porciones de 200 gr y dar forma					Costo por porción	\$0.46
empacar y refrigerar.					PVS	\$1.83



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: HAMBURGUESA DE QUINUA	FOTO
CATEGORIA: SUSTITUTO DE CARNE	
# PAX: 8	
UTENSILIOS: OLLA, CUCHILLO	
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS	
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C	
FECHA: OCTUBRE 2021	
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM	
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM	

INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
quinua	1000	g	1000	limpia	\$3.96	\$3.96
goma xantana	10	g	1000		\$17.00	\$0.17
cebolla paiteña	250	g	1000	culos pequeños	\$2.20	\$0.55
pimiento	250	g	1000	culos pequeños	\$1.50	\$0.38
pimienta	5	g	1000		\$19.90	\$0.10
perejil	10	g	100		\$0.53	\$0.05
sal	5	g	2000		\$0.69	\$0.00
ajo molido	5	g	1000		\$8.81	\$0.04
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$5.25
cocer la quinua en agua y procesar hasta obtener una pasta					Margen de error 5%	\$0.26
colocar en un recipiente la pasta con todos los demas ingredientes, mezclar para conseguir la carne.					Costo Neto	\$5.52
realizar porciones de 200 gr y dar forma					Costo por porción	\$0.69
empacar y refrigerar.					PVS	\$2.75



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: HAMBURGUESA DE CHOCHO				FOTO		
CATEGORIA: SUSTITUTO DE CARNE						
# PAX: 8						
UTENSILIOS: OLLA, CUCHILLO						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C						
FECHA: OCTUBRE 2021						
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM						
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM						
INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
chocho	1000	g	1000	pelados	\$3.60	\$3.60
goma xantana	10	g	1000		\$17.00	\$0.17
cebolla paiteña	250	g	1000	culos pequeños	\$2.20	\$0.55
pimiento	250	g	1000	culos pequeños	\$1.50	\$0.38
pimienta	5	g	1000		\$19.90	\$0.10
perejil	10	g	100		\$0.53	\$0.05
sal	5	g	2000		\$0.69	\$0.00
ajo molido	5	g	1000		\$8.81	\$0.04
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$4.89
cocer el chocho en agua y procesar hasta obtener una pasta					Margen de error 5%	\$0.24
colocar en un recipiente la pasta con todos los demas ingredientes, mezclar para conseguir la carne.					Costo Neto	\$5.14
realizar porciones de 200 gr y dar forma					Costo por porción	\$0.64
empacar y refrigerar.					PVS	\$2.56



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: LECHE DE ALMENDRA				FOTO		
CATEGORIA: BEBIDA VEGETAL						
# PAX: 10						
UTENSILIOS: OLLA, LICUADORA						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C						
FECHA: OCTUBRE 2021						
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM						
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM						
INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
almendra	1000	g	1000	peladas	\$9.50	\$9.50
agua	10000	g	10000		\$0.00	\$0.00
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$9.50
dejar las almendras en reposo por 6 horas.					Margen de error 5%	\$0.48
colocar en la licuadora con el agua y licuar hasta obtener una bebida homogenea.					Costo Neto	\$9.98
Colar la bebida, colocar en los envases y refrigerar.					Costo por porción	\$1.00
					PVS	\$1.33



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: LECHE DE ALMENDRA				FOTO		
CATEGORIA: BEBIDA VEGETAL						
# PAX: 10						
UTENSILIOS: OLLA, LICUADORA						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C						
FECHA: OCTUBRE 2021						
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM						
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM						
INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
almendra	1000	g	1000	peladas	\$9.50	\$9.50
agua	10000	g	10000		\$0.00	\$0.00
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$9.50
dejar las almendras en reposo por 6 horas.					Margen de error 5%	\$0.48
colocar en la licuadora con el agua y licuar hasta obtener una bebida homogénea.					Costo Neto	\$9.98
Colar la bebida, colocar en los envases y refrigerar.					Costo por porción	\$1.00
					PVS	\$1.33



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: LECHE DE COCO				FOTO		
CATEGORIA: BEBIDA VEGETAL						
# PAX: 10						
UTENSILIOS: OLLA, LICUADORA						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C						
FECHA: OCTUBRE 2021						
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM						
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM						
INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
coco rallado	1000	g	45400		\$14.90	\$0.33
agua	2000	ml	2000		\$0.00	\$0.00
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$0.33
calentar el agua sin que rompa hervor.					Margen de error 5%	\$0.02
colocar el coco y el agua en la licuadora.					Costo Neto	\$0.34
mezclar muy bien hasta obtener una pasta cremosa y uniforme					Costo por porción	\$0.03
colar muy bien, envasar y refrigerar.					PVS	\$0.05



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: YOGURT DE ALMENDRA				FOTO		
CATEGORIA: BEBIDA VEGETAL						
# PAX: 1						
UTENSILIOS: OLLA, LICUADORA, HORNO						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C						
FECHA: OCTUBRE 2021						
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM						
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM						
INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
leche de almendra	1000	ml	1000		\$1.00	\$1.00
probioticos	28	g	1000		\$58.74	\$1.64
estevia	2	g	380		\$10.39	\$0.05
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$2.70
en la leche previamente preparada y a temperatura ambiente, colocar los probioticos					Margen de error 5%	\$0.13
colocar la mezcla en un lugar abrigado o en el horno a temperatura muy baja de 6 a 8 horas.					Costo Neto	\$2.83
retirar del calor, colocar el endulzante y remover.					Costo por porción	\$2.83
envasar y refrigerar.					PVS	\$3.77



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: YOGURT DE SOYA				FOTO		
CATEGORIA: BEBIDA VEGETAL						
# PAX: 1						
UTENSILIOS: OLLA, LICUADORA, HORNO						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C						
FECHA: OCTUBRE 2021						
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM						
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM						
INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
leche de soya	1000	ml	1000		\$0.91	\$0.91
probioticos	28	g	1000		\$58.74	\$1.64
estevia	2	g	380		\$10.39	\$0.05
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$2.61
en la leche previamente preparada y a temperatura ambiente, colocar los probioticos					Margen de error 5%	\$0.13
colocar la mezcla en un lugar abrigado o en el horno a temperatura muy baja de 6 a 8 horas.					Costo Neto	\$2.74
retirar del calor, colocar el endulzante y remover.					Costo por porción	\$2.74
envasar y refrigerar.					PVS	\$3.64



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: QUESO TIPO CHEDDAR (untable)	FOTO
CATEGORIA: QUESO VEGETAL	
# PAX: 6	
UTENSILIOS: OLLA, CUCHILLO	
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS	
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C	
FECHA: OCTUBRE 2021	
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM	
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM	

INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
papa	2100	g	45400	pelada y troceada	\$15.00	\$0.69
zanahoria	810	g	45400	pelada y troceada	\$4.00	\$0.07
aceite de girasol	420	ml	5000		\$13.80	\$1.16
agua	750	ml			\$0.00	\$0.00
levadura de cerveza	210	g	500		\$12.00	\$5.04
sal	5	g	2000		\$0.69	\$0.00
ajo molido	5	g	1000		\$8.81	\$0.04
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$7.01
cocer la papa y la zanahoria, una vez cocido escurrir.					Margen de error 5%	\$0.35
colocar todos los ingredientes en la procesadora hasta obtener una pasta sin grumos.					Costo Neto	\$7.36
empacar en porciones de 250g y refrigerar.					Costo por porción	\$1.23
					PVS	\$1.63



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: QUESO TIPO MOZARRELLA				FOTO		
CATEGORIA: QUESO VEGETAL						
# PAX: 6						
UTENSILIOS: OLLA, CUCHILLO						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C						
FECHA: OCTUBRE 2021						
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM						
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM						
INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
leche de almendra	540	ml	1000		\$1.00	\$0.54
aceite de girasol	600	ml	5000		\$13.80	\$1.66
almidon de yuca	75	g	1000		\$2.78	\$0.21
sal	5	g	2000		\$0.69	\$0.00
zum de limon	15	g	1000		\$1.51	\$0.02
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$2.43
verter la leche en una olla, añadir el almidon y batir bien.					Margen de error 5%	\$0.12
colocar la olla a fuego medio y batir con varillas hasta que empiece a espesar, colocar de a poco el zumo de limon, la saql y el aceite batiendo hasta que todo se integre bien.					Costo Neto	\$2.55
con una cuchara seguir cocinando y removiendo durante 5 minutos hasta que este elastica pero firme.					Costo por porción	\$0.43
colocar en moldes de 250g, enfriar y empaclar cuando esten firmes.					PVS	\$0.57



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: QUESO TIPO CREMA				FOTO		
CATEGORIA: QUESO VEGETAL						
# PAX: 6						
UTENSILIOS: OLLA, CUCHILLO						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C						
FECHA: OCTUBRE 2021						
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM						
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM						
INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
yogurt de almendra	1500	ml	1000		\$2.83	\$4.25
sal	5	g	2000		\$0.69	\$0.00
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$4.25
colocar el yogurt en una chuspa por 8 horas para que pierda toda el agua.					Margen de error 5%	\$0.21
cuando ya este sin agua, colocar en un bowl y mezclar con la sal.					Costo Neto	\$4.46
colocar en porciones de 250g, enfriar y empaclar.					Costo por porción	\$0.74
					PVS	\$0.99



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: CREMA VEGETARIANA				FOTO		
CATEGORIA: ADEREZO						
# PAX: 6						
UTENSILIOS: OLLA, CUCHILLO						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C						
FECHA: OCTUBRE 2021						
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM						
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM						
INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
almendra	900	g	1000	peladas	\$9.50	\$8.55
agua	750	ml			\$0.00	\$0.00
zumo de limon	15	g	1000		\$1.51	\$0.02
levadura de cerveza	75	g	500		\$12.00	\$1.80
sal	5	g	2000		\$0.69	\$0.00
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$10.37
Remojar las almendras en agua caliente por lo menos un a hora y colar.					Margen de error 5%	\$0.52
colocar todos los ingredientes en el procesador hasta que esten bien integrados.					Costo Neto	\$10.89
empacar en porciones de 250g y refrigerar.					Costo por porción	\$1.82
					PVS	\$2.41



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: TAHINI				FOTO		
CATEGORIA: ADEREZO						
# PAX: 6						
UTENSILIOS: OLLA, CUCHILLO						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C						
FECHA: OCTUBRE 2021						
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM						
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM						
INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
ajonjoli	1740	g	1000	tostadas	\$6.00	\$10.44
aceite de girasol	90	g	5000		\$13.80	\$0.25
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$10.69
colocar el ajonjoli en el procesador hasta que empiece a formar una pasta.					Margen de error 5%	\$0.53
añadir el aceite hasta formar una pasta cremosa.					Costo Neto	\$11.22
colocar en porciones de 250g, y empacar.					Costo por porción	\$1.87
					PVS	\$2.49



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: HUMMUS				FOTO		
CATEGORIA: ADEREZO						
# PAX: 8						
UTENSILIOS: OLLA, CUCHILLO						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C						
FECHA: OCTUBRE 2021						
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM						
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM						
INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
garbanzo	800	g	1000	peladas	\$3.58	\$2.86
zumo de limon	15	g	1000		\$1.51	\$0.00
tahini	30	g	250		\$1.87	\$0.22
ajo molido	5	g	1000		\$8.81	\$0.04
agua	200	g			\$0.00	\$0.00
sal	5	g	2000		\$0.69	\$0.00
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$3.13
colocar todos los ingredientes en el procesador hasta que esten bien integrados.					Margen de error 5%	\$0.16
empacar en porciones de 250g y refrigerar.					Costo Neto	\$3.29
					Costo por porción	\$0.55
					PVS	\$0.73



UNIVERSIDAD UTE

RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: MAYONESA				FOTO		
CATEGORIA: ADEREZO						
# PAX: 8						
UTENSILIOS: OLLA, CUCHILLO						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 90 DÍAS						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 4°C						
FECHA: OCTUBRE 2021						
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM						
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM						
INGREDIENTE	CANTIDAD RECETA	UNIDAD	CANTIDAD COMPRA	MISE EN PLACE	COSTO TOTAL	COSTO PRODUCTO
aceite de girasol	1500	ml	5000		\$13.80	\$4.14
leche de almendra	750	g	1000		\$1.00	\$0.75
zumo de limon	42	g	1000		\$1.51	\$0.06
sal	5	g	2000		\$0.69	\$0.00
PROCEDIMIENTO					Costo Bruto	\$4.96
colocar todos los ingredientes en la licuadora hasta que esten bien integrados.					Margen de error 5%	\$0.25
empacar en porciones de 250g y refrigerar.					Costo Neto	\$5.20
					Costo por porción	\$0.87
					PVS	\$1.15

Anexo 4 Cotización



Realizaremos tu Cotización

Tu pedido se ha recibido y se está procesando. Para tu información, los detalles del pedido son los siguientes.

Paga en efectivo en el momento de la entrega.

Pedido #13337 (25/10/2021)

Producto	Cantidad	Precio
BALANZA DIGITAL 0-40 LBS. X 0.02 LBS. (PPC-300-03)	1	\$206.48
COCINAS HORNILLAS 1 (S30) (JR-4)	1	\$4,158.80
REFRIGERADOR INDUSTRIAL (MR17-2)	1	\$3,300.83
EMBUDIDORA MANUAL 16 LTS (JS 100)	1	\$916.42
HORNO CONVECCIÓN 4 NIVELES (FD00)	1	\$916.82
LICUADORA INDUSTRIAL (GR1850)	1	\$241.67
CUTTER DE MESA 2-8 LTS 1500 RPM (R2A)	1	\$1,708.10
BATEDORA 60T 575 WATTS (KPS0) - negro	1	\$605.28
EMPAQUADORA AL VACÍO (PRC080)	1	\$530.71
CLICHÉRON SIS 2 CE MANGO CORTO (LJLCP-202H)	1	\$1.85
ESPÁTULA ALTA TEMPERATURA 12" (LJRSO-104R)	1	\$3.90
BATEDOR TIPO PLANO SIS 10 PLG (LJRW-10)	1	\$3.88
CLICHILLO COCINERO 10 PLG - 3	1	\$8.64
TAZÓN DE ACERO INOXIDABLE (T4R20-1) - 1.5	1	\$3.50
TAZÓN DE ACERO INOXIDABLE (T4R20-1) - 4	1	\$5.55
Subtotal:		\$12,996.12
Envío:		Retiro en local
Método de pago:		Llevar el Formulario
Total:		\$12,996.12 (incluye el impuesto no 10%)

Tipo de Documento de Identidad: Cédula

Número de documento de Identidad: 1725011495

Forma de pago: Efectivo

Dirección de facturación

Viviana Parra
 212-71 José Bustos
 Chufo
 Pichincha
 0962678219
viviana99@gmail.com

Anexo 5 Tabla de amortización

Clasificación Segmento Microcédula							
PERIODO	SMA	VALOR	CAPITAL	INTERES	CAPITALIZADO	INTERESADO	OPERACION
0		10287087			-		-10287087
1	30	10286730	863356	48028	3632	-	8791
2	30	10286373	848211	47673	3640	-	8791
3	30	10286016	833066	47318	3647	-	8791
4	30	10285659	817921	46963	3650	-	8791
5	30	10285302	802776	46608	3658	-	8791
6	30	10284945	787631	46253	3665	-	8791
7	30	10284588	772486	45898	3673	-	8791
8	30	10284231	757341	45543	3680	-	8791
9	30	10283874	742196	45188	3688	-	8791
10	30	10283517	727051	44833	3695	-	8791
11	30	10283160	711906	44478	3703	-	8791
12	30	10282803	696761	44123	3710	-	8791
13	30	10282446	681616	43768	3718	-	8791
14	30	10282089	666471	43413	3725	-	8791
15	30	10281732	651326	43058	3733	-	8791
16	30	10281375	636181	42703	3740	-	8791
17	30	10281018	621036	42348	3748	-	8791
18	30	10280661	605891	41993	3755	-	8791
19	30	10280304	590746	41638	3763	-	8791
20	30	10279947	575601	41283	3770	-	8791
21	30	10279590	560456	40928	3778	-	8791
22	30	10279233	545311	40573	3785	-	8791
23	30	10278876	530166	40218	3793	-	8791
24	30	10278519	515021	39863	3800	-	8791
25	30	10278162	499876	39508	3808	-	8791
26	30	10277805	484731	39153	3815	-	8791
27	30	10277448	469586	38798	3823	-	8791
28	30	10277091	454441	38443	3830	-	8791
29	30	10276734	439296	38088	3838	-	8791
30	30	10276377	424151	37733	3845	-	8791
31	30	10276020	409006	37378	3853	-	8791
32	30	10275663	393861	37023	3860	-	8791
33	30	10275306	378716	36668	3868	-	8791
34	30	10274949	363571	36313	3875	-	8791
35	30	10274592	348426	35958	3883	-	8791
36	30	10274235	333281	35603	3890	-	8791
37	30	10273878	318136	35248	3898	-	8791
38	30	10273521	302991	34893	3905	-	8791
39	30	10273164	287846	34538	3913	-	8791
40	30	10272807	272701	34183	3920	-	8791
41	30	10272450	257556	33828	3928	-	8791
42	30	10272093	242411	33473	3935	-	8791
43	30	10271736	227266	33118	3943	-	8791
44	30	10271379	212121	32763	3950	-	8791
45	30	10271022	196976	32408	3958	-	8791
46	30	10270665	181831	32053	3965	-	8791
47	30	10270308	166686	31698	3973	-	8791
48	30	10269951	151541	31343	3980	-	8791
49	30	10269594	136396	30988	3988	-	8791
50	30	10269237	121251	30633	3995	-	8791
51	30	10268880	106106	30278	4003	-	8791
52	30	10268523	90961	29923	4010	-	8791
53	30	10268166	75816	29568	4018	-	8791
54	30	10267809	60671	29213	4025	-	8791
55	30	10267452	45526	28858	4033	-	8791
56	30	10267095	30381	28503	4040	-	8791
57	30	10266738	15236	28148	4048	-	8791
58	30	10266381	0	27793	4055	-	8791
59	30	10266024	0	27438	4063	-	8791
60	30	10265667	0	27083	4070	-	8791
		10287087	7676686	158135	-	-	887886