



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ  
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

**DIRECCIÓN DE POSGRADO Y FORMACIÓN CONTINUA**

**INFORME DE INVESTIGACIÓN PREVIA LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MODALIDAD:  
TRABAJO DE TITULACIÓN**

**TÍTULO:  
FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA MICRO STARTUP  
ESPECIALIZADA EN NUTRICIÓN EN EL CANTÓN BOLÍVAR**

**AUTORA:  
ING. GEMA VALERIA ZAMBRANO SOLÓRZANO**

**TUTOR:  
ING. LENIN OSWALDO VERA MONTENEGRO, PhD**

**CALCETA, AGOSTO DE 2019**

## **DERECHOS DE AUTORÍA**

Gema Valeria Zambrano Solórzano, declara bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de su autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

.....  
**ING. GEMA V. ZAMBRANO SOLÓRZANO**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Ing. Lenin Oswaldo Vera Montenegro, PhD., certifica haber tutelado el trabajo de titulación **FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA MICRO STARTUP ESPECIALIZADA EN NUTRICIÓN EN EL CANTÓN BOLÍVAR**, que ha sido desarrollado por Gema Valeria Zambrano Solórzano, previa la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas Mención Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas Agroproductivas, de acuerdo al **REGLAMENTO DE UNIDAD DE TITULACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE POSGRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....  
**ING. LENIN O. VERA MONTENEGRO, PhD.**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de titulación **FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA MICRO STARTUP ESPECIALIZADA EN NUTRICIÓN EN EL CANTÓN BOLÍVAR**, que ha sido propuesto, desarrollado y sustentado por Gema Valeria Zambrano Solórzano, previa la obtención del título de Magister en Administración de Empresas Mención Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas Agroproductivas, de acuerdo al **REGLAMENTO DE UNIDAD DE TITULACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE POSGRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....  
DR. C. COLUMBA BRAVO

MACÍAS  
**MIEMBRO**

.....  
DR. C. YESENIA ZAMORA CUSME

**MIEMBRO**

.....  
DR. C. MARÍA PIEDAD ORMAZA

MURILLO  
**PRESIDENTE**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de crecer en el ámbito profesional mediante una educación superior llena de valores y progreso en donde he desarrollado mis conocimientos y habilidades que me caracterizan;

A Dios por darme la vida, salud y esperanza para continuar con mis sueños,

A mis Docentes que compartieron sus conocimientos y experiencias en el aula de clases,

A mis familiares y amigos por apoyarme en cada etapa de este proceso de formación.

.....  
**ING. GEMA V. ZAMBRANO SOLÓRZANO**

## DEDICATORIA

A mi mamá Ana Solórzano y mi esposo Miguel Ángel Rivas de manera especial, quienes estuvieron apoyándome con paciencia y comprensión en el proceso de estudio y en cada paso de esta maravillosa etapa, a mis hijos Matías y Enzo por ser mi fuente de inspiración y ganas de triunfar en mi vida profesional, a mis hermanas Ana Gabriela, María José, mi papá Quinche Zambrano quienes me apoyaron y aportaron con la mejor predisposición en el transcurso del camino.

.....  
**ING. GEMA V. ZAMBRANO SOLÓRZANO**

## CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA .....	ii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
CONTENIDO GENERAL.....	vii
CONTENIDO DE CUADROS .....	x
CONTENIDO DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN .....	xiii
PALABRAS CLAVE .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
KEYWORDS.....	xiv
<b>1    CAPÍTULO I. ANTECEDENTES.....</b>	<b>1</b>
1.1    PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2    JUSTIFICACIÓN .....	3
1.3    OBJETIVOS .....	4
1.3.1    OBJETIVO GENERAL.....	4
1.3.2    OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	4
1.4    IDEA A DEFENDER .....	5
<b>2    CAPÍTULO II. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>6</b>
2.1    PYMES.....	6
2.1.1    CARACTERÍSTICAS DE LAS PYMES .....	7
2.2    STARTUPS .....	8
2.2.1    TIPOS DE STARTUPS.....	9
2.2.2    CARACTERÍSTICAS DE LAS STARTUPS .....	10

2.2.3	INNOVACIÓN Y CAMBIO TECNOLÓGICO EN LAS STARTUPS	12
2.3	ÍNDICE PARA MEDIR EL NIVEL DE INNOVACIÓN EN LAS STARTUPS EN EL USO DE TECNOLOGÍA.....	14
2.3.1	NIVEL DE INNOVACIÓN .....	14
2.3.2	USO DE LAS TIC .....	15
2.4	ALIMENTACIÓN.....	16
2.4.1	SOFISTICACIÓN DE LA ALIMENTACIÓN.....	17
2.4.2	ALIMENTACIÓN NUTRITIVA.....	18
2.4.3	CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES DE UNA DIETA SALUDABLE	19
2.5	ALIMENTOS DIETÉTICOS.....	20
2.5.1	OBJETIVOS DEL TRATAMIENTO DIETÉTICO .....	20
2.6	EL ORIGEN DE LOS ALIMENTOS FUNCIONALES, LOS FOSHU .....	22
2.7	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	22
3	CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO .....	24
3.1	UBICACIÓN.....	24
3.2	DURACIÓN .....	24
3.3	VARIABLE DE ESTUDIO .....	24
3.4	TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	24
3.4.1	DE CAMPO .....	24
3.4.2	BIBLIOGRÁFICA.....	25
3.5	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	25
3.5.1	METODO CUALITATIVO .....	25
3.5.2	MÉTODO CUANTITATIVO.....	26
3.6	TÉCNICAS .....	27
3.6.1	ENTREVISTA.....	27
3.6.2	ENCUESTA.....	27



3.7	PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....	28
3.7.1	FASE I.....	28
3.7.2	FASE II.....	28
3.7.3	FASE III.....	29
4	CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	30
4.1	RESULTADO.....	30
4.1.1	FASE I: ESTUDIO DE MERCADO OBJETIVO Y LA MEZCLA DE MARKETING PARA EL ANÁLISIS DEL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LA PROPUESTA.....	30
4.1.2	FASE II: ESTUDIO TÉCNICO QUE DETERMINE LA CAPACIDAD OPERATIVA Y LOS PROCESOS NECESARIOS PARA EL FINANCIAMIENTO DE LA STARTUP.....	54
4.1.3	FASE III: ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PUESTA EN MARCHA .....	67
4.2	DISCUSIÓN.....	85
5	CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	88
5.1	CONCLUSIONES.....	88
5.2	RECOMENDACIONES.....	89
	BIBLIOGRAFÍA .....	90
	ANEXOS.....	95
	ANEXO 1 ENCUESTA.....	96
	ANEXO 2: ENTREVISTA A EXPERTOS.....	97
	ANEXO 3-A FOTO DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA .....	98
	ANEXO 3-B FOTO DE LA APLICACIÓN DE ENCUESTA .....	99
	ANEXO 3-C FOTO DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA.....	99

## CONTENIDO DE CUADROS

Cuadro 1 Tamaño muestral.....	26
Cuadro 2 Entrevista a expertos .....	41
Cuadro 3 Patología de atención primaria mala alimentación 2018 .....	44
Cuadro 4 Patología de atención primaria mala alimentación 2017 .....	44
Cuadro 5 Mercado objetivo insatisfecho.....	47
Cuadro 6 Mercado objetivo de encuesta .....	48
Cuadro 7 Consumo per-cápita anual y semanal.....	48
Cuadro 8 Consumo per-cápita .....	49
Cuadro 9 Precios .....	50
Cuadro 10 Detalle de inversión .....	68
<i>Cuadro</i> 11 Detalle de inversiones .....	68
Cuadro 12 Distribución de inversión.....	70
<i>Cuadro</i> 13 Amortización del préstamo .....	70
<i>Cuadro</i> 14 Capacidad teórica.....	71
<i>Cuadro</i> 15 Capacidad máxima .....	72
<i>Cuadro</i> 16 Capacidad proyectada.....	72
<i>Cuadro</i> 17 Proyección de venta .....	73
Cuadro 18 Proyección de venta .....	73
<b>Cuadro 19</b> Tiempo y porcentaje de depreciación .....	75
Cuadro 20 Cuadro de depreciaciones.....	75
Cuadro 21 Costos .....	76
<i>Cuadro</i> 22 Cuadro de sueldos y salarios.....	78
<i>Cuadro</i> 23 Servicios generales .....	79
<b>Cuadro 24</b> Servicios profesionales y de consultoría .....	79
<i>Cuadro</i> 25 Otros servicios.....	79
<i>Cuadro</i> 26 Costos directos.....	79
Cuadro 27 Costos indirectos .....	80
Cuadro 28 Estado de resultado.....	80
Cuadro 29 Balance general.....	80
Cuadro 30 Flujo de caja .....	82
Cuadro 31 Inversión inicial .....	83
Cuadro 32 Flujo Acumulado .....	83

Cuadro 33 Payback.....	83
Cuadro 34 Tasa de rendimiento promedio .....	83
Cuadro 35 Tasa de rendimiento .....	83
Cuadro 36 Valor actual neto.....	84
Cuadro 37 Cálculo de VAN .....	84
Cuadro 38 Índice de rentabilidad.....	84
Cuadro 39 Tasa interna de retorno .....	84
Cuadro 40 Costos .....	85
Cuadro 41 Punto de equilibrio.....	85
<b>Cuadro 42</b> Costos directos y costos indirectos .....	85

## CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1. Recopilación de conceptos hilo conductor .....	6
Figura 2 Ubicación del desarrollo del proyecto.....	24
Figura 3. Género .....	31
Figura 4. Edad .....	31
Figura 5. Frecuencia que come fuera de casa .....	32
Figura 6. Razones por las que come fuera.....	32
Figura 7. Razones por las que las personas almuerzan todos los días fuera de casa .....	33
Figura 8. Razones por la que las personas almuerzan fuera de casa 5 o 6 ....	33
Figura 9. Razones por la que las personas almuerzan fuera de casa 3 o 4 ....	34
Figura 10. Razones por la que las personas almuerzan fuera de casa 1 o 3 veces .....	34
Figura 11. Personas por las que las personas almuerzan fuera de casa una vez cada 15.....	35
Figura 12. <i>Gasto aproximado</i> .....	36
Figura 13. Comida 100% saludable .....	36
Figura 14. Aspectos para mejorar la alimentación.....	37
Figura 15. Padece alguna de estas enfermedades .....	38
Figura 16. ¿Estaría dispuesto a incluir en su alimentación comida nutritiva? ..	38
Figura 17. Aspectos importantes para elegir un lugar para comer.....	39
Figura 18. Conocer un lugar certificado.....	40
Figura 19. Almorzaría en un lugar de comida saludable.....	40

Figura 20 Publicidad .....	41
Figura 21. Mercado Objetivo .....	47
Figura 22 Mercado objetivo muestra .....	48
Figura 23. <i>Etapas de inbound marketing</i> .....	51
Figura 24 Ubicación .....	52
Figura 25. Servicios micro startup .....	53
Figura 26. Organigrama empresarial.....	56
Figura 27. Proceso de venta .....	58
Figura 28. Menú Personalizado .....	59
Figura 29. Recepción de pedidos .....	60
Figura 30. Revisión y compra de materia prima .....	61
Figura 31. Preparación de alimentos y empaquetado .....	62
Figura 32 Entrega a domicilio .....	63
Figura 33. Cobranza .....	64
Figura 34. Atención médica .....	65
Figura 35. Atención médica .....	66
Figura 36. Gráfico de detalle de inversión .....	68
Figura 37. Gráfico comparativo capacidad de producción .....	73
Figura 38. <i>Producción anual</i> .....	74
Figura 39. Previsión 10 años.....	74
Figura 40. Gráfico de costos .....	77
Figura 41. Punto de equilibrio .....	85

## **RESUMEN**

Esta investigación se basó en conocer la factibilidad que tendría una micro startup especializada en nutrición en el Cantón Bolívar por lo cual se desarrolló un estudio de mercado objetivo mediante una encuesta, para conocer los gustos y preferencias de los que podrían ser clientes potenciales, como resultado se obtuvo que la micro startup tendría una aceptación favorable y atractiva, ya que se evidenció en los datos adquiridos que el 100% de personas encuestadas si estarían dispuestas a incluir este servicio a su vida cotidiana, resaltando que como principal actividad tendría ofertar al cliente un servicio de alimentación personalizada, con diferentes opciones para todos los gustos y preferencias encaminados al beneficio, comodidad y salud de los mismos, contando con un servicio médico y entrega a domicilio lo que conlleva a tener practicidad con las personas que trabajan y no tienen tiempo para preparar los alimentos y esto cubre la demanda estudiada que es la Población Económicamente Activa del Cantón Bolívar, asimismo se formuló el estudio técnico en el que se determinó la capacidad operativa y los procesos necesarios para el financiamiento y funcionamiento de la micro Startup, se realizó un estudio económico-financiero para la puesta en marcha, y se obtuvo como resultado que la inversión para este micro emprendimiento tendrá un capital inicial de \$80.000, 37.5% será la inversión de dos socios accionistas y el 62.5% será financiado por medio de la Corporación Financiera Nacional.

## **PALABRAS CLAVE**

Nutrición, microemprendimiento, factibilidad, plan de negocio, enfermedades.

## **ABSTRACT**

This research was based on knowing the feasibility that a micro startup specialized in nutrition in Bolivar Canton would have for which a target market study was developed through a survey, to know the tastes and preferences of those who could be potential customers, as a result it was obtained that the micro startup would have a favorable and attractive acceptance, since it was evidenced in the acquired data that 100% of people surveyed would be willing to include this service to their daily life, highlighting that as the main activity they would have to offer the client a personalized food service, with different options for all tastes and preferences aimed at their benefit, comfort and health, with a medical service and home delivery which leads to practicality with people who work and do not have time to prepare food and this covers the demand studied which is the Population Economically Active of Bolivar Canton, the technical study was also formulated in which the operational capacity and the processes necessary for the financing and operation of the micro Startup were determined, an economic-financial study for the implementation was carried out, and the result was that the investment for this micro venture will have an initial capital of \$ 80,000, 37.5% will be the investment of two shareholders and 62.5% will be financed through the National Finance Corporation

## **KEYWORDS**

Nutrition, micro-entrepreneurship, feasibility, business plan, diseases.

# CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

## 1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La alimentación en la actualidad es una de las pautas para llevar una vida saludable y prospera. Sin embargo, cambios de nivel de: cultura, las actividades diarias, el trabajo, entre otras, conlleva a que gran parte de la población tenga una alimentación poco saludable, con altos contenidos de grasa. Se calcula que más de 300 millones de personas en el mundo son obesos; un claro ejemplo es Europa en que la obesidad afecta al 12% de los hombres y al 18% de las mujeres y uno de cada 10 niños entre 2 y 17 años tiene obesidad y sobrepeso (Palenzuela, Pérez, Perula, Fernández y Maldonado 2014).

Palenzuela et al. (2014) manifiestan que las enfermedades que aparecen en la segunda mitad de la vida dependen de la alimentación que se ha seguido durante las primeras etapas y se ha demostrado que existe una relación directa entre ésta y la morbilidad. Según la Organización Mundial de la Salud (2017), "los principales factores determinantes de la salud están ligados a la alimentación y a la práctica de actividad física. Así, llevar una alimentación equilibrada, realizar actividad física de manera habitual y mantener un peso adecuado a lo largo de la vida es el medio para protegerse de la mayoría de las enfermedades crónicas" (p.4).

El consumo excesivo de alimentos, superior en términos generales a las ingestas recomendadas en cuanto a energía y nutrientes en la población, es la pauta para generar la presencia de enfermedades, es así que la OMS (2017) expresa que el número de niños y adolescentes de edades comprendidas entre los cinco y los 19 años que presentan obesidad se ha multiplicado por 10 en el mundo en los cuatro últimos decenios. Las conclusiones de un nuevo estudio dirigido por el Imperial College de Londres y la OMS indican que, de mantenerse las tendencias actuales, en 2022 habrá más población infantil y adolescente con obesidad que con insuficiencia ponderal moderada o grave.

Correa (2014), argumenta que los índices de esos males en Ecuador son "alarmantes" y constituyen una "epidemia en marcha". Uno de cada tres niños en edad escolar y dos de cada diez adolescentes ecuatorianos padecen de

sobrepeso u obesidad, lo que coincide con la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2011-2013, que también señala que entre 1986 y 2012, el sobrepeso en Ecuador se incrementó 104%.

Manabí en los últimos tiempos ha tenido una significativa evolución en sus hábitos alimentarios, debido a muchos factores, como la migración, pérdida de costumbres ancestrales y el aumento de empresas transnacionales de comida procesada, que generalmente son productos con altos niveles en grasas, azúcares, sodio, calorías y bajos en nutrientes importantes, como vitaminas y minerales lo que ha generado un aumento en el número de personas con diabetes y obesidad (Ruiz, 2014).

De acuerdo Rivera, León y Serna (2015) la mala nutrición es un factor de riesgo para las personas que se encuentran en un proceso postoperatorio de recuperación inmediata y tardía, pueden surgir complicaciones como la “desnutrición, deficiencia de macro y micronutrientes, deshidratación, diarrea, vómito y/o regurgitación, disfagia, intolerancias alimentarias, síndrome de dumping, hipoglicemia reactiva, estreñimiento, excesiva pérdida de cabello, hiperoxaluria y nefropatía por oxalato, coleditiasis, sobrecrecimiento bacteriano, reganancia de peso” entre otras complicaciones que alteran el estado de nutrición y que se pueden tratar eficazmente con una intervención nutricional ya que si no se toman las medidas necesarias con el pasar del tiempo puede causar la muerte del paciente (p.3).

En el cantón Bolívar existe una gran parte de la población que sufren de enfermedades como la diabetes, obesidad, hipertensión, provocadas en gran medida por los desórdenes alimenticios ya que, por motivos de trabajo, la falta de tiempo, la practicidad, conlleva al individuo a adaptar nuevos hábitos en la alimentación consumiendo productos poco saludables que son ricos en grasa, sal y azúcares, con estos antecedentes la autora se plantea la siguiente interrogante.

¿Es factible la creación de una micro startup especializada en Nutrición, que brinde servicios para pacientes con desórdenes alimenticios y recuperación postoperatoria en el Cantón Bolívar?



## 1.2 JUSTIFICACIÓN

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Constituyente, 2008) art. 13 establece que todas las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. Además, Roper, Marquina, Sarmiento y Beltra (2017) argumentan que una alimentación saludable es una de las herramientas más poderosas para conseguir y mantener un buen estado de salud, recalcando que esta puede contribuir a prevenir la obesidad y otras enfermedades. Por lo tanto, la buena alimentación es fundamental para prevenir la obesidad y el sobrepeso constituyéndose como una medida eficaz para reducir su incidencia.

Por otro lado, Samar (2014) indica que un estado con una población saludable no requiere invertir grandes cantidades de dinero en tratamientos médicos para combatir la presencia de enfermedades de cualquier índole, pero si es necesario que el gobierno incentive a la prevención mediante una adecuada nutrición, ya que una buena población con buenos hábitos de alimentación, es una población sana, útil para la sociedad y que puede desarrollar de mejor manera sus capacidades productivas y laborales, por otro lado de acuerdo a Rivera et al. (2015) se estima que el gasto mundial para la atención a pacientes con obesidad, será de 1,1 millones de dólares para el año 2030.

Con la creación de una micro startup especializada en nutrición se aportará en gran medida a la calidad de vida y cuidado de la salud de las personas y de la sociedad en general, reduciendo malos hábitos alimenticios, dándole una practicidad a quienes muchas veces no cuentan con el tiempo requerido para preparar estos alimentos, debido al ritmo acelerado, ocupaciones y desconocimientos de los alimentos que conllevan a la buena nutrición, la misma que ayudará a la prevención de enfermedades y/o contrarrestarlas.

Por otro lado, el Plan Nacional del Buen Vivir (2017) impulsa la transformación de la matriz productiva siendo uno de los aspectos más importantes para lograr un cambio en la economía del país, este cambio se basa en cuatro ejes que

son la diversificación productiva, agregar valor a la producción, sustitución de importaciones y fomentar las exportaciones de bienes de consumo final.

Así mismo, Carbajal (2013) argumenta que la alimentación, la dieta, la nutrición cumple un rol fundamental en el mantenimiento de la salud y por ende en la prevención de enfermedades incluso antes del nacimiento, la adecuada alimentación suministra energía para el mantenimiento de las funciones y actividades del ser humano, aporta materiales para la formación, crecimiento y reparación de las estructuras corporales y para la reproducción, suministra las sustancias necesarias para regular los procesos metabólicos, y por ultimo reduce el riesgo de algunas enfermedades.

Por tal motivo la presente propuesta, no solo se justifica en el hecho de conocer la factibilidad de implementar una empresa con las características antes presentadas, sino que desde el punto de vista socioeconómico, se puede constituir en una oportunidad a implementar, con grandes beneficios para la comunidad en general; porque se puede brindar una solución, tanto para personas con sobrepeso, o para aquellas que necesitan una dieta especializada, como parte de un plan de prevención o curación de determinadas enfermedades (Cruz, Tuñón, Villaseñor, Álvarez y Nigh, 2013).

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la factibilidad de una micro startup especializada en nutrición en el Cantón Bolívar

#### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Desarrollar el estudio de mercado objetivo y la mezcla de marketing para el análisis del nivel de aceptación de la propuesta.
- Formular el estudio técnico que determine la capacidad operativa y los procesos necesarios para el financiamiento de la Startup.
- Estructurar el estudio económico - financiero de la implementación y puesta en marcha.

## **1.4 IDEA A DEFENDER**

La creación de una micro startup especializada en nutrición en el cantón Bolívar, se convierte en una opción de dieta balanceada para personas con problemas de salud, desórdenes alimenticios y pacientes en el proceso postoperatorio, contribuyendo a mejorar la calidad de vida, reduciendo el índice de mortalidad.

## CAPÍTULO II. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

En el presente capítulo hace referencia una recopilación de definiciones, conceptos y reseñas sobre temas indispensables y cruciales sobre las Startups que indican en esta investigación. Además, esto se lo realiza con el fin de que el investigador se relacione con argumentos confiables y con ello darle un sustento de credibilidad y seguridad a este trabajo a continuación, en la Figura 1 se muestra el hilo conductor del tema investigado.

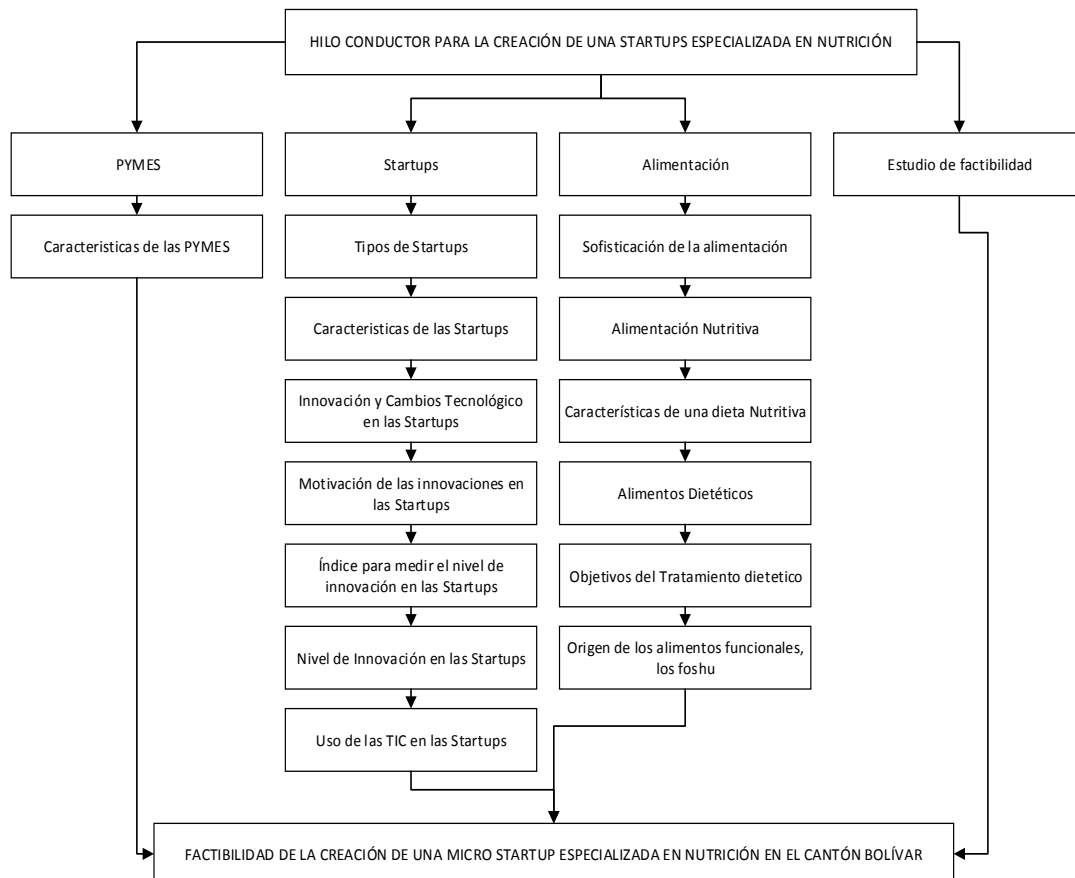


Figura 1. Recopilación de conceptos hilo conductor

### 2.1 PYMES

Según Vásquez (2007) citado por García y Villafuerte (2015) afirman que las PYMES suelen contar con una estructura organizacional simple que agiliza la toma de decisiones y la adaptabilidad ante cambios de entorno, a la vez que mejora el flujo de información y la comunicación entre sus miembros, lo que repercute en una mayor flexibilidad y capacidad de adaptación estructural.

Asimismo, al ser en muchas ocasiones negocios familiares, impera un elevado nivel de compromiso y motivación de sus integrantes, a la vez que la cercanía al cliente le otorga ventajas de información y mayor flexibilidad para producir pequeñas cantidades, a corto plazo y con determinadas especificaciones (p 50).

Saltos y Vásquez (2011) citado por García *et.al* (2015) argumentan que las PYMES ecuatorianas ocupan un gran porcentaje en el tejido empresarial, puesto que representan 2.6% del producto interno bruto (PIB) nacional, representan aproximadamente 95% de los establecimientos industriales, participan en el PIB industrial en 24%, en las exportaciones en 5%, generan empleo tanto directo como indirecto a 1.000.000 de personas. Ante esta situación resulta de gran interés estudiar las condiciones de financiación ofrecidas a las PYMES, los mecanismos alternativos y la medida que estos factores debilita o potencia sus posibilidades de crecimiento, (p. 53).

Las PYMES alrededor del mundo son fuente importante dentro de la economía sobre todo de los países en vías de desarrollo, se caracterizan por ser pequeñas y medianas es decir que se manejan con un número de trabajadores limitados, en la mayoría de ellas el propietario hace de gerente y él es la máxima autoridad, el flujo de información es más fluido por lo que no existe una estructura organizativa tan compleja, se dice que gran parte de la economía a nivel local está dada por este tipo de empresas.

### **2.1.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS PYMES**

Las actividades del sector de servicio requieren generalmente unas destrezas básicas y las actividades de producción requieren a menudo destrezas más sustanciales y un capital más grande. El gran porcentaje de microempresarios en el sector comercial está también reflejado, como será visto después, en la mayor concentración de clientes de las microfinanzas en el sector de comercio, (USAID ECUADOR, 2013)

Además, Bermúdez (2014) menciona que la mayoría de las PYMES se caracterizan por tener como actividades comerciales la artesanía, comercio, turismo y servicios. En artesanía se agrupan las empresas que trabajan con

barro y arcilla, las que lo hacen en pintura en tela y piedra, y las que comercializan artículos de bisutería. El grupo de las empresas comerciales lo forman todas aquellas microempresas que compran y venden mercancías, por ejemplo, pulperías, tiendas y sodas. El grupo de turismo es el de las empresas dedicadas a esa actividad, las de transporte turístico, de guías turísticos, de hospedaje para turistas, y las de recreación turística. Las empresas de turismo por lo general prestan servicios, pero no se consideran dentro del grupo de servicios. Las empresas de servicios incluyen a las empresas que ofrecen intangibles, como servicios de jardinería, mantenimiento de instalaciones, servicios eléctricos, servicios mecánicos, etc. Esencialmente las PYMES se caracterizan o diferencian al resto de las otras empresas por:

- En cuanto a ubicación geográfica, se concentran en las ciudades grandes como Quito y Guayaquil se asientan el 57% de los establecimientos; en Azuay, Manabí y Tungurahua el 22%; y el 21% corresponde a 17 provincias.
- La capacidad para dinamizar la economía es muy grande, constituye un importante mecanismo para aliviar la desocupación y combatir la pobreza, ya que genera ingresos que permiten satisfacer las necesidades básicas y más elementales del empresario y de su familia que también participa directamente en la actividad” (p. 7)

Las Pymes se caracterizan porque representan un alto porcentaje de las unidades productivas, además son entes generadores de empleo y se adaptan rápido a los cambios por lo que son consideradas muy flexibles a los grandes cambios, se dedican a la ejecución a toda clase de negocio de compra, producción y comercialización de bienes y servicios, pero las más destacadas son las de alimentación, bisutería, venta de productos agrícolas entre otros.

## **2.2 STARTUPS**

De acuerdo a Gómez y Botero (2015) una Startup es una entidad que inicia a partir de la identificación de una oportunidad de negocio en el mercado ya sea por los integrantes de una organización o por un grupo de emprendedores que determinan una necesidad que no ha sido cubierta o no se satisface como

debe de ser a cabalidad, con el fin de abarcar a ese mercado y satisfaciendo adecuadamente esa necesidad identificada. Además, es considerada como una entidad humana diseñada para crear un nuevo producto o servicio bajo condiciones de extrema incertidumbre (p. 5).

En los últimos años ha tomado fuerza la concepción de la empresa emergente como una etapa de innovación que no necesariamente debe tener base tecnológica ni ciertas dimensionalidades; puede ser una PYME o comenzar directamente como una gran empresa. Particularmente en Latinoamérica, desde su definición primaria, este tipo de empresa es un pre-requisito para analizar y evaluar el crecimiento e impacto del tejido emprendedor. Aclarar su definición conduce también a disminuir la tasa de mortalidad empresarial en sus primeros inicios. Es así que, desde el punto de vista teórico, la Startup es casi una hipótesis todavía en construcción y aún no demostrada en su totalidad, aunque también se asume en la región como una compañía consolidada demostrada en la práctica y vigente en los tiempos cambiantes (Montoya, 2015, p.8).

Una Startup es una organización conformada por un grupo de personas sean estos novatos o con experiencia en negocios que identifican en el mercado una necesidad sea esta de un producto o servicio que no ha sido satisfecha o cubierta por alguien más, viéndolo como una oportunidad de negocio, además estas son en la actualidad nuevas unidades de negocio donde la finalidad es cubrir esa necesidad encontrada en un mercado particular bajo condiciones de incertidumbre.

### **2.2.1 TIPOS DE STARTUPS**

De acuerdo con Alarcón (2017) existen diferentes clases de Startup las cuales están clasificada de según las actividades comerciales que desempeñan entre estas se destacan las siguientes:

**Fintech:** Estos se caracterizan porque su actividad comercial se basa en brindar servicios financieros como: Pagos, transacciones, banca online, etc. Este tipo de ideas han sido las predilectas en las últimas décadas en cuestión de financiamiento. Han sido el foco de atención para empresas financieras.

**E-Commerce:** El enfoque de esta categoría es el comercio a través de medios electrónicos como los mercados en línea negocios que en la actualidad está de muy de moda por la facilidad de compra para el beneficiario.

**Internet of Things:** este tipo de negocio se basa en encontrar soluciones, las cuales interconecta diversos dispositivos para mejorar las tareas cotidianas de las personas. Estas soluciones pueden estar orientadas a ocio (relojes Bluetooth, accesorios móviles), automatización de tareas domésticas, entre otros.

**Salud:** Como el nombre lo indica este tipo de Startup se enfoca en el desarrollo de soluciones para monitorear, controlar y mejorar el estilo de vida a través de su uso. Dentro de este grupo de Startup, encontramos 4 categorías: comparadores/servicios, Apps de seguimiento, Wearables y de investigación.

**Economía Colaborativa:** Son aquellas aplicaciones desarrolladas con la finalidad de crear vinculo o que actúan como intermediario entre personas clientes, para que realicen transacciones económicas lo que permite incrementar ventas.

**Educativas:** estas ofrecen diversas herramientas para mejorar el proceso de conocimientos y destrezas mediante plataformas que ofrecen información y coadyuvan al aprendizaje en cualquier ámbito.

Además, las Startups tienen características definidas para identificarlas y se detallan en el siguiente epígrafe.

### **2.2.2 CARACTERÍSTICAS DE LAS STARTUPS**

De acuerdo a Montoya (2015) entre las características que identifican a las Startups están:

- Es el prototipo moderno de una futura empresa consolidada en el concierto global, es decir que se encamina a una consolidación en el mercado mediante es decir que es sostenible y escalable.



- Este tipo de negocio lleva el portafolio de requisitos exigidos por sus socios inversionistas: capital invertido, propuesta de valor, abordaje de un nicho de mercado investigado y tiempo de desarrollo en relación con el tamaño, desde la PYME hasta la compañía en crecimiento.
- Es una empresa de nueva creación que presenta unas grandes posibilidades de crecimiento, es de fácil adaptación al mercado y gran capacidad de cambio, con crecimiento exponencial en América Latina.
- Es un negocio de tipo empresario/emprendedor basado generalmente en tecnologías, que cuenta con personal capacitado en marketing, producción, desarrollo e investigación al servicio del negocio.
- Hace uso indispensable de las redes sociales y de los avances tecnológicos

Para Muñoz (2015) las Startups se caracterizan por:

**Compañía joven y cercana al cliente:** las Startup desde su inicio siempre están cerca del cliente, cercanía misma que se va perdiendo acorde a la evolución de la empresa.

**Innovadora y multidisciplinaria:** Una Startup se caracteriza por “satisfacer las necesidades del cliente de una manera distinta y, para ello, debe buscar soluciones innovadoras” por lo que una Startup cuenta entre su personal con un ingeniero entre sus fundadores.

**Capacidad de crecimiento:** este tipo de negocio es escalable teniendo capacidad de crecimiento ya que en el momento en que se encuentra una solución adecuada y se trabaja en la repetición de la compra, una Startup tiene una altísima capacidad de crecimiento al poder replicar su modelo de negocio en distintos mercados.

Las Startups se caracterizan por tener esa cercanía al cliente lo que le permite ver, analizar lo que él desea o quiere, además por estar innovando dentro de sus procesos al momento de solucionar sus problemas no copia ni aplica algo ejecutado o realizado por otra empresa si no que ella misma establece sus métodos, además se caracteriza por ser una empresa de nueva creación que

debe tener grandes posibilidades de crecimiento, y con gran capacidad de cambio.

### **2.2.3 INNOVACIÓN Y CAMBIO TECNOLÓGICO EN LAS STARTUPS**

Zayas, Parra, López y Torres (2015) dicen que el cambio tecnológico e innovación en las Startups hace referencia a pequeñas y grandes modificaciones dirigidos a incrementar la funcionalidad y las prestaciones de la empresa que, al realizarse de manera continua pueden construir grandes cambios y construir la base para el progreso y crecimiento. En la actualidad los grandes cambios tecnológicos que se dan en el campo empresarial corresponden a los resultados en gran parte de la adaptación de programas a largo plazo que se caracterizan por una sistemática y continua mejora en el diseño de productos y procesos. La Innovación tecnológica inicia con la utilización de la tecnología como intermedio para introducir un cambio en la organización Este tipo de innovación se lo adapta con mayor continuidad a los aspectos asociados a la producción para reducir el tiempo de transformación de materia prima y ser más eficientes.

De acuerdo a Londoño (2015) se entiende como innovación la acción de producir otras cosas, o las mismas por métodos distintos. La innovación busca hacer más atractivo un producto o servicio para atraer más clientes y por ende esta debe ir acorde a las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores, por la innovación se desarrolla y crea nuevos bienes, la innovación puede aplicarse a cualquier ámbito dentro de la empresa ya sea en los procesos, a lo organizativo, a la comercialización entre otros.

Según Pizzi y Brunet (2013) el emprendimiento y la innovación se posicionaron como instancias estratégicas de la competitividad y el desarrollo. Este posicionamiento explica que el emprendimiento y la innovación sean parte de las nuevas reglas del juego del capitalismo y, si se aceptan esas reglas, la opción real para las sociedades es participar en ellas de la forma más rentable. Por ello, en la actualidad la evidencia internacional confirma que los niveles más altos de desarrollo capitalista corresponden a países que muestran también altos niveles de emprendimiento innovador en sus economías (p.3)

En el último tiempo la innovación tecnológica ha arribado, posicionando y tomando cada vez más fuerza en las compañías ya que por medio de la innovación se puede lograr el camino para su proyección ya que no importa si la innovación es de gran escala o no ya que la rutina de aplicarla puede conseguir el desarrollo y fortalecimiento industrial. Con el pasar del tiempo las Startups han comprendido que no es suficiente el hecho de suministrar productos de buena calidad y precio, si no es importante garantizar buenos plazos de entrega, facilidad y simplificación en los procesos de pedido, suministros y garantías para sus clientes.

### **2.2.3.1 MOTIVACIÓN DE LAS INNOVACIONES EN LAS STARTUPS**

En base a lo que argumentan Olivier y Thompson (2009) con respecto a las principales motivaciones para la realización de las innovaciones se encontró en orden de importancia decreciente:

- 1) mejorar la calidad de los productos,
- 2) disminuir costos y precio,
- 3) disminuir tiempos de fabricación y
- 4) mejorar diseño de los productos; las primeras tres motivaciones están estrechamente relacionadas con las innovaciones en el proceso y la cuarta con el producto. Por otra parte, este resultado confirma que el deseo por mejorar la competitividad de los productos es un motor de las innovaciones (p17).

La innovación y la competitividad son los principales multiplicadores en las economías industrializadas y emergentes. El comportamiento innovador se ha atribuido a una serie de factores, como las estructuras institucionales, los comportamientos emprendedores y arriesgados, el aprendizaje organizacional y las capacidades tecnológicas y organizacionales. Un ejemplo de comportamiento innovador arriesgado es el de las PYMES, por lo que los nuevos desarrollos teóricos relativizan la idea difundida de que son principalmente las grandes empresas las que llevan adelante procesos de innovación, (Pizzi 2013).

La innovación es producto de los grandes avances tecnológicos, los cambios estructurales de la sociedad, la adaptación de nuevas culturas entre otros factores que impulsan a los clientes, usuarios, consumidores hacer más exigentes en gustos, preferencias, necesidades. La innovación busca responder a estas exigencias y ser competitivos en el mercado, esta se puede aplicar en cualquier ámbito sea en lo comercial, en la educación, en la salud buscando siempre minimizar los procesos, eliminar actividades que no dan valor agregado a los productos y por ende los costos de producción y así poder aumentar el nivel de eficiencia y eficacia y ser mucho más productivo.

## **2.3 ÍNDICE PARA MEDIR EL NIVEL DE INNOVACIÓN EN LAS STARTUPS EN EL USO DE TECNOLOGÍA**

Para conocer el índice para medir el nivel de innovación en las Startups en el uso de la tecnología, es necesario tener claro los siguiente:

- Nivel de innovación
- Uso de las TICs

Los mismos que se detallan en los siguientes apartados.

### **2.3.1 NIVEL DE INNOVACIÓN**

Lundvall & Maskell, (2000) citado por Romero, Rébora y Camio (2010) la innovación es la capacidad innovativa de las PYMES, para la potencialidad de idear, planear y realizar innovaciones a partir del uso de los conocimientos tecnológicos y organizativos formales e informales en la organización. El proceso de innovación que se genera es resultado de la interacción entre las competencias desarrolladas, el aprendizaje que se va desarrollando, la cultura organizacional y el ambiente en el que la entidad u organización actúa. La innovación se concibe, como un proceso complejo de transformación del conocimiento genérico en conocimiento específico, a partir de las competencias desarrolladas por la firma, mediante un aprendizaje que asume riesgos idiosincrásicos y que está modelado por las características de la cultura organizacional (p.5)

Tramon (2017) conceptualiza a la Innovación como la transformación de una idea en un producto vendible, nuevo o mejorado, en un proceso operativo en la industria o en un nuevo método de servicio, lo que supone un cambio que tiene su reflejo en una novedad y su filosofía, desarrollo y ejecución que afecta a todas las áreas de la empresa. Las Startups identifican una oportunidad de negocio para satisfacerla para ello aplican la innovación las mismas que puede darse a nivel radical, incremental, en el proceso o en el producto.

### **2.3.2 USO DE LAS TIC**

Se refiere infraestructura TIC condiciones de base con las que debe contar una empresa para transitar en la SC, especialmente en cuanto a computadoras personales, Internet, red LAN, entre otras. Según Ortegón y Ortegón (2015) la dirección en la empresa y su gestión en internet posee un especial interés e importancia, principalmente manifestado en las revistas y periódicos actuales, y en menor medida en la literatura académica. Esta proliferación de nuevas tecnologías ha facilitado la revolución en las comunicaciones en diferentes medios, incluso el uso y la presencia de la empresa en medios sociales en la web. En este sentido, se presenta un resultado de investigación concerniente a explorar el uso de medios de comunicación en línea y de redes sociales y sus relaciones con:

- 1) el tipo de empresa y
- 2) la apropiación de tecnologías digitales por parte de un conjunto de micro, pequeñas y medianas empresas, (p.86).

En la actualidad las tecnologías de información y comunicaciones (Tics) están promoviendo grandes cambios en muchos sectores industriales: redes de transmisión de datos de alta velocidad, bodegas de datos, Internet, e-business, e-commerce y otras tecnologías nuevas están rompiendo barreras tradicionales para hacer negocios y transformar la forma en que éstos operan. Las herramientas otorgan el Acceso a Internet y un motor de buscador en línea ayuda a encontrar mejores opciones. Por lo que las Startups lo utilizan bastante las redes sociales para estar cerca del cliente (Alarcón, 2017, p.35).

En base a lo mencionado podemos enmarcar la importancia que tienen las nuevas tecnologías en las empresas y el valor agregado que dan a las mismas, pero no todos las StartUps buscan este tipo de innovación, o simplemente no ven la necesidad de hacerlo, ya que disponer de tecnologías de última generación no cubre todas las expectativas de innovación. Es por ello que nacen las startups, las cuales se basan siempre en algún tipo de innovación en sus procesos productivos, procesos tecnológicos y por supuesto ser una empresa o negocio diferenciado. Un acontecimiento nuevo en el mundo de las empresas y los emprendedores hoy en día es la relación con empresas emergentes que tienen una fuerte relación laboral con la tecnología. Se trata de negocios con ideas innovadoras, que sobresalgan en el mercado apoyadas por las nuevas tecnologías.

## **2.4 ALIMENTACIÓN**

Vivero y Dafermos (2015) dicen que la alimentación, aire y agua son las condiciones esenciales para el funcionamiento de nuestro cuerpo. Se trata de recursos limitados pero producidos por la naturaleza de manera renovable, cuyas condiciones de titularidad son, en cualquier caso, diversas. Por su parte, los alimentos se han considerado tradicionalmente como un bien privado, de uso excluyente y rival, con la excepción de la alimentación silvestre producida directamente por la naturaleza. En la actualidad, el valor de los alimentos se ha ido deslizando desde consideraciones basadas en la cultura, en la alimentación como derecho o en su capacidad de aportar seguridad y salud (valor de uso) hacia consideraciones mercantiles (valor de cambio).

La tendencia de la población por llevar una vida más sana ha ido en aumento; el consumidor es más exigente, le preocupa el origen de sus alimentos, prefiere lo natural y busca la practicidad de las preparaciones y, selecciona productos específicos para su dieta. Asimismo, el ritmo de vida cada vez más acelerado en que vivimos, la poca disponibilidad de tiempo para preparar y consumir alimentos, genera nuevas oportunidades para el desarrollo de empresas de comida saludable *delivery*, con el propósito de impulsar a las personas a llevar un estilo de vida sano disfrutando de una alimentación rica y variada, de

manera fácil, adaptada a su estilo de vida y necesidades en la comodidad de su casa u oficina (Ríos, 2017).

La alimentación es la acción de ingerir alimentos para nutrirse de nutrientes y proteínas que son que los encargados de proveer al ser humano de energía para sobrevivir, esta varía de acuerdo a la persona ya que se ve influenciada por sus gustos y lugar de origen, teniendo a la cultura como un factor que incluye directamente en la alimentación debido a que en cada lugar existen diferentes costumbres y tradiciones y los alimentos serán según la región donde habita

#### **2.4.1 SOFISTICACIÓN DE LA ALIMENTACIÓN**

Con el advenimiento del desarrollo de las sociedades y sus cambios sociales de diversidad de configuración en los núcleos familiares, hábitos de consumo y preferencias alimentarias, esto ha mutado, ha mega diversificado y multiplicado exponencialmente la demanda de consumo de agro alimentos. Pasando de la alimentación por supervivencia de la primera fase a la alimentación caracterizada por las necesidades de las sociedades modernas, propias de la cuarta fase. Hoy existe la demanda de agro alimentos para fabricar productos alimenticios para: Consumo animal Biocombustibles Comida para mascota Consumo humano, (Díaz, Intriago, Tomalá, Paredes, López y Reyes, 2016).

Los residuos en la agroindustria de alimentos venezolana, excluyendo los de origen sanitario, están representados fundamentalmente por descargas líquidas y sólidas, producto de actividades de limpieza y lavado de equipos, proceso productivo, áreas administrativas y empaque, lo que sugiere la aplicación de prácticas preventivas relacionadas con mejor aprovechamiento del agua, así como la recuperación de materiales presentes en los desechos sólidos en muchos de los casos. Prevalcen debilidades que limitan el logro de un desempeño ambiental aceptable, tales como el reconocimiento de la emisión de alguna o varias descargas sin control, la no consignación de su incorporación al RASDA y desconocimiento de su existencia (Sánchez, 2009).

## 2.4.2 ALIMENTACIÓN NUTRITIVA

Blázquez (2017) menciona que la vida actual de la mayoría de personas es sedentaria y cómoda, debido a artefactos que imposibilitan el ejercicio entre ellos está el coche, la calefacción y el ordenador, los que conllevan a una vida más fácil y a disminuir el gasto calórico considerablemente. Para ello es necesario que en las comidas vayan menos calorías, pero sin comprometer la cantidad de nutrientes de la dieta. Todos los alimentos refinados aportan calorías, pero pocos nutrientes, y esto favorece la obesidad y la malnutrición al mismo tiempo, para prevenir esta doble malnutrición. Cuando hay déficits nutricionales, el cuerpo lo interpreta como una necesidad de comida. Si se eligen alimentos de mala calidad nunca se llega a saciar este “apetito nutricional” y las calorías en la dieta siguen aumentando sin que las necesitemos. Sin embargo, comiendo calidad, el organismo se siente a gusto con menos cantidad de alimento.

Los expertos en ciencias médicas y en nutrición advierten desde hace décadas sobre la centralidad de la alimentación para la prevención de enfermedades y el mantenimiento de la salud. La mayor relevancia en las tasas de morbilidad y mortalidad de las enfermedades crónicas no transmisibles especialmente, las cardiovasculares, la diabetes, la obesidad, y algunos tipos de cáncer ha dirigido la atención hacia los factores de riesgo sobre los cuales se espera que los individuos ejerzan control a través de hábitos de vida saludables. A las recomendaciones para controlar el sobrepeso, la presión arterial y los niveles de colesterol “malo” y glucemia en sangre se suman las orientadas a disminuir el riesgo de contraer enfermedades infecciosas a través de la ingesta de alimentos. La preocupación por la alimentación requiere de ciudadanos informados sobre temas de salud, que realicen consultas con los especialistas y controlen lo que consumen para sopesar y limitar riesgos (Freidin 2016).

Una alimentación saludable o nutritiva hace referencia a ingerir una variedad de alimentos que brinden al cuerpo humano los suficientes nutrientes que se necesita para conservarse en un estado sano, sentirte bien y sobre todo tener energía. Dentro de los nutrientes están las proteínas, los carbohidratos, las grasas, el agua, las vitaminas y los minerales. La nutrición es muy esencial



para todo ya que el ingerir en niveles muy altos o muy bajos de proteínas puede generar enfermedades muy riesgosas para la salud.

#### **2.4.3 CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES DE UNA DIETA SALUDABLE**

Una buena alimentación se puede lograr a través de la dieta balanceada, la cual permite satisfacer necesidades reales de energía y nutrientes o nutrimentos. Etimológicamente la palabra dieta significa "higiene de la vida", pero en su concepto más amplio es sinónimo de régimen, método o modelo alimenticio. Una dieta no es más que un conjunto de alimentos que, además de llenar los requisitos del paladar y la satisfacción, deben contribuir con los nutrimentos requeridos por el hombre para que este pueda cumplir sus funciones fisiológicas de crecimiento y desarrollo.

Esta debe ser:

- Suficiente. Los diferentes componentes de la dieta deben estar en las cantidades que garanticen la satisfacción de las necesidades reales de energía y de nutrientes o nutrimentos.
- Variada. Incluye diferentes alimentos en cada comida, y que un mismo alimento sea preparado de diversas formas a través de distintas técnicas culinarias, con buenas prácticas higiénicas de preparación y conservación.
- Completa. Es aquella que contiene nutrientes necesarios para el buen funcionamiento del organismo.
- Armónica (equilibrada). Los nutrientes responsables del aporte de energía deben mantener el equilibrio.
- Adecuada: debe considerar sexo, edad, nivel de actividad física y estado fisiológico del individuo de acuerdo con los requerimientos nutricionales.
- Inocua: es la dieta cuyo consumo habitual no implica riesgos para la salud (exenta de microorganismos patógenos, tóxicos y contaminantes xenobióticos), (Mariño, Núñez y Gámez 2015).

## **2.5 ALIMENTOS DIETÉTICOS**

De acuerdo a Lloparta (2014) con la designación de Alimentos Dietéticos de bajo valor glucídico se entiende los que presentan una disminución, con respecto a los alimentos corrientes correspondientes, de los contenidos de los siguientes carbohidratos asimilables: Mono-, Di-, Oligo- y Polisacáridos. Estos productos libres o reducidos en carbohidratos, son destinados a complementar la dieta de la persona que padece diabetes.

Hevia (2016) indica la alimentación es crucial en la diabetes ya que es una problemática que atañe a toda la sociedad a nivel global y que va en crecimiento, lo que se genera un aumento en los costos en salud. Cuando la patología no alcanza el nivel adecuado repercute en el bienestar y la salud de la persona, y por ende el tipo de alimento que se ingiere influye en el bienestar, pudiendo producir una mayor discapacidad en la población. Se ha demostrado que la educación en diabetes en forma continua, es una herramienta fundamental tanto para la población con factores de riesgo, como desde el momento del diagnóstico de la patología.

La nutrición es parte fundamental de un estilo de vida saludable para las personas con diabetes, seguir un plan de alimentación saludable coadyuva a mantener su nivel de glucosa en la sangre dentro de los límites deseados. Vale indicar que con una adecuada ingesta de alimentos se está previniendo la presencia de enfermedades catastróficas para el ser humano como lo es el cáncer, la diabetes porque el exceso de comida saturada con contenidos elevados de grasa es perjudicial para la salud.

### **2.5.1 OBJETIVOS DEL TRATAMIENTO DIETÉTICO**

Saura (2014) indica que el objetivo del tratamiento dietético debe ser lograr una pérdida de peso mantenida en el tiempo y que conlleve una disminución del riesgo mórbido asociado a la obesidad. Todas las dietas para la reducción de peso se basan en alcanzar el equilibrio energético negativo que obligue a consumir las reservas energéticas en forma de tejido graso de depósito. Existe un gran número de propuestas dietéticas diferentes para perder peso que se

distinguen, principalmente, por recomendar distintos aportes calóricos y distintas proporciones de nutrientes.

Según el aporte calórico, las dietas pueden dividirse en tres grupos: dietas hipocalóricas equilibradas (Hypoenergetic Balanced Diets, HBD), que aportan 1.200 kcal o más al día; dietas bajas en calorías (Low Calorie Diets, LCD), que aportan entre 800 y 1.200 kcal diarias; y dietas muy bajas en calorías (Very Low Calorie Diets, VLCD), con un aporte calórico inferior o igual a 800 kcal diarias, (Saura, 2014).

En la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria, (2009) en la parte concerniente a Derechos del buen vivir Sección primera sobre Agua y alimentación, el Art. 13 de la Constitución establece: Que las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria (Asamblea Constituyente, 2008:29). Así también, en el Capítulo Tercero sobre Soberanía alimentaria en el Artículo 281 se señala lo siguiente:

La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente (Asamblea Constituyente, 2008:137). Es así como en la Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria, del 2009 recoge postulados de Soberanía Alimentaria amparados en el nuevo marco institucional plasmado en la Constitución 2008 y el Plan Nacional del Buen Vivir.

La Ley involucra aspectos como: Acceso a los factores de la producción alimentaria: tierra, agua. 48 prohibición a de la apropiación del conocimiento colectivo y saberes ancestrales asociados a la biodiversidad nacional. Incentivos de tipo fiscal; fondos de garantía y sistemas de seguros Creación del Sistema Nacional de Comercialización para la Soberanía alimentaria Protección a la agro-biodiversidad y los saberes ancestrales vinculados a ella.

Eliminación de importaciones de alimentos de producción nacional, (Terán, Romoleroux, 2013).

## **2.6 EL ORIGEN DE LOS ALIMENTOS FUNCIONALES, LOS FOSHU**

FOSHU, abreviatura del inglés "Food with Specific Health Uses". Los FOSHU, se caracterizan por tener efectos benéficos específicos en la salud del consumidor como resultado de sus ingredientes (prebióticos, probióticos, antioxidantes, ácidos grasos omega-3, ácido fólico, fitoesteroles, fitoestrógenos, entre otros), o porque se le han removido aquellos componentes del alimento que pueden tener un efecto perjudicial en la salud, como por ejemplo la remoción de componentes alérgenos, irritantes, hipercalóricos, entre otros. El efecto positivo de estas modificaciones alimentarias, de adición o de remoción, debe ser evaluado previamente con criterios técnicos y respaldo científico y la autorización de los productos con características de FOSHU incluye la revisión de mensajes saludables según el efecto benéfico en la salud establecido a partir de su consumo.

Los productos aprobados como FOSHU, corresponden a alimentos procesados y no a cápsulas, comprimidos, pastillas, grajeas, u otras formas farmacéuticas. Existen muchas definiciones de AF, quizás las más objetivas son las elaboradas por el Consejo de Alimentación y Nutrición de la Academia de Ciencias de los Estados Unidos que los define como "alimentos modificados o que contienen ingredientes que demuestren acciones que incrementan el bienestar del individuo o que disminuyen los riesgos de enfermedades, más allá de la función tradicional de los ingredientes que contienen" otra definición es la dada por ILSI (International Life Science Institute) la cual argumenta "alimentos que en virtud de la presencia de componentes fisiológicamente activos, proveen beneficios para la salud más allá de la acción clásica de los nutrientes que contienen" (Valenzuela y Valenzuela, 2014, p 12).

## **2.7 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la

información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. En cada etapa deben precisarse todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, o sea optimizarlo.

Puede suceder que del resultado del trabajo pudiera aconsejarse una revisión del proyecto original, que se postergue su iniciación considerando el momento óptimo de inicio e incluso lo anterior no debe servir de excusa para no evaluar proyectos. Por el contrario, con la preparación y evaluación será posible la reducción de la incertidumbre que provocarían las variaciones de los factores (Santos, 2008).

## CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

### 3.1 UBICACIÓN

La presente investigación se realizó en la ciudad de Calceta Cantón Bolívar, mismo que está ubicado en la parte centro noreste de la provincia de Manabí, Ecuador, limitando al este con el cantón Pichincha, al sur con los cantones Portoviejo y Junín, al norte con los cantones Tosagua y Chone.

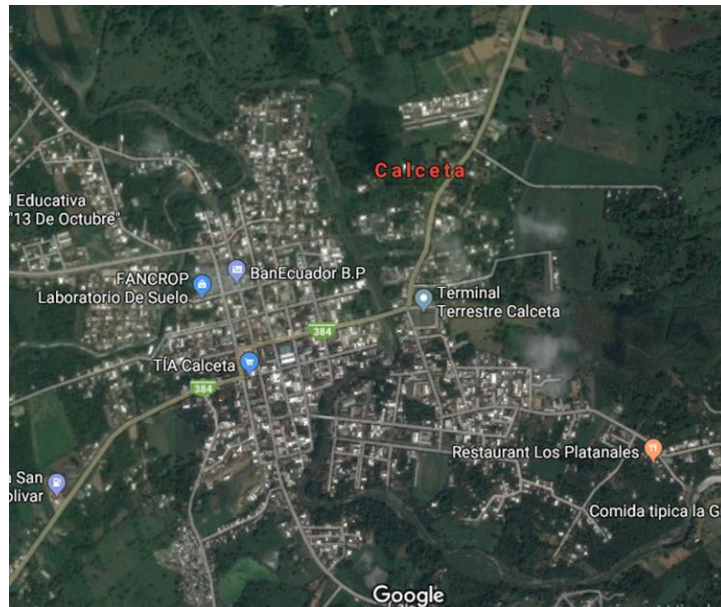


Figura 2 Ubicación del desarrollo del proyecto

### 3.2 DURACIÓN

La investigación tuvo una duración de 6 meses de ejecución.

### 3.3 VARIABLE DE ESTUDIO

- Demanda proyectada para la compra de alimentos nutritivos.
- Factibilidad de una micro Startup especializada.

### 3.4 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la propuesta se utilizaron dos tipos de investigación: de campo y bibliográfica y su definición se detalla a continuación.

#### 3.4.1 DE CAMPO

Corona (2015) indica que este tipo de investigación consiste en que los investigadores acudan a la zona del problema con el fin de preguntar y de

realizar observaciones, tratando de interactuar con el entorno de dicho problema para poder obtener resultados más reales y fieles.

Esta investigación permitió visitar personalmente a la Dirección Distrital De Salud N° 13D06 Junín, Bolívar donde proporcionaron datos estadísticos acerca de las enfermedades de atención primaria relacionadas con la mala alimentación de los años 2017 y 2018.

### **3.4.2 BIBLIOGRÁFICA**

La indagación de fuentes secundarias es crucial, ya que permite sustentar teóricamente la problemática existente de la mala alimentación en las personas generando la presencia de enfermedades leves que con el pasar del tiempo se convierten en graves teniendo la capacidad de generar la muerte en algunos casos, además facilitó la identificación de los métodos y técnicas que se emplearon en este estudio. De acuerdo a Aleixandre *et al.*, (2011) citado por Gómez, Navas, Aponte, Betancourt (2014) expresan que el trabajo de revisión bibliográfica garantiza la obtención de la información más relevante en el campo de estudio. Siendo así que permite la discusión de los resultados obtenidos contra los encontrados en fuentes secundarias.

## **3.5 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Esta investigación se basó en un enfoque mixto, debido a que por una parte se analizó cualitativamente, los gustos y preferencias de los consumidores con la finalidad de diseñar un producto final que cumpla con las expectativas del mercado.

A su vez se realizó el análisis cuantitativo para el estudio de los potenciales consumidores, conocer más a profundidad la oferta actual del mercado en lo que respecta a la factibilidad de la creación de una micro startup especializada en nutrición en el cantón Bolívar como sus percepciones sobre la calidad de vida.

### **3.5.1 METODO CUALITATIVO**

Para la investigación cualitativa se utilizó una entrevista (Ver Anexo 2), donde para obtener información primaria el entrevistador se reunió con personas

expertas en el tema de estudio, para que expresen sus opiniones respecto a los siguientes aspectos: Los atributos que deben tener las dietas saludables, el hábito de consumo del mercado meta y las expectativas esperadas para el concepto del negocio.

### 3.5.2 MÉTODO CUANTITATIVO

Se realizó la investigación cuantitativa utilizando encuestas (Ver Anexo 1), para poder medir la factibilidad de mercado a nivel de los clientes potenciales, lo que permitió obtener los segmentos en los cuales se dirigirá el servicio y conocer los hábitos alimenticios al momento de elegir sus alternativas de consumo. Para el estudio se escogió a la población económicamente activa (PEA) del Cantón Bolívar, que según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2010) es de 6.439, para determinar la muestra se utilizó la fórmula de muestreo para población finita [3.1], lo que dio como resultado una muestra de 72 personas (Cuadro 1), y considerando un 15% de pérdidas se determinó la aplicación de 85 cuestionarios, los mismos que fueron aplicados en empresas del sector público y privado de la zona.

Cuadro 1 Tamaño muestral	
Total de la población (N)	6439
Z $\alpha$	1.96
Nivel de confianza o seguridad (q)	95%
Precisión (d)	5%
Proporción (p)	5%
TAMAÑO MUESTRAL (n)	72
EL TAMAÑO MUESTRAL AJUSTADO A PÉRDIDAS	
Proporción esperada de pérdidas (R)	15%
MUESTRA AJUSTADA A LAS PÉRDIDAS	85

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q} \quad [3.1]$$

Donde:

- N = Total de la población
- Z $\alpha$  = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)



- $q = 1 - p$  (en este caso  $1 - 0.05 = 0.95$ )
- $d$  = precisión (5%).

Además, se realizaron entrevistas (Ver Anexo 2) con informantes de calidad (médicos y nutricionistas) que brindaron información de las principales patologías que se dan a nivel de personas con sobrepeso, asimismo se indagó acerca de los principales casos que tratan en sus atenciones para estimar los principales problemas de salud que pueden orientar la futura oferta.

En el estudio técnico se realizó la revisión de fuentes primarias, para conocer los diferentes procesos del negocio, se consultó con proveedores de maquinarias y equipos para poder tener los valores a nivel técnico; también conocer las capacidades de estos equipos e insumos para lo cual se realizó un levantamiento de información de tipo primario y secundario. Y en la financiera, la revisión de costos en el mercado.

### **3.6 TÉCNICAS**

Para el presente trabajo se utilizaron dos técnicas la entrevista y la encuesta y se detalla en los siguientes apartados.

#### **3.6.1 ENTREVISTA**

La entrevista se aplicó a profesionales de la salud específicamente a nutricionistas los mismos que emitieron comentarios sobre la importancia de una buena alimentación en problemas de salud, en procesos de recuperación quirúrgicas entre otros. De acuerdo a Díaz, Torruco, Martínez, y Varela (2014) argumentan que la entrevista es una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar". Es un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación cualitativa, para recabar datos.

#### **3.6.2 ENCUESTA**

Según Bernal (2010) la encuesta es una de las técnicas de recolección de información más usadas, la misma que se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. La encuesta fue dirigida a la población Económicamente

Activa del cantón Bolívar para obtener información sobre los hábitos alimenticios y la presencia de enfermedades.

### **3.7 PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.7.1 FASE I**

Desarrollo del estudio de mercado objetivo y la mezcla de marketing para el análisis del nivel de aceptación de la propuesta.

Para el cumplimiento de esta fase se desarrollaron las siguientes actividades:

- Se estructuró la encuesta dirigida a la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Bolívar y la entrevista dirigida a profesionales de la salud.
- Se aplicó la encuesta a la PEA del cantón Bolívar para recolectar la información directa de los posibles clientes.
- Se aplicó la entrevista a los profesionales de la salud (médicos nutricionistas).
- Se solicitó información estadística 2017-2018 de enfermedades más comunes relacionadas con la mala alimentación en el Cantón Bolívar.
- Se desarrolló el plan de marketing para posesionar en el mercado de Bolívar la Startup especialidad en nutrición.

#### **3.7.2 FASE II**

Formulación del estudio técnico que determine la capacidad operativa y los procesos necesarios para el financiamiento de la Startup.

En esta fase se realizaron las siguientes actividades para llevar a cabo el cumplimiento de la misma:

- Se determinaron los equipos, maquinarias, herramientas y utensilios de cocina para la puesta en marcha.
- Se precisó la estructura organizacional con los respectivos requerimientos del personal administrativo y operativo.
- Se establecieron los procesos operacionales en la elaboración de la comida dietética

- Se fijaron los insumos, materia prima, materiales acordes a las respectivas recetas nutricionales proveídas por el personal especializado “nutricionistas”

### **3.7.3 FASE III**

Estructuración el estudio económico - financiero de la implementación de la puesta en marcha.

En esta fase se realizó las siguientes actividades con el fin de cumplir con este objetivo:

- Se realizó el flujo de caja proyectado a 5 años para determinar los flujos netos
- Se aplicaron los indicadores financieros TIR y VAN para establecer la rentabilidad del negocio y por ende su viabilidad.
- Se estableció el punto de equilibrio del negocio, para evitar generar pérdidas.

## **CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1 RESULTADO**

#### **4.1.1 FASE I: ESTUDIO DE MERCADO OBJETIVO Y LA MEZCLA DE MARKETING PARA EL ANÁLISIS DEL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LA PROPUESTA.**

##### **4.1.1.1 ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA) DEL CANTÓN BOLÍVAR Y LA ENTREVISTA DIRIGIDA A PROFESIONALES DE LA SALUD**

Se diseñó el cuestionario, el mismo que consta de 15 preguntas (Ver anexo 1), el cual proporcionó la información cuantitativa necesaria acerca de la aceptación del consumo de la comida saludable, clientes potenciales, gustos, principales enfermedades, entre otros, de la población económicamente activa (PEA) de 6439 habitantes, en el cual como resultado de la muestra ajustada a pérdidas se obtuvo 85 habitantes de la zona urbana del Cantón Bolívar.

##### **4.1.1.2 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA A LA PEA DEL CANTÓN BOLÍVAR PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN DIRECTA DE LOS POSIBLES CLIENTES.**

##### **4.1.1.3 ANÁLISIS CUANTITATIVO**

Las encuestas se realizaron a los funcionarios de instituciones de la zona urbana del Cantón Bolívar y en cuanto al género arrojaron los siguientes resultados: el 64,71% de las encuestadas fueron mujeres, frente al 35.29% de hombres; el género femenino predomina en cantidad frente al género masculino, y esto se puede justificar debido a que las encuestas fueron aplicadas en su mayoría en el área administrativa (Figura 3).

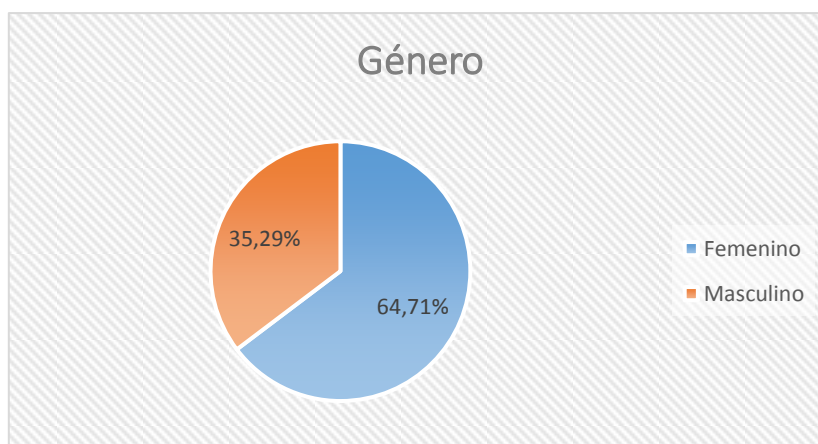


Figura 3. Género

Con respecto a la edad fue distribuida en 7 rangos de 5 años cada uno, que empezaban desde los 18 años en adelante, el 23.53% se concentraron entre personas de 28 a 32 años y el 29.41% entre personas de 33 a 37 años, estos resultados están acordes a los datos recogidos, debido a que la encuesta fue aplicada a la PEA específicamente a los funcionarios profesionales de la zona (Figura 4).

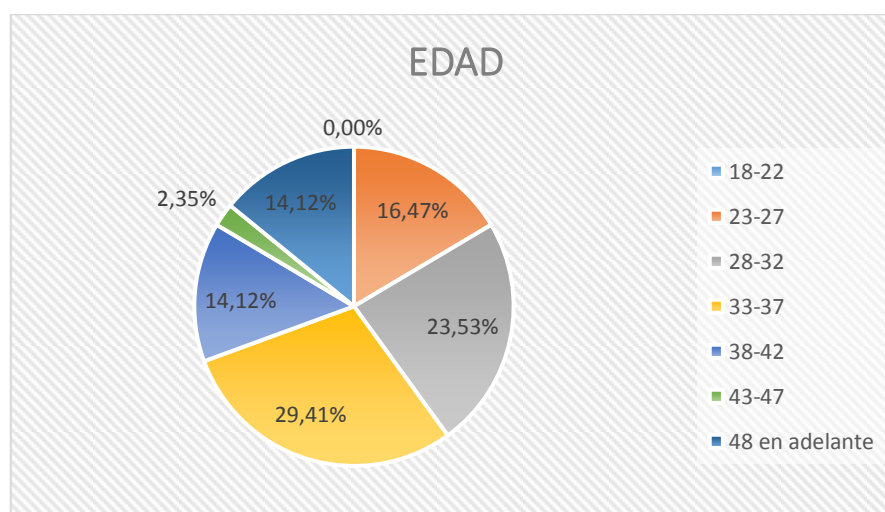


Figura 4. Edad

En lo relacionado a la frecuencia con la que almuerzan fuera de casa, se plantearon las siguientes opciones: Todos los días, 5 o 6 veces a la semana, 3 o 4 veces a la semana, 1 o 3 veces a la semana, una vez cada 15 días, una vez al mes y nunca, de las cuales las que obtuvieron el mayor porcentaje fueron 1 o 3 veces a la semana (24%) y todos los días (18%) por lo que se considera que se tiene un porcentaje alto de clientes potenciales que

almuerzan fuera de su casa y que en su debido momento pueden preferir la micro startup como opción principal para adquirir sus servicios (Figura 5).

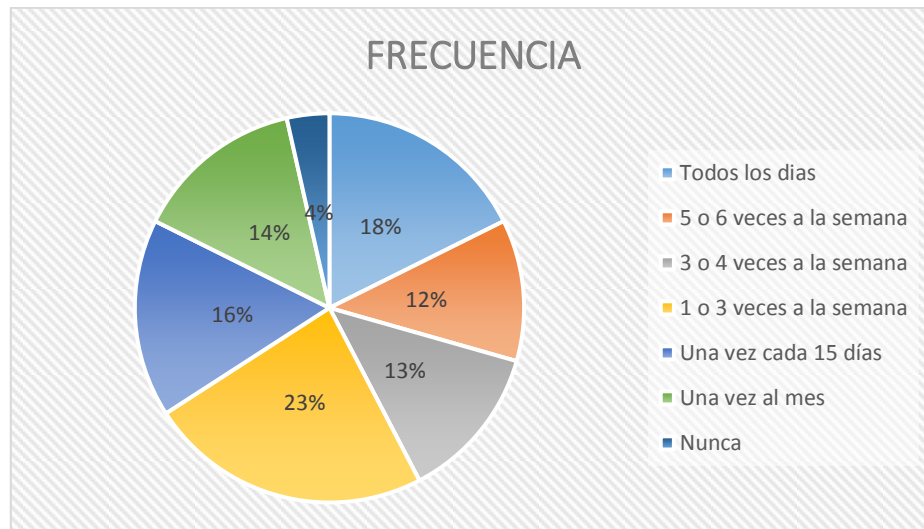


Figura 5. Frecuencia que come fuera de casa

Entre las razones por las que almuerzan fuera de casa se propusieron falta de tiempo, por economía, por comodidad y otras, predominando de manera general en un 60% la falta de tiempo y un 22% por comodidad (Figura 6).



Figura 6. Razones por las que come fuera

En el análisis bivariado tomando en consideración la frecuencia y las razones se obtuvieron los siguientes datos:

- Las personas que contestaron que almuerzan fuera de casa todos los días consideran en un 87% por falta de tiempo, 7% por comodidad y 6% por economía (Figura 7).

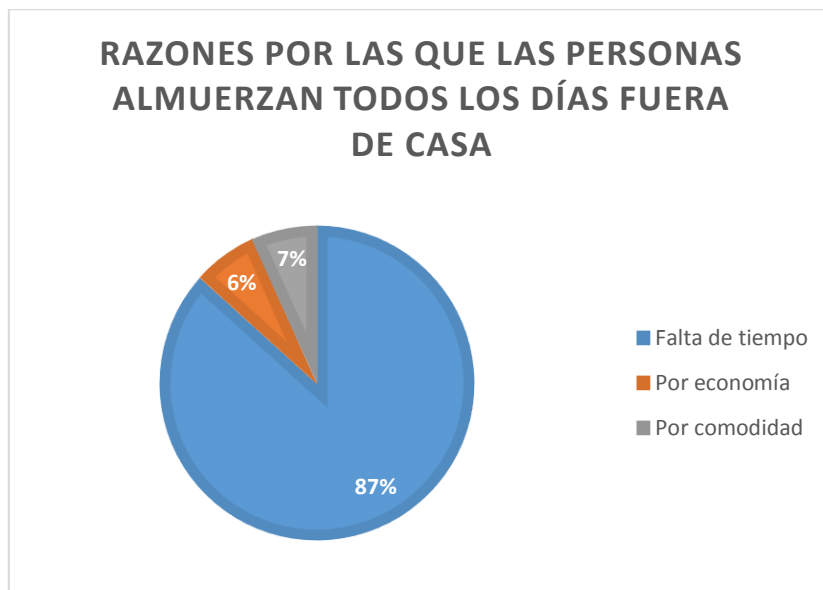


Figura 7. Razones por las que las personas almuerzan todos los días fuera de casa

- Las personas que contestaron que almuerzan fuera de casa 5 o 6 veces a la semana contestaron en un 100% por falta de tiempo (Figura 8).

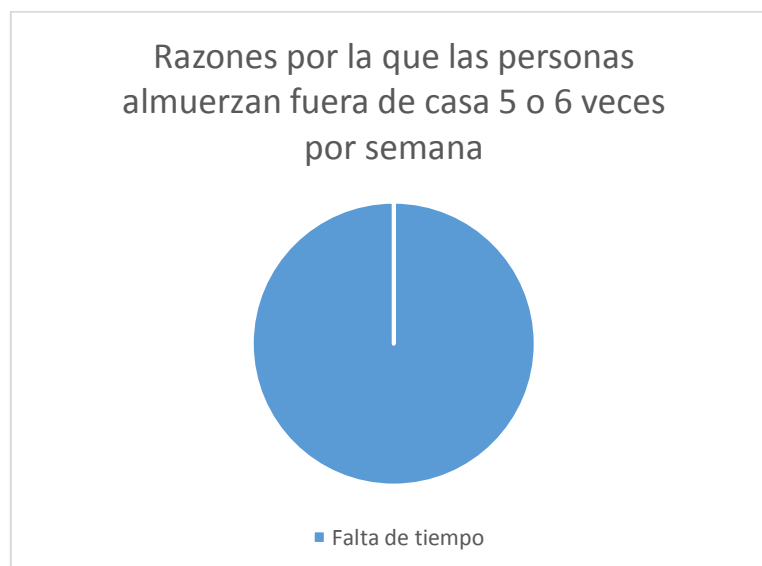


Figura 8. Razones por la que las personas almuerzan fuera de casa 5 o 6 veces por semana

- Las personas que contestaron que almuerzan fuera de casa 3 o 4 veces a la semana consideran en un 64% por falta de tiempo, 18% por comodidad, 9% argumentaron otras razones y 0% por economía (Figura 9).

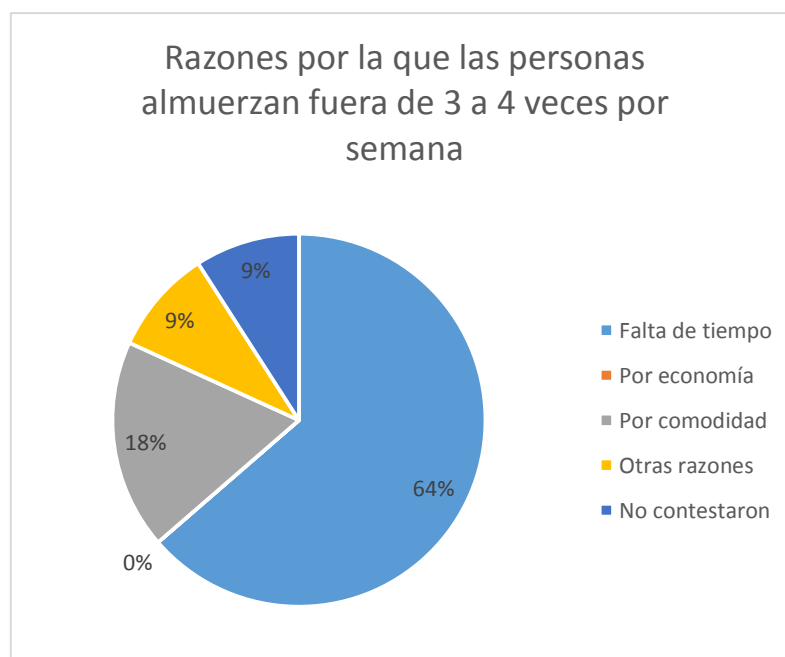


Figura 9. Razones por la que las personas almuerzan fuera de casa 3 o 4 veces por semana

- Las personas que contestaron que almuerzan fuera de casa 1 o 3 veces a la semana consideran en un 60% que es por falta de tiempo, 35% por comodidad, 5% no respondieron y 0% por economía (Figura 10).

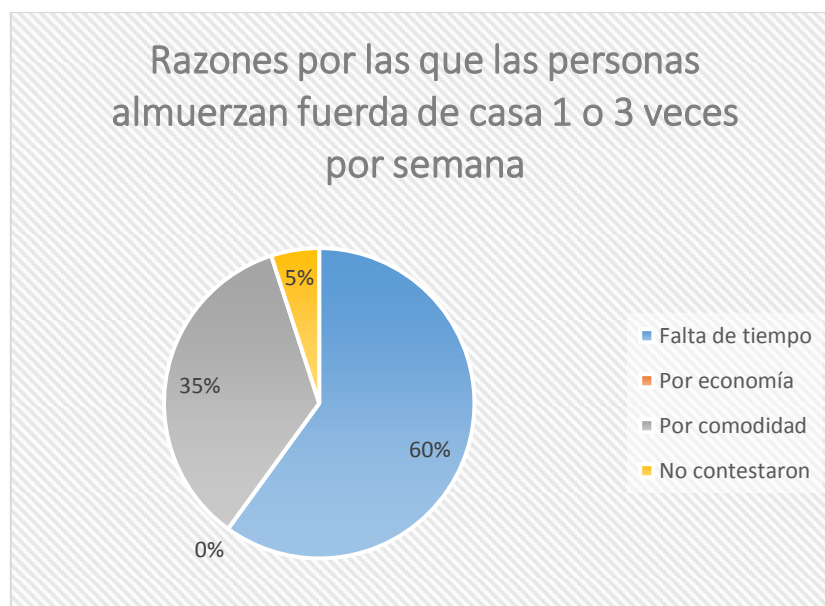


Figura 10. Razones por la que las personas almuerzan fuera de casa 1 o 3 veces por semana

- Las personas que contestaron que almuerzan fuera de casa fuera de casa una vez cada 15 días o una vez al mes consideran en un 37% que



es por falta de tiempo, 38% por comodidad, 25% por otras razones (Figura 11).

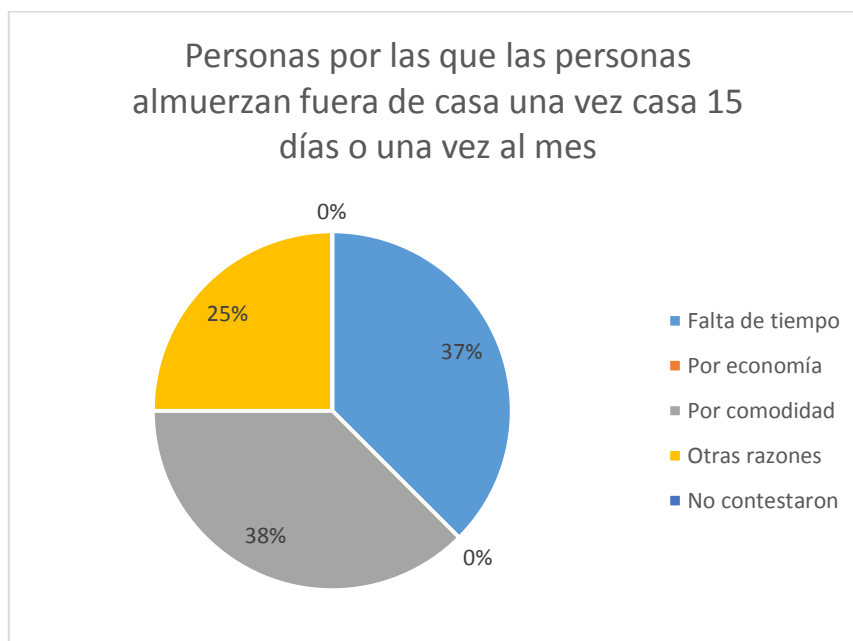


Figura 11. Personas por las que las personas almuerzan fuera de casa una vez cada 15 días o una vez al mes

En todos los resultados predomina la falta de tiempo como un factor que los obliga a comer fuera de casa, esto indica que los clientes necesitan practicidad y ahorro de tiempo, prefiriendo un servicio de entrega a domicilio o en el lugar de trabajo.

Cuando se preguntó acerca del gasto que habían tenido al almorzar fuera de casa en la última semana el 21% de las personas habían gastado entre \$9 y \$12 y el 18% entre \$12,01 y \$15,00, datos referenciales que nos dan a conocer el promedio de gasto que tienen nuestros clientes potenciales y nos ayudaron a establecer los precios más accesibles y reales para el segmento de mercado al que se dirige la micro Startup (Figura 12).

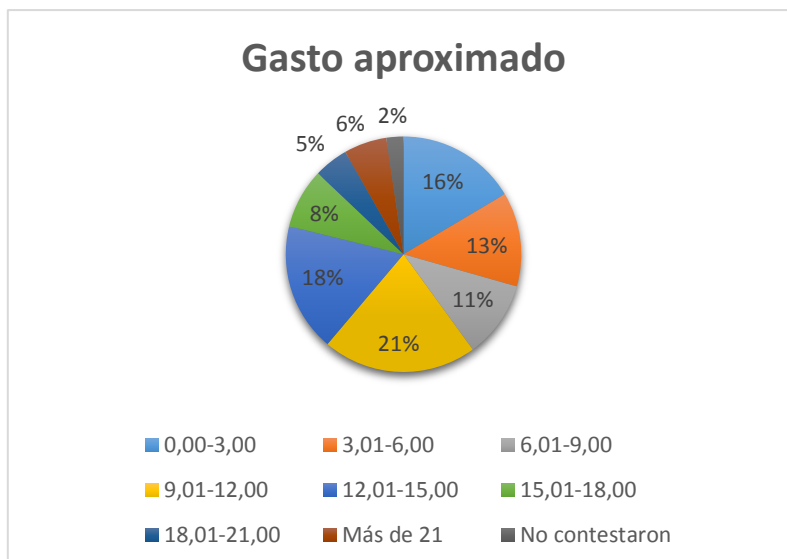


Figura 12. Gasto aproximado

En temas de alimentación lo que se considera saludable es relativo y varía de persona a persona, es por ello que se preguntó a los encuestado si consideraban que su comida era 100% saludable, a lo que el 60% respondió que Si frente al 35% que considera que No y un 5% de personas se abstuvieron de responder (Figura 13). Esto nos da la pauta a realizar seminarios de nutrición y a insistir en la idea de la visita al nutricionista o especialista de esta área, para que las personas tengan conocimiento de cuáles son sus necesidades dependiendo sus padecimientos o rutina diaria.



Figura 13. Comida 100% saludable

Cuando se quiere hacer un cambio positivo en la alimentación, surgen una serie de inconvenientes que limitan o detienen a la persona a hacer ese cambio

que tanto anhelan, sintiendo muchas veces que les falta el apoyo necesario para lograrlo. Cuando se preguntó a los encuestados el aspecto que consideraban necesario para mejorar su alimentación, los resultados que se obtuvieron fueron los que se detallan a continuación: tiempo 28%, compromiso o motivación personal 27%, dinero 20%, más información 18%, no contestaron la pregunta 5%, no les interesa mejorar la alimentación 2% (Figura 14). Lo que da pautas al micro startup a ofrecer diferentes opciones de apoyo para que las personas puedan lograr ese cambio en el estilo de vida.

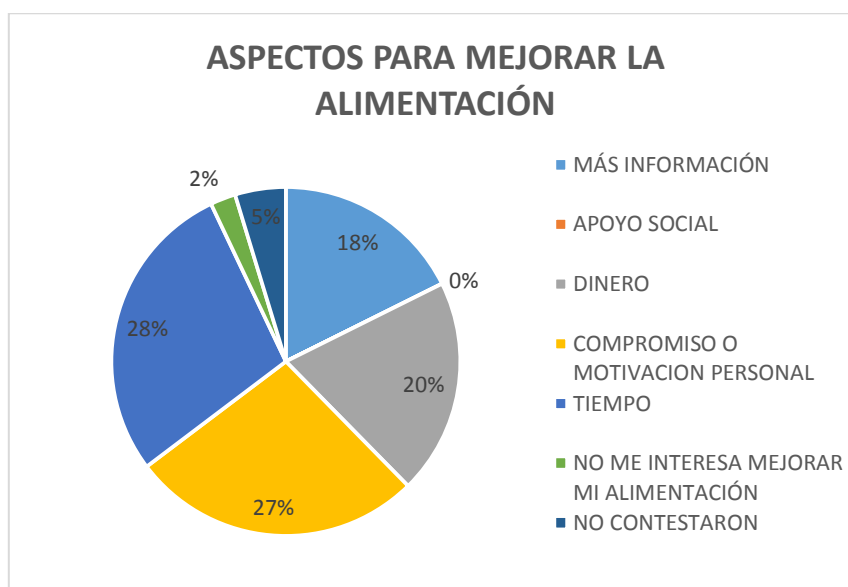


Figura 14. Aspectos para mejorar la alimentación

El auge de cuidar la salud nace de los nuevos estilos de vida rutinarios y sedentarios que exponen a las personas a padecimientos relacionados con la mala alimentación y esto se evidenció en la encuesta, en donde el 29% padecen problemas digestivos, el 12% hipertensión, 10% otras enfermedades, 7% anemia y 6% obesidad (Figura 15), lo que se convierte en una oportunidad para la micro startup debido a que tiene que poner especial atención en estos grupos con estos padecimientos y brindarles la oportunidad de mejorar su alimentación y que esto impacte directamente en la salud de los clientes.

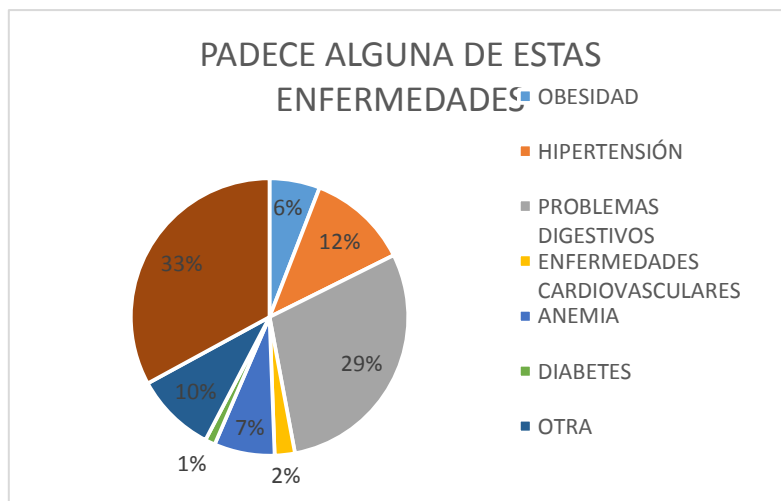


Figura 15. Padece alguna de estas enfermedades

La aceptación de mercado que tiene la propuesta es alta, debido a que la mayoría de personas quieren tener un estilo de vida saludable, a pesar del poco tiempo que disponen para tener una buena alimentación y en un 99% (Figura 16) están dispuestos a incluir en su alimentación comida nutritiva.

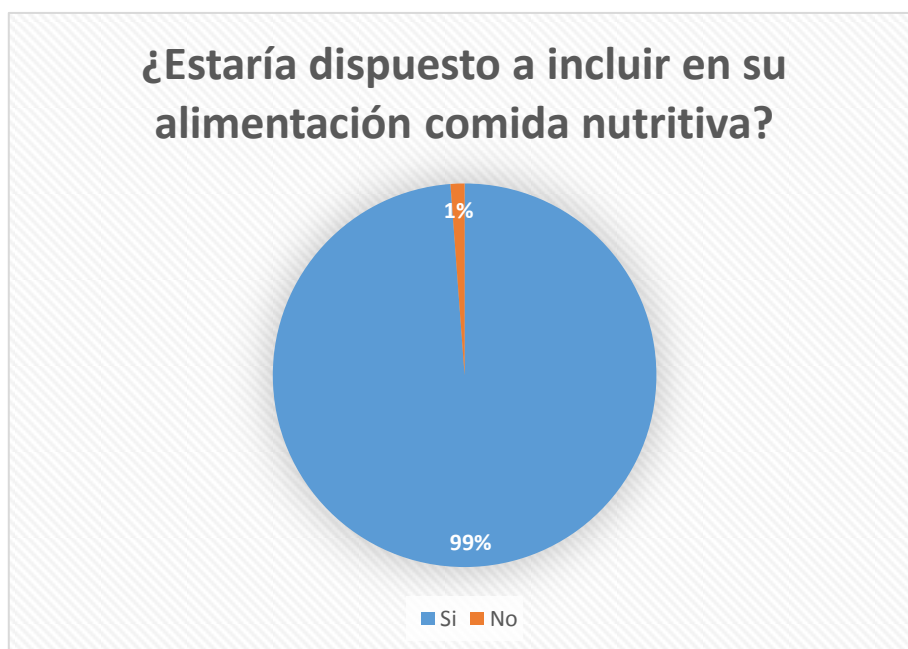


Figura 16. ¿Estaría dispuesto a incluir en su alimentación comida nutritiva?

En lo que respecta al elemento más importante al momento de elegir un lugar para comer se estructuraron las siguientes opciones: precio, cantidad, sabor, buena atención, ambiente agradable, ubicación y opciones saludables para lo cual se obtuvieron como respuesta los siguientes porcentajes: precio 3%, cantidad 2%, sabor 21%, buena atención 28%, ambiente agradable 5%,

ubicación 1% y opciones saludables 38%, porcentaje que predomina, lo que quiere decir que en la actualidad la gente si se está preocupando por lo que come al momento de elegir una opción (Figura 17)

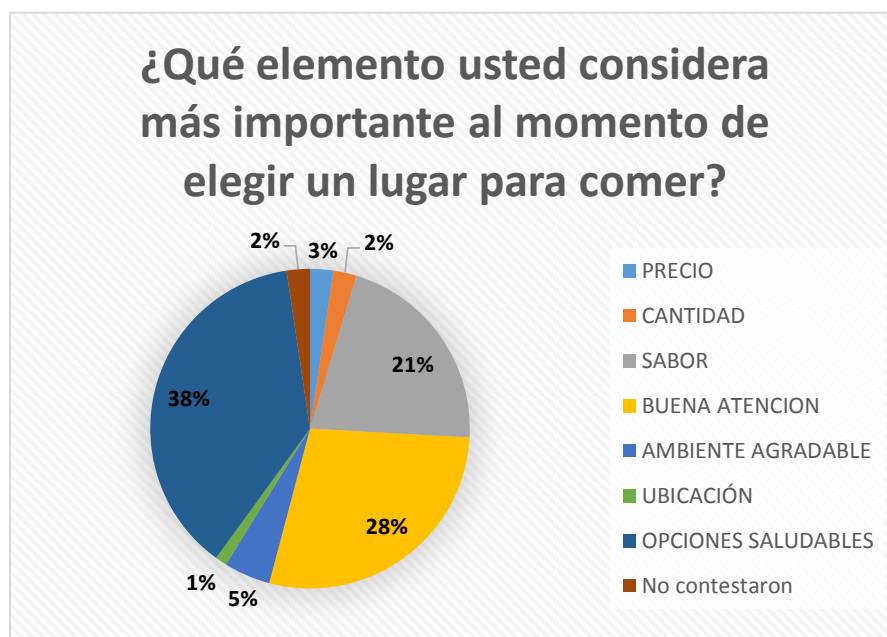


Figura 17. Aspectos importantes para elegir un lugar para comer

Con respecto a la pregunta que si conoce un lugar certificado en el Cantón Bolívar el 74% de encuestados respondió que no conoce un lugar certificado, por lo que la Startup promete un futuro alentador en el mercado, debido a que no existe un elevado número de competencias, lo que podría convertir a la startup en una oportunidad de negocio en el Cantón Bolívar (Figura 18).

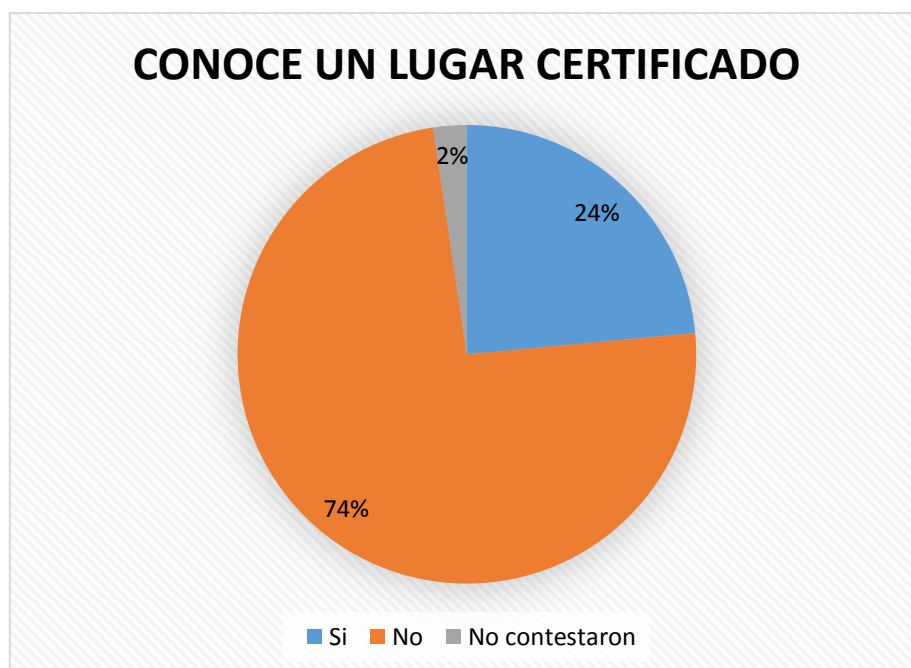


Figura 18. Conocer un lugar certificado

Tener una alimentación saludable se ha convertido en una parte fundamental en la vida diaria de las personas porque quieren asegurar el normal funcionamiento de su organismo y, por ende, verse y sentirse bien, es por ello que las personas en su 100% contestaron que sí almorzarían en un lugar de comida saludable (Figura 19).



Figura 19. Almorzaría en un lugar de comida saludable

La palabra Startup es un concepto relacionado a los emprendimientos en la era actual en donde las nuevas tecnologías y redes sociales han cambiado las formas de hacer publicidad y vender, dado esto la startup tiene sus bases en la escalabilidad rápida y fácil usando como medio las tecnologías digitales. Es lo

que nos refleja en la encuesta en donde el 100% de las personas prefieren las redes sociales como medio de publicidad (Figura 20).

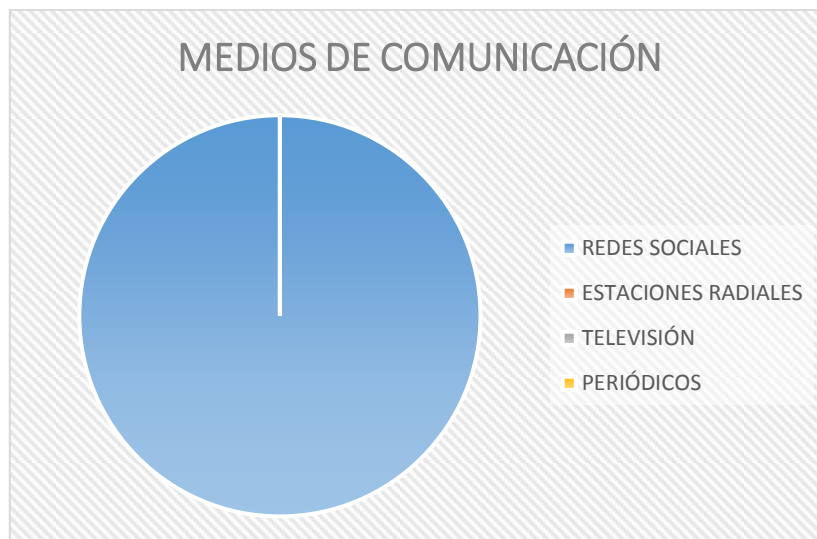


Figura 20 Publicidad

#### 4.1.1.4 ENTREVISTA A LOS PROFESIONALES DE LA SALUD (MÉDICOS NUTRICIONISTAS)

Esta entrevista fue dirigida a los nutricionistas Lcda. María José Intriago y Dennys Bravo para obtener información referente a la incidencia de la mala alimentación en la salud de la población bolivarenses.

Se inició la entrevista con un saludo y la presentación, haciendo notar que la información proporcionada fortalecerá y orientará la investigación acerca de la creación de una micro startup especializada en nutrición en el Cantón Bolívar. Las preguntas que se hicieron fueron las siguientes:

Cuadro 2 Entrevista a expertos

PREGUNTA	EXPERTO 1	EXPERTO 2	RELACIÓN
1. ¿Cuál es el prototipo de paciente que acude a tu consulta? ¿Y qué es lo que busca?	La mayoría de pacientes que acuden a mi consulta son pacientes con sobrepeso que buscan cambios estéticos como bajar de peso, o aumento de masa muscular.	Los pacientes que llegan a realizar consultas son por dos causas: la primera es por voluntad propia para bajar de peso, y la segunda es cuando han sido diagnosticados con alguna enfermedad y necesitan cuidar su alimentación por salud.	En los dos casos los pacientes buscan cambios estéticos y de salud al momento de decidir cambiar sus hábitos alimenticios.

<p>2. De acuerdo a su experiencia como nutricionista ¿Cuáles son las enfermedades más comunes entre sus pacientes y que se relacionan con desórdenes alimenticios?</p>	<p>Obesidad, sobrepeso, diabetes, bulimia y anorexia.</p>	<p>Obesidad, sobrepeso, diabetes, gastritis, colesterol y triglicéridos</p>	<p>Los dos expertos concuerdan ubican a la obesidad, sobrepeso y diabetes como enfermedades derivadas de malos hábitos alimenticios</p>
<p>3. ¿Cuáles son las personas más propensas a sufrir estas enfermedades?</p>	<p>Personas con baja autoestima, con horarios de trabajo muy ajustado, malos hábitos aprendidos desde la niñez</p>	<p>Personas con vida sedentaria independientemente de la labor que desempeñen</p>	<p>El ritmo de vida acelerado conlleva a las personas al sedentarismo y mala alimentación.</p>
<p>4. ¿Según los reportes de sus pacientes, existe un incremento de la prevalencia del sobrepeso y obesidad o de alguna enfermedad en particular?</p>	<p>Hay más personas con sobrepeso pero que si no toman alguna iniciativa pueden llegar a la siguiente etapa que es la obesidad 1, y enfermedades relacionadas por el aumento de peso (diabetes, colesterol, etc.)</p>	<p>Yo he evidenciado que en el último año han llegado a mi consulta muchos pacientes con sobrepeso, obesidad tipo 1 y diabetes y en muchos casos con ambas patologías.</p>	<p>Se evidencia que la obesidad y sobrepeso son pacientes recurrentes en las consulta a nutricionista</p>
<p>5. A criterio personal, ¿Cuál es el grado de contribución que tiene una adecuada alimentación en la calidad de vida del individuo</p>	<p>La persona que cambia sus hábitos alimenticios tendrá un impacto positivo en su salud y en su vida diaria, y el cambio se nota</p>	<p>En primer lugar le aporta energía, disminuye el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares a mediano o largo plazo, aumenta la esperanza de vida y así se pueden enlistar innumerables beneficios.</p>	<p>Los dos expertos aseguran que un cambio en el tipo de alimentación es de vital importancia para mejorar la vida de las personas.</p>
<p>6. ¿Cuáles son los alimentos que se deben incluir en una dieta balanceada?</p>	<p>Como nutricionista, recomiendo baja ingesta de Carbohidratos. Deben incluir una dieta variada con porciones racionadas.</p>	<p>Carbohidratos 20% Proteínas 30% Vegetales 50% Agua</p>	<p>En los dos casos se puede notar que la variedad y consumo moderado son clave para la buena alimentación.</p>
<p>7. ¿Cuáles serían los menús de dietas recomendadas para las personas que padecen de enfermedades como sobrepeso, obesidad, hipertensión, diabetes, problemas</p>	<p><b>DESAYUNO</b> <b>Lácteos:</b> 1 vaso de leche, 1 yogur fresco o queso. <b>Cereales:</b> pan, galletas, pan integral, repostería hecha en casa o cereales de desayuno. <b>Frutas</b> o zumo natural <b>ALMUERZO</b> Arroz, pastas, patatas o</p>	<p>Cada caso tiene sus particularidades, es necesario valorar a cada paciente dependiendo de su cuadro clínico por ejemplo a un paciente con hipertensión se le debe eliminar la sal y los alimentos ricos en sodio, y aun paciente con diabetes se debe eliminar</p>	<p>El primer experto nos muestra un ejemplo de comida balanceada y variada, sin embargo, el segundo experto hace notar que cada caso es</p>



<b>digestivos?</b>	<p>legumbres: una ración.          Ensalada o verduras: una ración o guarnición.          Carne o pescado o huevo          alternativamente: una ración.          Fruta: una pieza.          Agua.  <b>MERIENDA</b>          Ensalada o verduras cocidas.          Arroz y pastas integrales, patatas o legumbres: en pequeñas cantidades, ya que pueden producirnos flatulencias.          Pescados, huevos, aves o pequeñas porciones de carne.          Pan: blanco o integral.          Frutas enteras, ralladas, crudas o cocidas.          Lácteos: yogur fresco, leches fermentadas, natillas, etc.</p>	<p>los frutos muy dulces y alimentos ricos en potasio, pero eso ya depende de las características del paciente.</p>	<p>diferente y que no propone un menú concreto debido a que es necesario evaluar cada caso.</p>
<b>8. ¿Cuántas ingestas diarias de alimentos es recomendado para que una persona tenga un buen estado de salud?</b>	<p>Se deben realizar 5 comidas en proporciones moderadas.</p>	<p>Es recomendable realizar 5 comidas al día, es decir 3 comidas principales y dos aperitivos, todas en porciones moderadas.</p>	<p>Los dos coinciden que 5 comidas es el número adecuado de ingestas diarias, el primer experto hace énfasis en proporciones moderadas.</p>
<b>9. ¿Cuál es el horario adecuado para ingerir alimentos?</b>	<p>El horario que la persona elija dentro de rangos normales es decir 8 am, 10 am, 1 pm, 4 pm y 7 pm, pero lo importante es no variar los horarios y mantener una rutina diaria</p>	<p>7 am Desayuno          10 am Aperitivo          12 am Almuerzo          3 pm Aperitivo          6 pm Merienda          9 pm Té (de ser necesario)</p>	<p>El primer experto, argumentó que los horarios son importantes mientras se mantengan con rutinas diarias, y el segundo experto dio un ejemplo de horarios que el establece a sus pacientes.</p>
<b>10. De acuerdo a la pirámide de alimentación ¿Cuál es la segmentación (carnes, frutas,</b>	<p>Muchas personas aumentan mucho de peso debido a que comen azúcares y alimentos procesados.</p>	<p>Las personas en nuestro medio tienen tendencia a comer demasiados carbohidratos.</p>	<p>El primer experto dice que el consumo de azúcar y alimentos procesados es</p>

carbohidratos)  
donde las personas  
presentan un  
consumo  
inadecuado?

dañino para  
salud, el  
segundo experto  
argumenta que  
la tendencia a  
comer  
carbohidratos es  
perjudicial para  
la salud.

#### 4.1.1.5 INFORMACIÓN ESTADÍSTICA 2017-2018 DE ENFERMEDADES MÁS COMUNES RELACIONADAS CON LA MALA ALIMENTACIÓN EN EL CANTÓN BOLÍVAR.

A continuación, se muestran los datos estadísticos del Distrito de Salud del Cantón Bolívar de patologías de atención primaria más comunes relacionadas con la mala alimentación:

Cuadro 3 Patología de atención primaria mala alimentación 2018

ORDEN	CAUSAS	TOTAL GENERAL	%
1	PARASITOSI INTESTINAL SIN OTRA ESPECIFICACION	2075	33%
2	DIARREA Y GASTROENTERITIS DE PRESUNTO ORIGEN INFECCIOSO	1670	27%
3	GASTRITIS	861	14%
4	DISPEPSIA	535	9%
5	HIPERCOLESTEROLEMIA PURA	355	6%
6	HIPERTENSION ESENCIAL (PRIMARIA)	289	5%
7	CONSTIPACION	218	4%
8	HIPERLIPIDEMIA MIXTA	218	4%
<b>TOTAL</b>		<b>6221</b>	<b>100%</b>

Cuadro 4 Patología de atención primaria mala alimentación 2017

ORDEN	CAUSAS	TOTAL GENERAL	%
1	DIARREA Y GASTROENTERITIS DE PRESUNTO ORIGEN INFECCIOSO	2107	30%
2	PARASITOSIS INTESTINAL SIN OTRA ESPECIFICACION	1651	23%
3	GASTRITIS	1181	17%
4	HIPERTENSION ESENCIAL (PRIMARIA)	486	7%
5	DISPEPSIA	447	6%
6	ANEMIA POR DEFICIENCIA DE HIERRO	444	6%
7	DISLIPIDEMIA	443	6%
8	CONSTIPACION	310	4%
<b>TOTAL</b>		<b>7069</b>	<b>100%</b>

Se presenta la descripción de cada una de las enfermedades, estas aclaraciones fueron hechas por la Dra. María Belén Meza Rivas, es una

profesional del Cantón Bolívar, que ha estado cerca y ha evidenciado los diferentes cuadros clínicos o patológicos por los cuales las personas llegan a consulta, además argumenta que estos padecimientos se pueden prevenir con una adecuada nutrición.

- Los parásitos cumplen un ciclo de vida, dentro y fuera del huésped que puede ser el hombre o animales, y se eliminan por las heces, entonces al comer alimentos contaminados con estas heces es cuando te contagias, tiene que ver mucho con las medidas de aseo, mal lavado de alimentos, en calceta hay mucha incidencia de parasitosis, porque la gente come frecuentemente en las calles, y muchas veces los alimentos no son preparados adecuadamente.
- Las gastroenteritis por mala alimentación tienen básicamente el mismo mecanismo de contagio, en ese caso puede ser diarrea por salmonelosis, hepatitis, shigelosis, Escherichia coli, que son la más comunes en nuestro medio, sobretodo Escherichia, por la falta de aseo de los alimentos y manos y sobretodo comer en lugares ambulantes.
- Gastritis y dispepsia un poco parecido, el estómago normalmente produce enzimas y ácidos, cuando el estómago esta sensible o se inflama ese acido lesiona la mucosa, por eso ciertos alimentos como los muy condimentados, calientes o irritantes producen molestias.
- La gastritis puede tener diferentes causas, pero entre las que está relacionada a alimentos esta la infección por Helicobacter Pylori, que es una bacteria que puede encontrarse en alimentos o agua contaminada y al ingerirlo produce gastritis, lesiona la mucosa del estómago y así mismo al no comer o comer a horas inadecuadas el ácido que se segrega en el estómago sirve para descomponer los alimentos y si no hay alimentos entonces va a ser un irritante de la mucosa gástrica.
- La dispepsia no es una enfermedad en sí, es un malestar estomacal que sientes después de comer: dolor de estómago, ardor, llenura, flatulencia, distensión abdominal, gases y se produce también por comer alimentos muy condimentados.
- El hipercolesterolemia puro ldl malo es producto de la digestión de grasas y se da por el consumo excesivo de las mismas por eso hay el

aumento de colesterol, en el Cantón Bolívar sobre todo se come mucho en la calle: por ejemplo, en los carritos de hamburguesas, chuzos, pizzas, entre otros, sumando a esto la vida sedentaria.

- La hiperlipidemia mixta se refiere a aumento de colesterol y triglicéridos, los dos al mismo tiempo, causas alimentos grasos.
- La Hipertensión en si no es causada por una mala alimentación, puede ser un matiz genético o tener otros matices, pero si repercute un poco la alimentación.
- La diabetes y obesidad ya entra como unas de las enfermedades causada por mala alimentación y entran en la OMS, indistintamente el paciente hipertenso si necesita una dieta adecuada, baja en sodio y está comprobado que la dieta adecuada ayuda a regular los niveles de presión arterial y aun así un conglomerado de cuidados como la dieta, actividad física, alimentos bajos en sal, etc.
- En el Cantón Bolívar hay una alta incidencia de diabetes puede que tenga un patrón genético pero la alimentación juega muchísimo, la vida sedentaria y consumo excesivo de carbohidratos, de grasas, azúcares refinadas, harinas refinadas todo eso va terminar procesándose como glucosa y puede terminar en diabetes tipo 2.

#### **4.1.1.6 MERCADO OBJETIVO**

El mercado objetivo se refiere al conjunto de clientes potenciales que van a satisfacer su necesidad adquiriendo el servicio de la startup. Para esta investigación se determinó que el mercado objetivo está conformado por los no consumidores dispuestos a adquirir el servicio y por los consumidores no satisfechos. Estos porcentajes fueron determinados en la tabulación de los datos de la encuesta. En el cuadro 5 se muestra el mercado objetivo insatisfecho que asciende a 3893,79 personas, considerando que el dato de clientes potenciales fue tomado de los datos del INEC del año 2010 que colocaba una población económicamente activa (PEA) de 6439 en el Cantón Bolívar. En la figura 21, se desglosan los datos y los valores con los que posteriormente se realiza el cálculo del mercado objetivo.

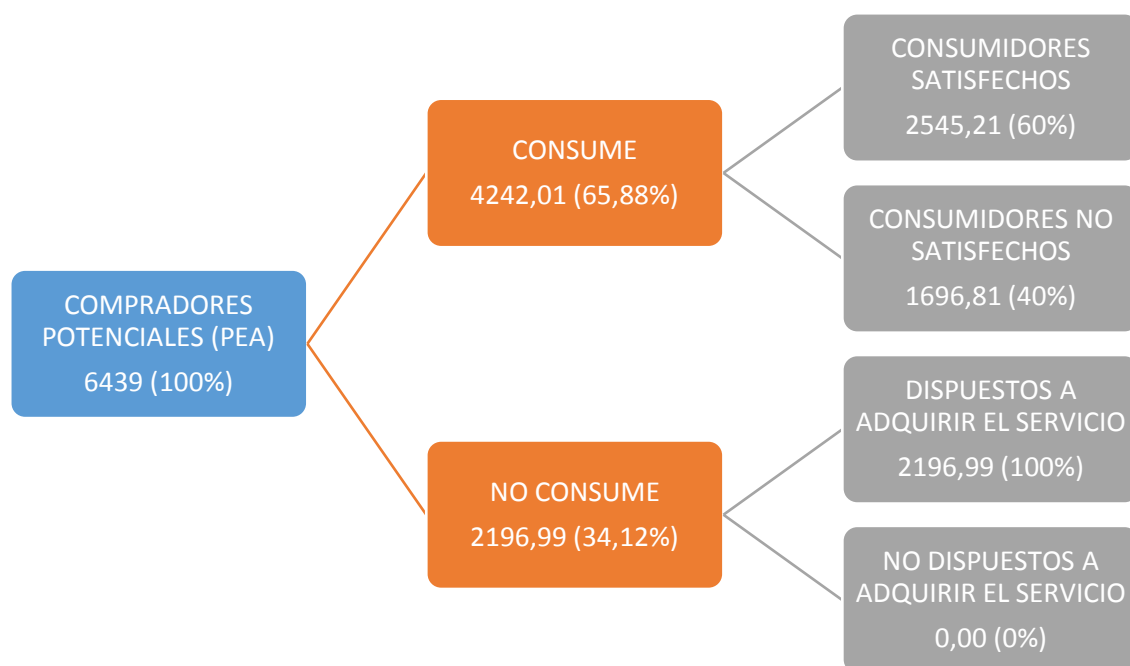


Figura 21. Mercado Objetivo

Cuadro 5 Mercado objetivo insatisfecho

<b>COMPRADORES POTENCIALES ACTUALES</b>	<b>6439,00</b>
CONSUMIDORES SATISFECHOS	2545,21
CONSUMIDORES NO SATISFECHOS	1696,81
<b>NO CONSUMIDORES DISPUESTOS A ADQUIRIR</b>	2196,99
<b>COMPRADORES ATENDIDOS (OFERTA)</b>	<b>4242,01</b>
CONSUMIDORES SATISFECHOS	2545,21
CONSUMIDORES NO SATISFECHOS	1696,81
<b>MERCADO OBJETIVO INSATISFECHOS (n)</b>	<b>3893,79</b>
NO CONSUMIDORES DISPUESTOS A ADQUIRIR	2196,99
CONSUMIDORES NO SATISFECHOS	1696,81

En la figura 22 se muestra el mercado objetivo de la muestra de 85 personas a las cuales se les aplicó la encuesta.

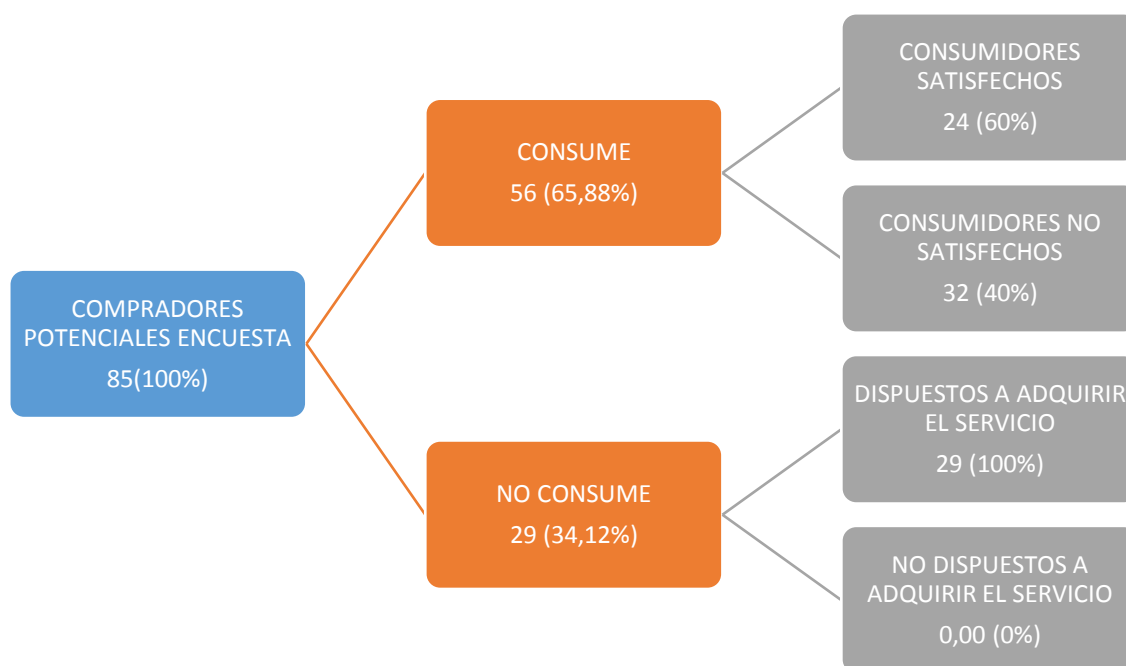


Figura 22 Mercado objetivo muestra

Cuadro 6 Mercado objetivo de encuesta

<b>COMPRADORES POTENCIALES ACTUALES</b>	<b>85,00</b>
CONSUMIDORES SATISFECHOS	34,00
CONSUMIDORES NO SATISFECHOS	22,00
NO CONSUMIDORES DISPUESTOS A ADQUIRIR	29,00
<b>COMPRADORES ATENDIDOS (OFERTA)</b>	<b>56,00</b>
CONSUMIDORES SATISFECHOS	34,00
CONSUMIDORES NO SATISFECHOS	22,00
<b>MERCADO OBJETIVO INSATISFECHOS (n)</b>	<b>51,00</b>
NO CONSUMIDORES DISPUESTOS A ADQUIRIR	29,00
CONSUMIDORES NO SATISFECHOS	22,00

Es necesario determinar el consumo per-cápita anual y esto se lo realizó con la pregunta creada para el efecto acerca de la frecuencia con la que almuerza fuera de casa, se calculó el promedio, la frecuencia semanal y la frecuencia anual (Cuadro 7).

Cuadro 7 Consumo per-cápita anual y semanal

Pregunta 1.2	CON QUE FRECUENCIA ALMUERZA FUERA DE CASA	PROMEDIO	FRECUENCIA SEMANAL	FRECUENCIA ANUAL
Todos los días	15	7	105	5460
5 o 6 veces a la semana	10	5,5	55	2860
3 o 4 veces a la semana	11	3,5	38,5	2002
1 o 3 veces a la semana	20	2	40	2080

Una vez cada 15 días	14	0,5	7	364
Una vez al mes	12	0,25	3	156
Nunca	3	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>18,75</b>	<b>248,5</b>	<b>12922</b>

El consumo per-cápita semanal es de 2.92 y el consumo per-cápita anual es de 152,02 por persona (Cuadro 8)

Cuadro 8 Consumo per-cápita

<b>Consumo per-cápita semanal</b>	2,92
<b>Consumo per-cápita anual</b>	152,02

La demanda insatisfecha (DI), producto de multiplicar el número de compradores potenciales por el consumo per-cápita ( $N \times Cpc$ ), es de 591.948,01.

$$DI = N \times Cpc$$

$$DI = 3893,79 \times 152,02$$

$$DI = 591.948,01 \text{ comidas}$$

Existen otros emprendimientos en el Cantón Bolívar, enmarcados en el tema de elaboración de comida nutritiva como son:

- Fit food
- Jugos mont
- Hotel Higuerón, Carrizal Inn

Establecimientos que algunos de los encuestados mencionaron, los mismos que ya cuentan con sus clientes dado que son emprendimientos constituidos y ejecutados, sin embargo, el ofrecimiento en la micro startup es que además de comida nutritiva tengan el control en la salud.

#### **4.1.1.7 PLAN DE MARKETING PARA POSESIONAR EN EL MERCADO DE BOLÍVAR LA STARTUP ESPECIALIDAD EN NUTRICIÓN**

Para llevar a cabo la mezcla de mercadeo de nuestra puesta en marcha, se utilizó el marketing mix o las 4 P's (Producto, precio, promoción y plaza)

- **PRECIO:**

Los precios serán variados dependiendo el servicio al que el cliente acceda, es necesario mencionar que no serán los comunes en el mercado lo mismo que dará credibilidad y valor agregado al producto y servicio, los precios en general se trabajarán por paquetes que promocionará la micro startup o paquetes que el cliente elija según sus necesidades.

Cuadro 9 Precios

Nº	Paquete promocional	Precio referencial
1	<b>Pack 1:</b> 3 comidas principales + 2 complementarias +1 jugo detox	\$10,00
2	<b>Pack 2:</b> Almuerzo para diabéticos	\$3,50
3	<b>Pack 3:</b> Almuerzo para hipertensos	\$3,50
4	<b>Pack 4:</b> Almuerzo para personas con anemia + 1 jugo nutritivo	\$4,00
5	<b>Pack 5:</b> Almuerzo según recomendaciones del médico y nutricionista	\$4,00
6	<b>Pack 6:</b> Comida complementaria (Snack) a domicilio	\$2,50
7	<b>Pack 7:</b> Almuerzo según la edad	\$3,50
8	<b>Pack 8:</b> 3 comidas principales + 2 complementarias +1 jugo detox para diabéticos	\$10,00
9	<b>Pack 9:</b> 3 comidas principales + 2 complementarias +1 jugo detox para hipertensos	\$10,00
10	<b>Pack 10:</b> 3 comidas principales + 2 complementarias +1 jugo detox según recomendaciones del médico y nutricionista	\$12,00

Los precios que se presentan son referenciales, los mismos pueden variar dependiendo de las exigencias del cliente y los paquetes pueden aumentar o disminuir tomando en cuenta la oferta y la demanda.

- **PROMOCIÓN**

Se utilizará la estrategia inbound marketing, que consiste en el acompañamiento al cliente antes, durante y después, las etapas de esta metodología se detallan en la siguiente figura:



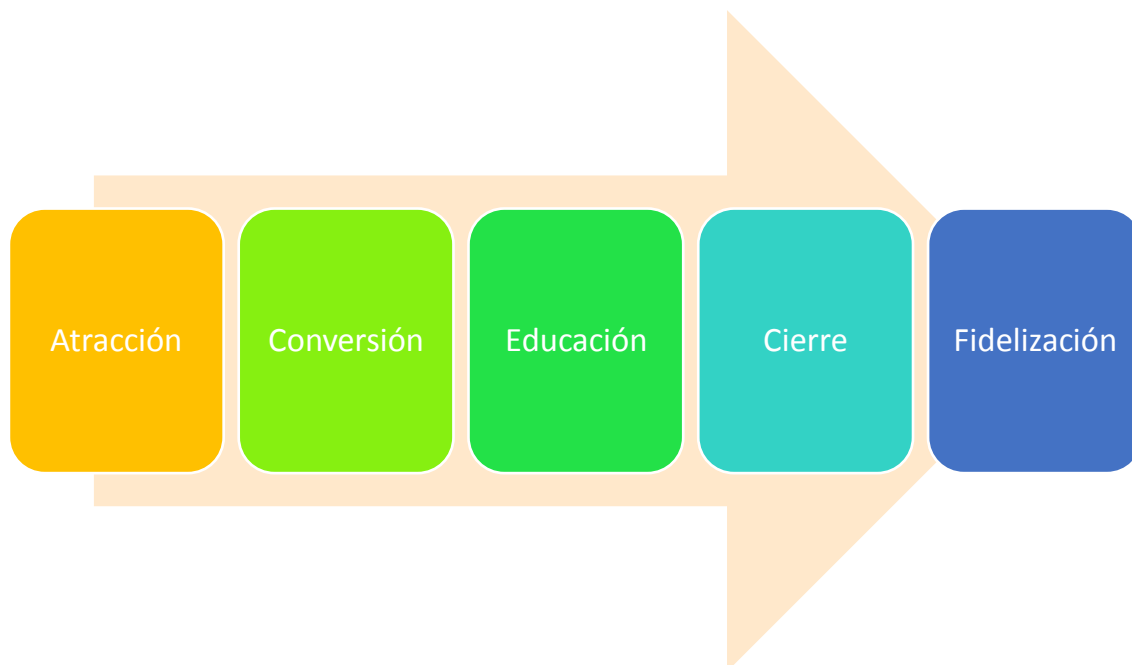


Figura 23. *Etapa de inbound marketing*

- Atracción, inicialmente se visitará empresas públicas y privadas, además, se realizarán seminarios de nutrición y campañas médicas, todo esto con la finalidad de captar la atención de los clientes potenciales y dar a conocer el servicio que se ofrece. Las promociones, paquetes y nuevos servicios se informarán mediante redes sociales (Facebook, WhatsApp e Instagram).
- Conversión, en el proceso promocional se recogerá la información de las personas interesadas en adquirir el servicio para realizar el respectivo seguimiento y posterior venta, los medios de recolección de información serán las visitas a empresas y la interacción en las redes sociales (likes, mensajes, entre otros).
- Educación, se personalizará el contenido, se dará seguimiento, se invitará a las diferentes charlas según el grupo de interés al que pertenece y se socializará los paquetes que más le convienen según su poder adquisitivo. Para la micro startup será importante la información de los clientes y de las personas que, aunque no adquieran el producto siguen de cerca las promociones, debido a que estos son los clientes potenciales a corto o mediano plazo.
- Cierre, una vez que la persona sea cliente de la empresa el objetivo es que se satisfagan las necesidades por las que adquirió el producto.

- Fidelización, la opinión del cliente es importante, por lo que estarán abiertos todos los medios de comunicación para escuchar cada uno de sus sugerencias o quejas buscando la fidelidad de este cliente y que indirectamente realice publicidad boca a boca recomendando el servicio a otras personas.
- **PLAZA**

La planta estará ubicada en la Avenida San Lorenzo en la ciudad de Calceta, en la siguiente foto se muestra el lugar exacto.

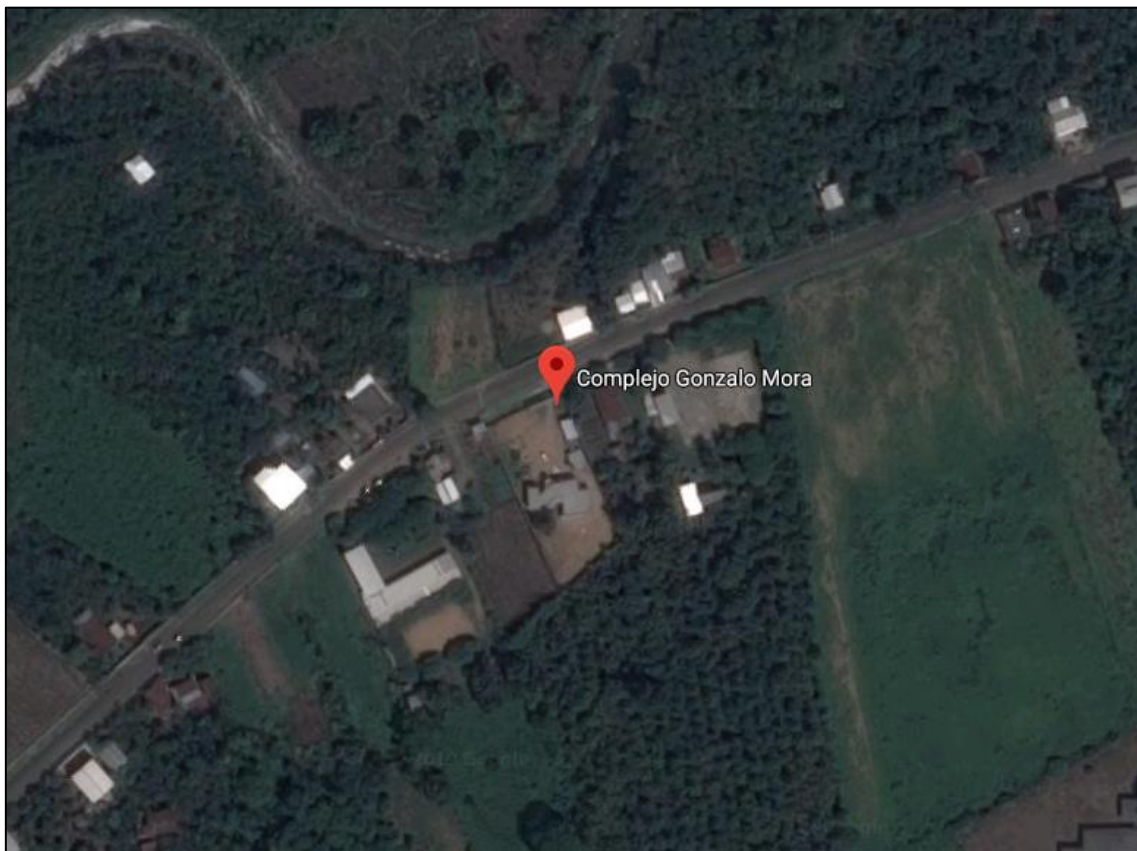


Figura 24 Ubicación

Al ser un servicio 100% a entrega a domicilio, inicialmente se contará con un camión pequeño y una motocicleta para realizar las entregas programadas del día. Los costos de envíos estarán incluidos en el precio del pack que la persona haya contratado, se realizará venta directa con los consumidores.

En el local se atenderá administrativamente de 6h30 am a 12h00 y de 15h00 a 17h30, en el área de cocina se atenderá de 7h00 a 18h00, distribuyendo al personal para que se cumplan los requisitos de ley acerca de los horarios de trabajo.

- **PRODUCTO**

La micro startup ofrece al consumidor de la ciudad de Calceta comidas principales (desayunos, almuerzos y meriendas), comidas complementarias (aperitivos) y asesoramiento en nutrición (doctores y nutricionistas), con servicio de entrega a domicilio, apostando por una nutrición de calidad y un precio acorde al mercado. La oficina o local estará ubicado en el centro de Calceta el mismo que contará con un diseño agradable.

La comida a ofrecer será personalizada y realizada por profesionales con experiencia en el ámbito de nutrición y salud, todo se trabajará bajo la modalidad de paquetes promocionales.

En la figura 25 se resume el servicio a ofertar con las diferentes opciones.

El personal experto en nutrición guiará de manera acertada a los clientes y se manipulará los alimentos de manera higiénica tomando en cuenta estándares de calidad.

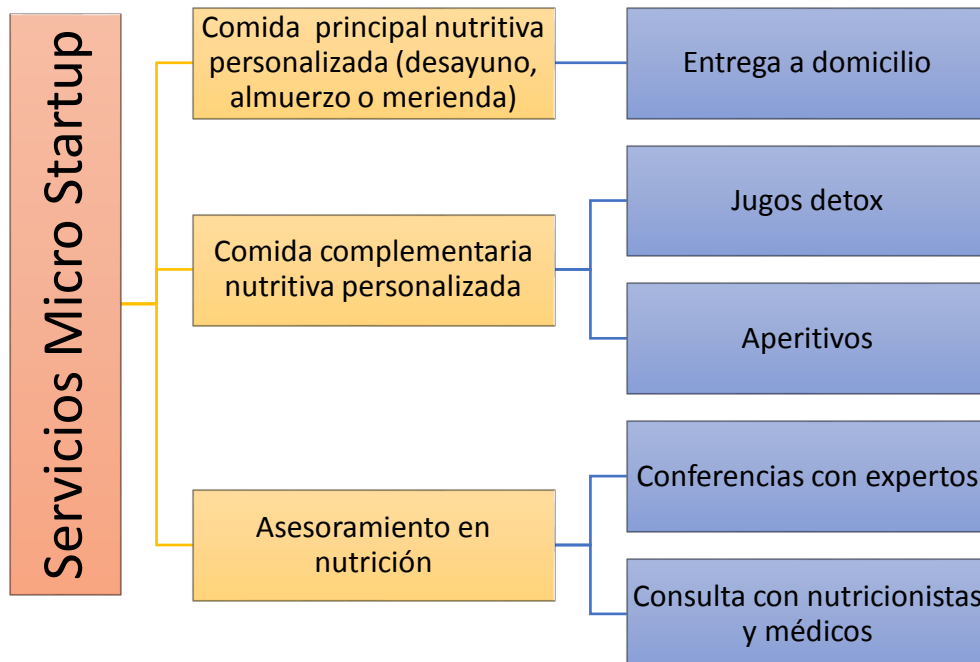


Figura 25. Servicios micro startup

## 4.1.2 FASE II: ESTUDIO TÉCNICO QUE DETERMINE LA CAPACIDAD OPERATIVA Y LOS PROCESOS NECESARIOS PARA EL FINANCIAMIENTO DE LA STARTUP

### 4.1.2.1 EQUIPOS, MAQUINARIAS, HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS DE COCINA PARA LA PUESTA EN MARCHA.

El equipamiento de las áreas de cocina, oficinas, y garaje de camiones pequeños para la entrega del producto son imprescindibles para la puesta en marcha de esta manera los procesos productivos marcha con rapidez y eficacia y por ende un producto y servicio de calidad.

Artículos de equipamiento del área de cocina, oficinas y área de camiones pequeños para la entrega del producto

- Área de cocina:
  - Juguera industrial 1
  - Congelador industrial 1
  - Vitrina industrial 1
  - Campana extractora industrial 1
  - Licuadoras 3
  - Hervidores eléctricos 3
  - Exprimidor de naranja industrial 1
  - Cocina industrial con planchas y hornos 1
  - Balanza gramera digital 1
  - Vaporera 1
  - Lavadero de acero inoxidable 1
  - Mostrador 1
  - Exhibidor de productos fríos 1
  - Vitrinas para postres 1
  - Escurridero de acero inoxidable 1
  - Mesa de acero inoxidable 2
  - Utensilios de cocina 10
  - Tablas de picar de plástico (35\*24) 5
  - Rallador mediano 2
  - Cuchillería facusa 4

- Sistema de climatización (a/a) 2
- Mezcladora 1
- Artículos de equipamiento del área de oficinas
  - Escritorios 3
  - Sillas de escritorios 3
  - Caja registradora 1
  - Teléfonos 2
  - Computadora de escritorio 1
  - Computadora portátil 1
  - Impresoras multifunción 1
- Artículo de transporte
  - Camión pequeño 1

#### **4.1.2.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL CON LOS RESPECTIVOS REQUERIMIENTOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO.**

#### **4.1.2.3 MISIÓN**

Brindar nutrición especializada, para mejorar la calidad de vida de los clientes con un servicio de entrega a domicilio en el Cantón Bolívar.

#### **4.1.2.4 VISIÓN**

Ser empresa líder en nutrición y servicios especializados, para el 2024 tener 3 sucursales en ciudades aledañas al cantón.

#### **4.1.2.5 VALORES**

La empresa será guiada por los siguientes valores:

- Calidad
- Compromiso
- Mejora continua

#### **4.1.2.6 ORGANIGRAMA**

La micro startup, tendrá la siguiente organización:



Figura 26. Organigrama empresarial

- Consejo, estará conformado por los socios accionistas de la micro startup
- Gerente, persona designada para dirigir la micro startup, será elegido por los miembros del Consejo.
- Área de Operaciones
  - Chefs, encargados de preparar los alimentos, deberán seguir especificaciones de médicos y nutricionistas.
  - Ayudantes de cocina, apoyarán en la labor de preparación de alimentos al/los Chef/s.
  - Empacador, persona encargada de armar los paquetes de entrega.
  - Repartidor/es, encargado de realizar la repartición, aumentarán según la demanda.

- Área Administrativa
  - Atención al cliente, persona encargada de tomar los pedidos, comentarios o sugerencias, que se hagan vía telefónica, redes sociales o de manera personal.
  - Ventas y publicidad, persona que realizará la venta y publicidad y se encargará de todo el tema de promoción.
  - Cajera, controlará los ingresos y cobros a clientes y repartidores.
- Área de Salud
  - Médico General, valorará a los pacientes que tengan alguna enfermedad o que requieran atención especializada.
  - Nutricionista, elaborará los menús dependiendo del paciente o de las especificaciones del médico.

#### **4.1.2.7 PROCESOS OPERACIONALES**

La micro startup contará con diferentes procesos que guiarán el accionar de los trabajadores y se muestran a continuación:

## 4.1.2.8 VENTA

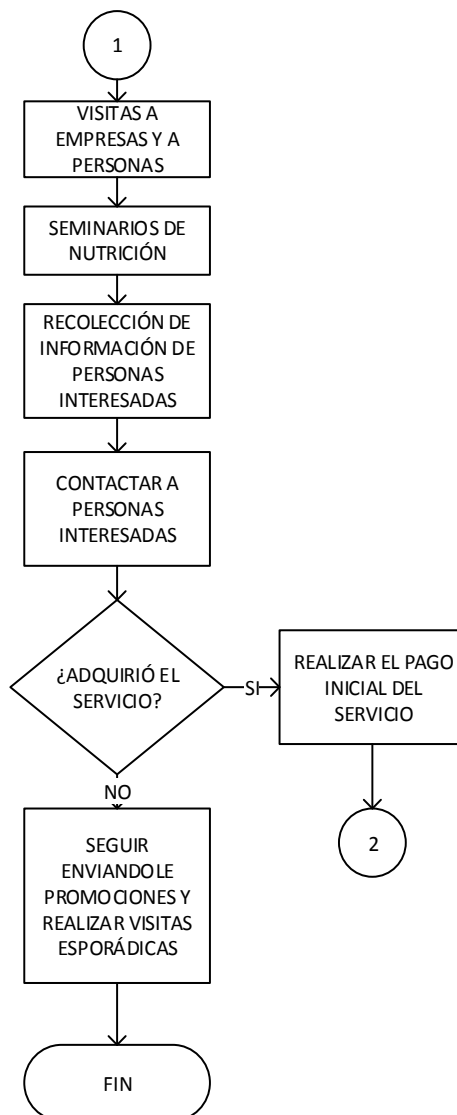


Figura 27. Proceso de venta

- **Descripción:** Guiar el proceso de venta del servicio de la micro startup en todas sus etapas.
- **Responsable:** persona designada para ventas y publicidad, ubicada en el organigrama en el Área Administrativa.
- **Entrada:**
  - Este proceso no se requiere una entrada.
- **Salida:**
  - Clientes contratados
  - Clientes potenciales



- **Actividades**

- Visitas a empresas y a personas interesadas
- Seminarios de nutrición y campañas médicas
- Recolección de información a personas interesadas
- Contactar a personas interesadas
- Envío de promociones a clientes potenciales

#### 4.1.2.9 CONSULTA MÉDICA Y ELABORACIÓN DE MENÚ PERSONALIZADO

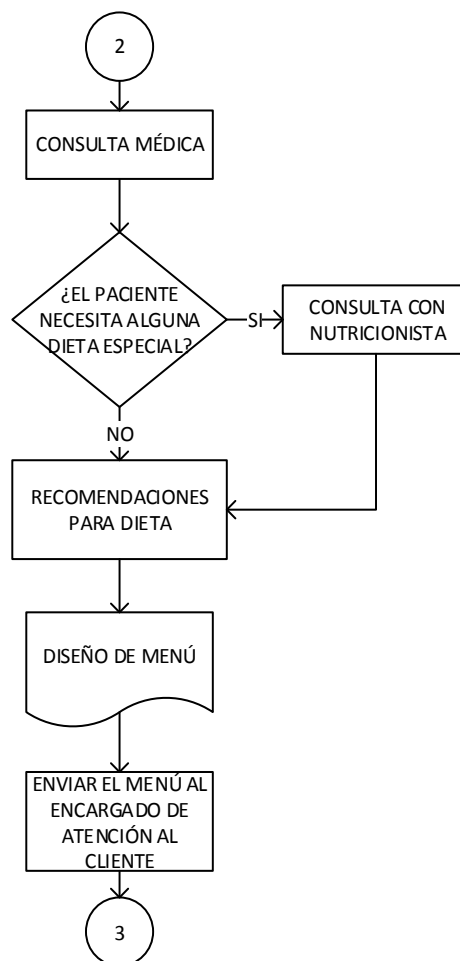


Figura 28. Menú Personalizado

- **Descripción:** Guiar el proceso de consulta médica y diseño de menú especializado a clientes que contratan un servicio en la micro startup.
- **Responsables:**
  - Médico
  - Nutricionista
  - Encargado de atención al cliente.

- **Entrada:**
  - Comprobante de pago del servicio
- **Salida:**
  - Diseño de menú
- **Actividades**
  - Consulta médica
  - Consulta con nutricionista
  - Realizar recomendaciones para dieta
  - Diseñar el menú
  - Enviar el menú al encargado de atención al cliente

#### 4.1.2.10 RECEPCIÓN DE PEDIDOS

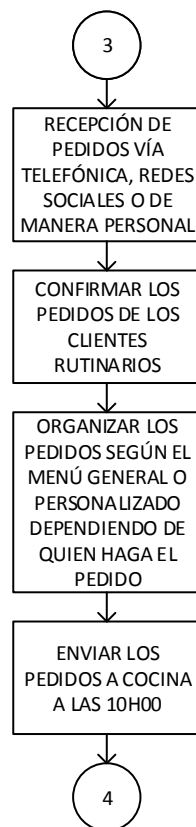


Figura 29. Recepción de pedidos

- **Descripción:** Guiar el proceso recepción de pedidos a la micro startup.
- **Responsables:**
  - Encargado de atención al cliente.
- **Entrada:**
  - Menú

- Pedidos de clientes
- **Salida:**
  - Lista de pedidos diarios
- **Actividades**
  - Recepción de pedidos
  - Confirmación de pedidos
  - Organización de pedidos y menús
  - Envío de pedidos a cocina

#### 4.1.2.11 REVISIÓN Y COMPRA DE MATERIA PRIMA

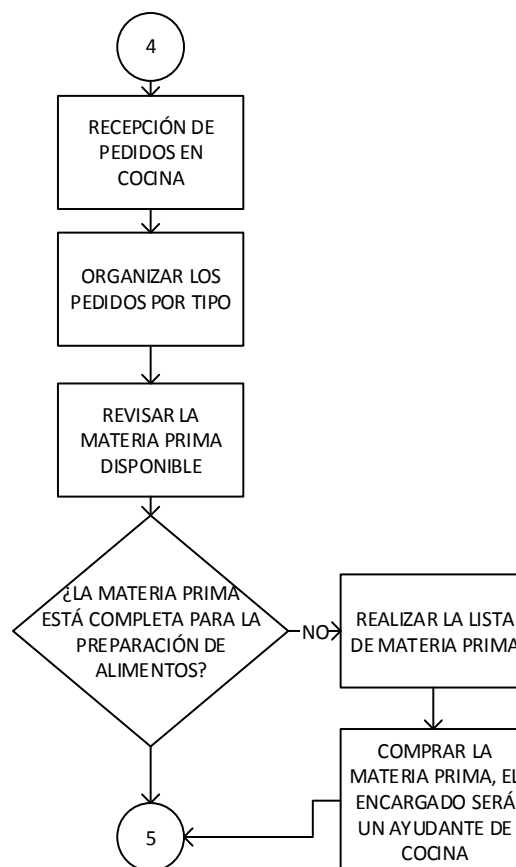


Figura 30. Revisión y compra de materia prima

- **Descripción:** Guiar el proceso de compra de materia prima
- **Responsables:**
  - Chefs
  - Ayudantes de cocina
- **Entrada:**
  - Lista de pedidos diarios

- **Salida:**
  - Lista de materia prima para comprar
  - Compra de materia prima
- **Actividades**
  - Recepción de pedidos en cocina
  - Organizar los pedidos por tipo
  - Revisar la materia prima disponible
  - Realizar la lista de materia prima
  - Comprar la materia prima

#### 4.1.2.12 PREPARACIÓN DE ALIMENTOS Y EMPAQUETADO

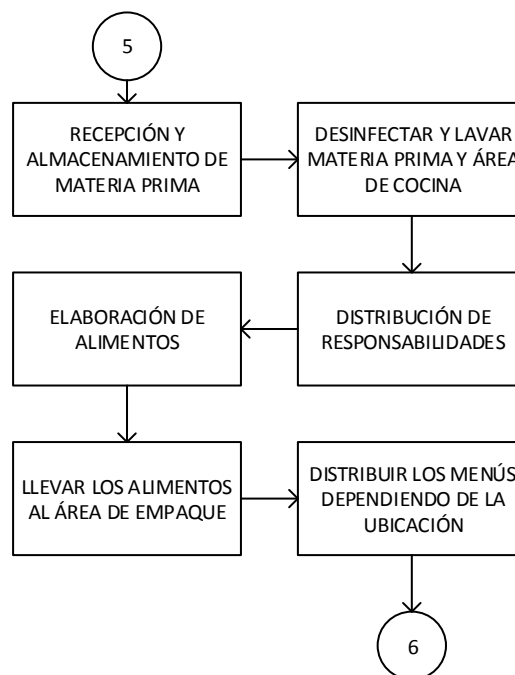


Figura 31. Preparación de alimentos y empaquetado

- **Descripción:** Guiar el proceso de preparación de alimentos y empaquetado
- **Responsables:**
  - Chefs
  - Ayudantes de cocina
  - Empacador
- **Entrada:**
  - Compra de materia prima

- **Salida:**
  - Alimentos preparados y empaquetados listos para distribuir
- **Actividades**
  - Recepción y almacenamiento de materia prima
  - Desinfección y lavado de materia prima y área de cocina
  - Distribución de responsabilidades dentro de la cocina
  - Elaboración de alimentos
  - Empacar alimentos

#### 4.1.2.13 ENTREGA

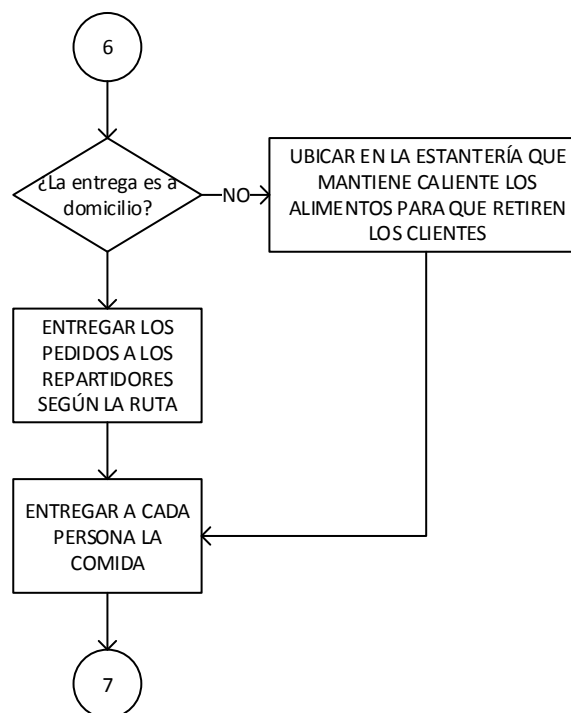


Figura 32 Entrega a domicilio

- **Descripción:** Guiar el proceso de entrega de alimentos.
- **Responsables:**
  - Repartidor/es
- **Entrada:**
  - Alimentos preparados y empaquetados listos para distribuir
- **Salida:**
  - Alimentos entregados a clientes
- **Actividades**
  - Entregar los pedidos a repartidores según la ruta

- Entregar a cada persona la comida

#### 4.1.2.14 COBRANZA

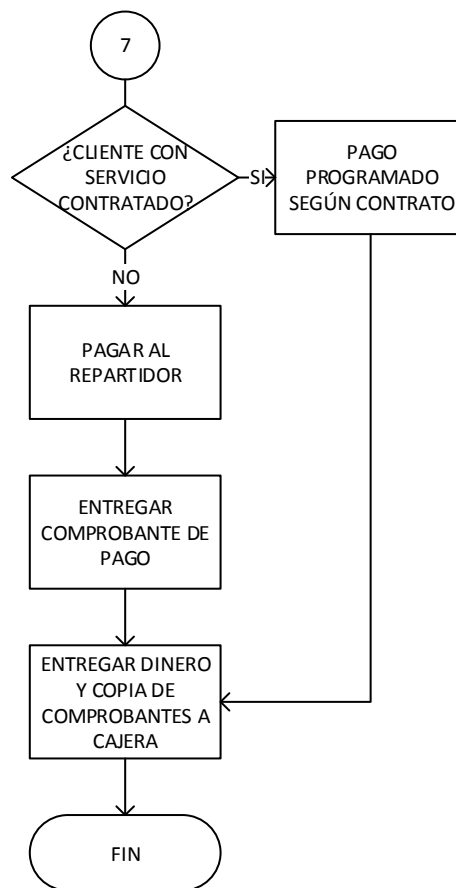


Figura 33. Cobranza

- **Descripción:** Guiar el proceso de cobranza del servicio
- **Responsables:**
  - Repartidor/es
  - Cajera
- **Entrada:**
  - Información del cliente (cliente con servicio contratado o cliente ocasional)
- **Salida:**
  - Pago de servicio
- **Actividades**
  - Pagar al repartidor o cajera
  - Recibir comprobante de pago

#### 4.1.2.15 SERVICIO MÉDICO Y NUTRICIONISTA

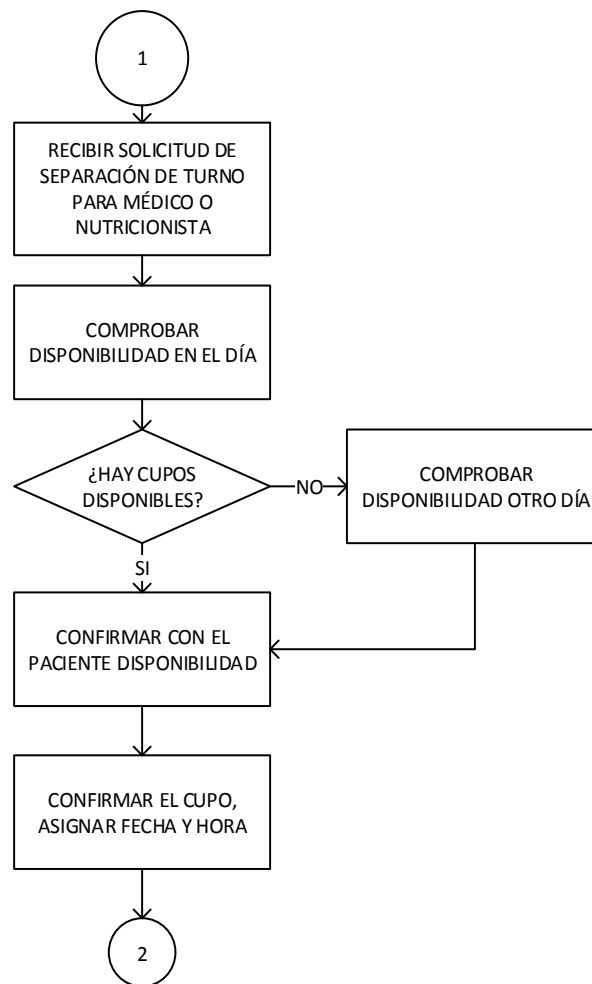


Figura 34. Atención médica

- **Descripción:** Guiar el proceso de separar turno
- **Responsables:**
  - Médico
  - Nutricionista
  - Encargado de atención al cliente
- **Entrada:**
  - Solicitud de separación de turno para médico o nutricionista
- **Salida:**
  - Cupo asignado a cliente
- **Actividades**
  - Recepción de solicitud de turno para médico o nutricionista
  - Comprobar la disponibilidad

- Confirmación del turno

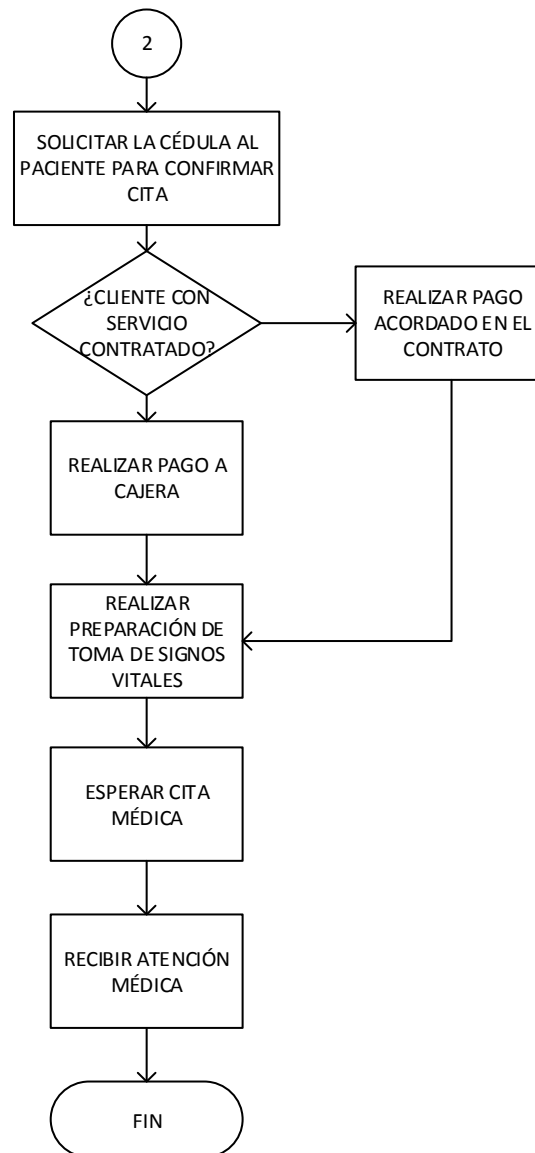


Figura 35. Atención médica

- **Descripción:** Guiar el proceso de atención médica o atención a nutricionista
- **Responsables:**
  - Médico
  - Nutricionista
  - Cajera
- **Entrada:**
  - Cédula del cliente



- **Salida:**
  - Cliente con atención médica
- **Actividades**
  - Comprobar cita
  - Realizar pago
  - Preparación de signos vitales
  - Recibir atención médica

#### **4.1.2.16 INSUMOS, MATERIA PRIMA, MATERIALES ACORDES A LAS RESPECTIVAS RECETAS NUTRICIONALES PROVEÍDAS POR EL PERSONAL ESPECIALIZADO “NUTRICIONISTAS”.**

La materia prima será adquirida dependiendo de los diferentes menús que se establezcan para los clientes, si bien es cierto, los expertos entrevistados no se atrevieron a establecer un menú concreto porque esto va ligado con la evaluación que se le haga al paciente y en base a los requerimientos nutricionales de cada uno, sin embargo, de manera general lo que se va a necesitar se enlistan en 7 grupos y se muestran a continuación:

- Grupo 1: leche y derivados
- Grupo 2: carne, huevos y pescados
- Grupo 3: tubérculos, legumbres y frutos secos
- Grupo 4: verduras y hortalizas
- Grupo 5: frutas
- Grupo 6: pan, pasta, y cereales
- Grupo 7: grasas, aceite y mantequillas

#### **4.1.3 FASE III: ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PUESTA EN MARCHA**

##### **4.1.3.1 INVERSIÓN INICIAL**

La inversión inicial proyectada es de \$80.000,00 en la cual se incluyen capital de trabajo, gastos pre operativos: gastos de constitución legales, organización adecuación área administrativa, adecuación y montaje de la cocina y adecuación de instalaciones físicas, entre otros. En el cuadro 10, se detalla la inversión según el porcentaje que representará cada rubro.

Cuadro 10 Detalle de inversión

<b>DETALLE DE INVERSIÓN</b>	<b>\$</b>	<b>%</b>
<b>Edificios</b>	20.000,00	25%
<b>Vehículos</b>	15.000,00	19%
<b>Muebles y enseres</b>	10.575,00	13%
<b>Equipos</b>	4.150,00	5%
<b>Bienes de uso</b>	13.275,00	17%
<b>Capital de Trabajo</b>	10.000,00	13%
<b>Pre operativos</b>	7.000,00	9%

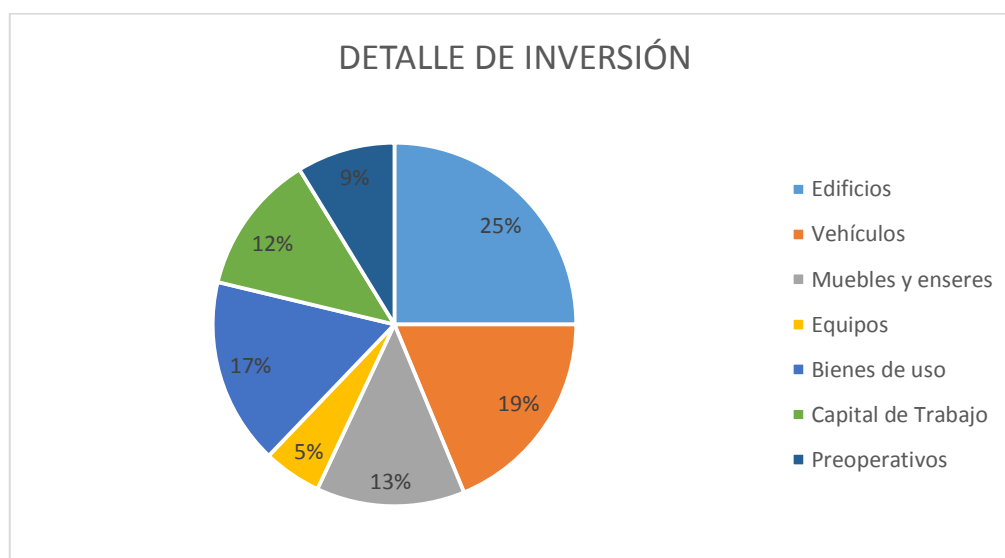


Figura 36. Gráfico de detalle de inversión

En la siguiente Cuadro se muestra el detalle de la inversión, desglosando cada ítem en el cual se va a invertir el dinero.

Cuadro 11 Detalle de inversiones

<b>Item</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>TOTAL</b>
<b>1</b>	<b>Activos Fijos</b>			
	<b>Edificios</b>			
	Local	1	20.000,00	20.000,00
<b>1.1</b>	<b>Vehículos</b>			
	Camión pequeño	1	15.000,00	15.000,00
<b>1.2</b>	<b>Muebles y Enseres</b>			-
	Escritorios	3	100,00	300,00
	Sillas de escritorios	3	80,00	240,00
	Juguera industrial	1	1.200,00	1.200,00
	Congelador industrial	1	800,00	800,00
	Vitrina industrial	1	1.080,00	1.080,00
	Campana extratora industrial	1	500,00	500,00
	Licadoras	3	120,00	360,00
	Hervidores eléctricos	3	50,00	150,00
	Caja registradora	1	300,00	300,00



#### 4.1.3.2 FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento se realizará un préstamo a la Corporación Financiera Nacional CFN por el **62,5%** de la inversión inicial, es decir, \$50.000,00 y con una tasa de interés del 13% anual a 5 años plazo (60 cuotas) con el sistema de amortización francesa, lo que dio como resultado una cuota fija de 1.137,65, en el Cuadro 13 se muestra la Cuadro de amortización del préstamo. Adicional a esto se ha considerado la asociación de dos personas que contribuirán con el **37,5%** de la inversión con capital propio, es decir, \$30.000,00 entre los dos socios (Cuadro 12 Distribución de inversión).

Cuadro 12 Distribución de inversión

<b>INVERSIÓN</b>	<b>\$</b>
<b>Socio A</b>	\$ 15,000,00
<b>Socio B</b>	\$ 15,000,00
<b>Préstamos CFN</b>	\$ 50,000,00
<b>TOTAL</b>	\$ 80.000,00

Se presenta la Cuadro de amortización por los 60 meses que se realizará el pago a la CFN (Cuadro 13).

Cuadro 13 Amortización del préstamo

PERIODO	INTERÉS	CAPITAL	CUOTA	SALDO
<b>0</b>				50.000,00
<b>1</b>	541,67	595,99	1.137,65	49.404,01
<b>2</b>	535,21	602,44	1.137,65	48.801,57
<b>3</b>	528,68	608,97	1.137,65	48.192,60
<b>4</b>	522,09	615,57	1.137,65	47.577,03
<b>5</b>	515,42	622,24	1.137,65	46.954,80
<b>6</b>	508,68	628,98	1.137,65	46.325,82
<b>7</b>	501,86	635,79	1.137,65	45.690,03
<b>8</b>	494,98	642,68	1.137,65	45.047,35
<b>9</b>	488,01	649,64	1.137,65	44.397,71
<b>10</b>	480,98	656,68	1.137,65	43.741,03
<b>11</b>	473,86	663,79	1.137,65	43.077,24
<b>12</b>	466,67	670,98	1.137,65	42.406,26
<b>13</b>	459,40	678,25	1.137,65	41.728,00
<b>14</b>	452,05	685,60	1.137,65	41.042,40
<b>15</b>	444,63	693,03	1.137,65	40.349,38
<b>16</b>	437,12	700,54	1.137,65	39.648,84
<b>17</b>	429,53	708,12	1.137,65	38.940,72
<b>18</b>	421,86	715,80	1.137,65	38.224,92
<b>19</b>	414,10	723,55	1.137,65	37.501,37
<b>20</b>	406,26	731,39	1.137,65	36.769,98
<b>21</b>	398,34	739,31	1.137,65	36.030,67
<b>22</b>	390,33	747,32	1.137,65	35.283,35
<b>23</b>	382,24	755,42	1.137,65	34.527,93
<b>24</b>	374,05	763,60	1.137,65	33.764,33
<b>25</b>	365,78	771,87	1.137,65	32.992,45
<b>26</b>	357,42	780,24	1.137,65	32.212,22

27	348,97	788,69	1.137,65	31.423,53
28	340,42	797,23	1.137,65	30.626,30
29	331,78	805,87	1.137,65	29.820,43
30	323,05	814,60	1.137,65	29.005,83
31	314,23	823,42	1.137,65	28.182,41
32	305,31	832,34	1.137,65	27.350,06
33	296,29	841,36	1.137,65	26.508,70
34	287,18	850,48	1.137,65	25.658,23
35	277,96	859,69	1.137,65	24.798,54
36	268,65	869,00	1.137,65	23.929,53
37	259,24	878,42	1.137,65	23.051,12
38	249,72	887,93	1.137,65	22.163,18
39	240,10	897,55	1.137,65	21.265,63
40	230,38	907,28	1.137,65	20.358,36
41	220,55	917,10	1.137,65	19.441,25
42	210,61	927,04	1.137,65	18.514,21
43	200,57	937,08	1.137,65	17.577,13
44	190,42	947,23	1.137,65	16.629,89
45	180,16	957,50	1.137,65	15.672,40
46	169,78	967,87	1.137,65	14.704,53
47	159,30	978,35	1.137,65	13.726,17
48	148,70	988,95	1.137,65	12.737,22
49	137,99	999,67	1.137,65	11.737,55
50	127,16	1.010,50	1.137,65	10.727,05
51	116,21	1.021,44	1.137,65	9.705,61
52	105,14	1.032,51	1.137,65	8.673,10
53	93,96	1.043,70	1.137,65	7.629,41
54	82,65	1.055,00	1.137,65	6.574,40
55	71,22	1.066,43	1.137,65	5.507,97
56	59,67	1.077,98	1.137,65	4.429,99
57	47,99	1.089,66	1.137,65	3.340,33
58	36,19	1.101,47	1.137,65	2.238,86
59	24,25	1.113,40	1.137,65	1.125,46
60	12,19	1.125,46	1.137,65	(0,00)

#### 4.1.3.3 CAPACIDAD OPERATIVA

En el presenta trabajo se definió la capacidad teórica, máxima y proyectada y se describe en el siguiente apartado.

#### 4.1.3.4 CAPACIDAD TEÓRICA

Se establece la capacidad teórica del proyecto que significa que los recursos humanos y los equipos productivos funcionan en pleno rendimiento sin interrupciones y para este proyecto se realizó la siguiente estimación:

Cuadro 14 Capacidad teórica

CAPACIDAD TEORICA (INSTALADA)	
Días efectivos al año	365
Horas producción por día	12
Producción diaria de alimentos	300

<b>Producción anual</b>	109.500
<b>Producción mensual</b>	<b>9.125</b>

#### 4.1.3.5 CAPACIDAD MÁXIMA

Es la capacidad real que se puede ejecutar dentro de la micro startup y en este proyecto se estimaron los siguientes datos:

*Cuadro 15 Capacidad máxima*

<b>CAPACIDAD MAXIMA (DISPONIBLE)</b>	
<b>Dias efectivos al año</b>	<b>300</b>
<b>Horas producción por día</b>	12
<b>Producción diaria de alimentos</b>	<b>250</b>
<b>Producción anual</b>	75.000
<b>Producción mensual</b>	<b>6250</b>

#### 4.1.3.6 CAPACIDAD PROYECTADA

Se prevé producir los siguientes, esta proyección se realizó considerando pérdidas de tiempo al momento de producir:

*Cuadro 16 Capacidad proyectada*

<b>CAPACIDAD PROYECTADA O EFECTIVA DE USO</b>		
<b>Dias efectivos al año</b>		<b>285</b>
<b>Producción diaria de alimentos</b>		<b>200</b>
<b>Pérdidas por diferentes factores</b>	5%	14
<b>Producción anual</b>		57.000
<b>Producción mensual</b>		<b>4.750</b>
<b>Capacidad Utilizada</b>		76%

En este estudio se considera que inicialmente la capacidad utilizada será del 76% aproximadamente, teniendo una producción mensual de 4750 considerando que se trabaje 285 días al año.

#### 4.1.3.7 GRÁFICO COMPARATIVO DE CAPACIDAD PRODUCTIVA

Según el análisis con los recursos que se disponen lo ideal sería llegar a la capacidad máxima en donde se sacaría provecho al 100% de los recursos (Figura 37).

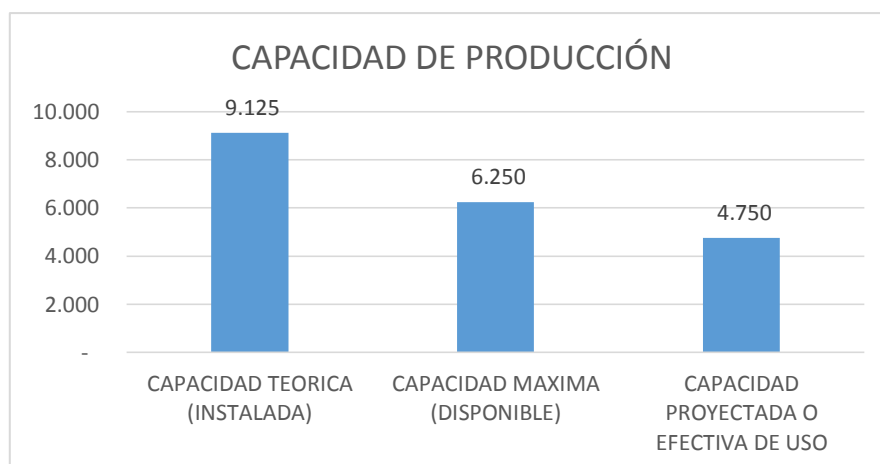


Figura 37. Gráfico comparativo capacidad de producción

#### 4.1.3.8 PROYECCIÓN DE VENTAS

Las ventas fueron simuladas para 5 años de acuerdo a la capacidad proyectada que es del 76% asumiendo un incremento anual del 10% a partir del segundo año, como existen diferentes tipos de servicios en la micro startup, se realizó el análisis la venta de la comida con un precio de venta de \$3,50 (Cuadro 17 y 18).

Cuadro 17 Proyección de venta

Variable	AÑO				
	1	2	3	4	5
<b>Producción Anual</b>	57.000	62.700	68.970	75.867	83.454
<b>Capacidad Utilizada</b>	76%	84%	92%	101%	111%
<b>Ingreso por Ventas</b>	199.500	219.450	241.395	265.535	292.088

Cuadro 18 Proyección de venta

Supuesto	2-5 AÑOS
<b>Incremento de la Producción anual</b>	10%
<b>Precio de Venta.</b>	3,5
<b>Producción Inicial</b>	57.000

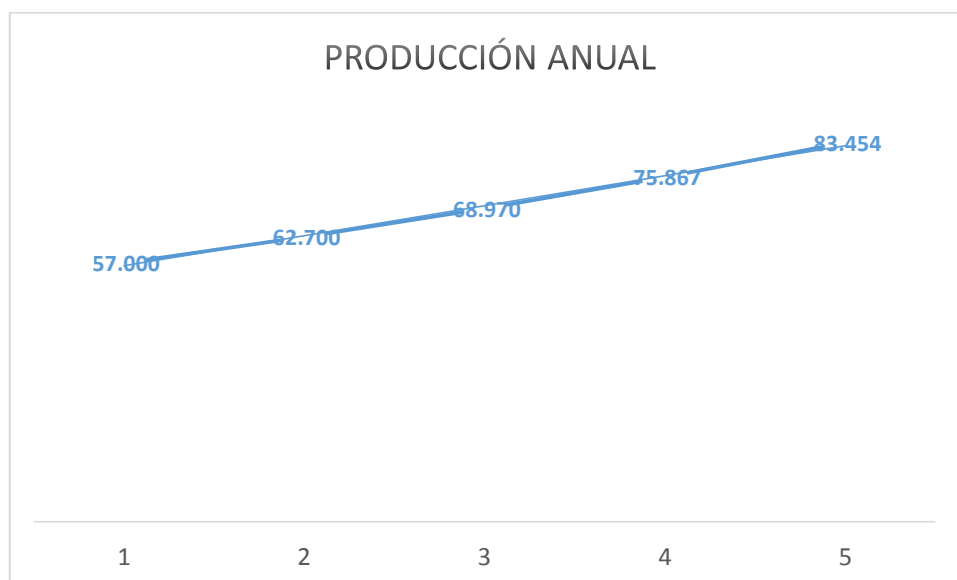


Figura 38. Producción anual

En la figura 39 se muestra la proyección de producción anual durante 5 años que seguiría un crecimiento lineal.

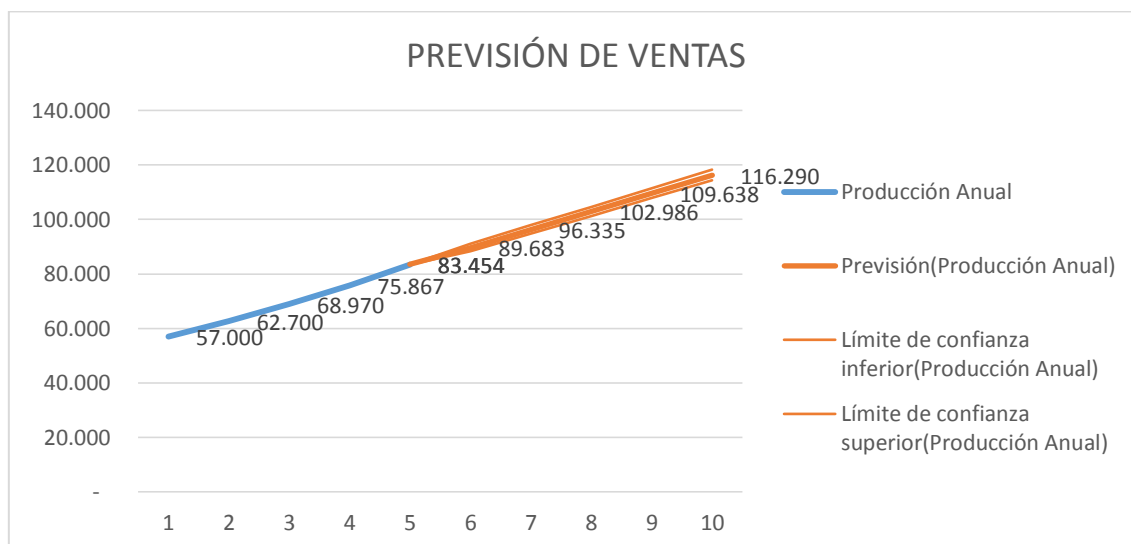


Figura 39. Previsión 10 años

En la figura anterior se muestra la previsión de ventas por 10 años considerando que continúe el crecimiento del 10%.

#### 4.1.3.9 DEPRECIACIONES

Es necesario considerar las depreciaciones dentro del análisis financiero, ya que mediante ellas la micro startup deducirá los gastos y le permitirá sufragar el costo de reemplazo del activo al final de su vida útil. En la Cuadro 19, se



muestra el tiempo de vida útil por categoría y el porcentaje de depreciación anual.

**Cuadro 19** Tiempo y porcentaje de depreciación

Descripción	Vida útil	Depreciación Anual
Edificios ( fabrica)	20	5%
Vehículos	5	20%
Muebles y Enseres	10	10%
Equipos (sistemas y telefonías)	3	33%
Bienes de uso (Maquinaria)	10	10%

A continuación, en la Cuadro 20 se muestra el detalle de las depreciaciones proyectada a 5 años.

Cuadro 20 Cuadro de depreciaciones

Edificios ( fabrica)	Usd.	AÑOS				
	20.000,00	1	2	3	4	5
<b>Depreciación Anual</b>		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
<b>Depreciación Acumulada</b>			2.000,00	3.000,00	4.000,00	5.000,00
Vehículos	Usd.	AÑOS				
	15.000,00	1	2	3	4	5
<b>Depreciación Anual</b>		3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
<b>Depreciación Acumulada</b>			6.000,00	9.000,00	12.000,00	15.000,00
Muebles y Enseres	Usd.	AÑOS				
	10.575,00	1	2	3	4	5
<b>Depreciación Anual</b>		1.057,50	1.057,50	1.057,50	1.057,50	1.057,50
<b>Depreciación Acumulada</b>			2.115,00	3.172,50	4.230,00	5.287,50
Equipos (sistemas y telefonías)	Usd.	AÑOS				
	4.150,00	1	2	3	4	5
<b>Depreciación Anual</b>		1.383,33	1.383,33	1.383,33		
<b>Depreciación Acumulada</b>			2.766,67	4.150,00		
Bienes de uso (Maquinaria)	Usd.	AÑOS				
	13.275,00	1	2	3	4	5
<b>Depreciación Anual</b>		1.327,50	1.327,50	1.327,50	1.327,50	1.327,50
<b>Depreciación Acumulada</b>			2.655,00	3.982,50	5.310,00	6.637,50
Total		AÑOS				
		1	2	3	4	5
<b>Depreciación Anual</b>		7.768,33	7.768,33	7.768,33	6.385,00	6.385,00
<b>Depreciación Acumulada</b>		-	15.536,67	23.305,00	25.540,00	31.925,00

#### 4.1.3.10 COSTOS

El cálculo de los costos es parte fundamental de la información necesaria para la dirección de una empresa, convirtiéndose en un elemento importante para la labor empresarial, debido a que su desconocimiento puede traer serias consecuencias y en muchos casos llevar a la quiebra. Se puede tener ingresos en volumen alto, sin tomar el alto costo que tiene cada producto, en la Cuadro 21 se definieron los costos con una proyección de 5 años (costos fijos y costos variables), con la finalidad de realizar el punto de equilibrio, y en la figura 40 se realiza la explicación gráfica de los costos.

Entre los principales costos se encuentran los siguientes: Sueldos y salarios, amortizaciones y depreciaciones, seguros, impuestos, servicios en general, mano de obra indirecta, materias primas, materiales e insumos, publicidad, entre otros.

Cuadro 21 Costos

COSTOS FIJOS	AÑO				
	1	2	3	4	5
<b>Sueldos y Salarios (nómina directa)</b>	19.486,94	19.486,94	19.486,94	19.486,94	19.486,94
<b>Amortizaciones y Depreciaciones</b>	7.768,33	7.768,33	7.768,33	6.385,00	6.385,00
<b>Seguros</b>	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
<b>Impuestos Fijos</b>	21.375,00	23.512,50	25.863,75	28.450,13	31.295,14
<b>Servicios Generales</b>	11.320,00	11772,8	12243,712	12733,46048	13242,7989
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>60.790,27</b>	<b>63.380,57</b>	<b>66.202,73</b>	<b>67.895,52</b>	<b>71.249,87</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
<b>Mano de obra indirecta</b>	39.971,90	39.971,90	39.971,90	39.971,90	39.971,90
<b>Materias Primas</b>	24.000,00	24.960,00	25.958,40	26.996,74	28.076,61
<b>Materiales e Insumos</b>	4.260,00	4430,4	4607,616	4791,92	4983,60
<b>Impuestos específicos.</b>	3.027,86	3.148,97	3.274,93	3.405,93	3.542,16
<b>Comisiones sobre ventas</b>	9.975,00	10.972,50	12.069,75	13.276,73	14.604,40
<b>Marketing y Publicidad</b>	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
<b>TOTAL COSTO VARIABLE</b>	<b>90.834,76</b>	<b>93.083,77</b>	<b>95.482,60</b>	<b>98.043,21</b>	<b>100.778,67</b>
<b>COSTO TOTAL (CF+CV)</b>	<b>151.625,03</b>	<b>156.464,34</b>	<b>161.685,33</b>	<b>165.938,73</b>	<b>172.028,54</b>

Para el primer año se estima que los costos ascenderían a \$151.625,03, en la proyección a 5 años los costos tendrán un crecimiento anual del 3,07% en promedio.

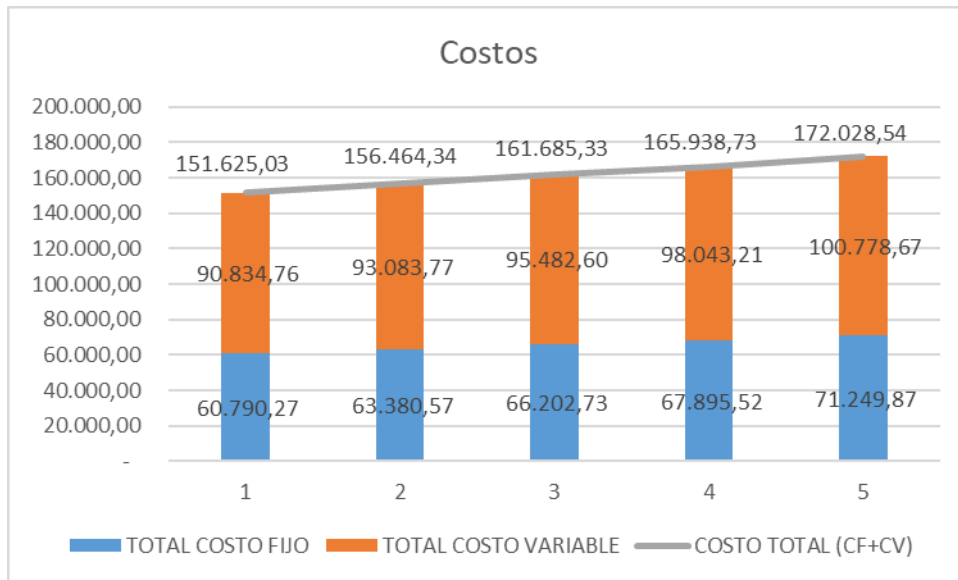


Figura 40. Gráfico de custos

#### 4.1.3.11 SUELDOS Y SALARIOS

Los sueldos fueron calculados de acuerdo a las Cuadro Sectorial del Ministerio de Trabajo para el año 2019, considerando los rubros por ley como son: décimo tercero y cuarto, fondo de reserva y aporte patronal al IESS, es necesario destacar que como es un proyecto que va a empezar, los salarios ajustados fueron los mínimos establecidos, pero de acuerdo a como se vayan aumentando las ventas y mejorando los indicadores financieros los sueldos aumentarán para los trabajadores de la micro Startup. El proyecto iniciará con 9 personas divididas en los diferentes cargos según el organigrama empresarial.

Cuadro 22 Cuadro de sueldos y salarios

Cargo	Cant	Sueldo	total	Décimo 3ro	Décimo 4to	Fondo de reserva	Aporte Patronal	Beneficios	RMU	Remunera Anual
Atención al cliente y cajera	1	397,47	397,47	33,12	32,83	33,11	44,32	143,38	540,85	6.490,21
Ayudante de cocina y empacador	1	396,29	396,29	33,02	32,83	33,01	44,19	143,05	539,34	6.472,11
Ayudante de cocina y empacador	1	396,29	396,29	33,02	32,83	33,01	44,19	143,05	539,34	6.472,11
Chefs	1	400,89	400,89	33,41	32,83	33,39	44,70	144,33	545,23	6.542,71
Gerente	1	400,22	400,22	33,35	32,83	33,34	44,62	144,15	544,37	6.532,45
Médico General	1	430,84	430,84	35,90	32,83	35,89	48,04	152,66	583,50	7.001,98
Nutricionista	1	421,42	421,42	35,12	32,83	35,10	46,99	150,04	571,47	6.857,61
Repartidor	1	398,33	398,33	33,19	32,83	33,18	44,41	143,62	541,96	6.503,49
Ventas y publicidad	1	403,72	403,72	33,64	32,83	33,63	45,02	145,12	548,85	6.586,16
<b>TOTAL</b>	<b>9,00</b>	<b>3.645,47</b>	<b>3.645,47</b>	<b>303,79</b>	<b>295,50</b>	<b>303,67</b>	<b>406,47</b>	<b>1.309,43</b>	<b>4.954,90</b>	<b>59.458,84</b>

#### 4.1.3.12 SERVICIOS GENERALES

Los servicios básicos que se han considerado en este análisis son: luz, gas, teléfono, agua y seguridad privada y se proyectaron los costos anuales (Cuadro 23).

*Cuadro 23 Servicios generales*

<b>Concepto</b>	<b>Total Usd/ año</b>
<b>Luz</b>	1.440
<b>Gas</b>	480
<b>Teléfono y Comunicaciones</b>	1.800
<b>Agua y Saneamiento</b>	840
<b>Seguridad Privada</b>	600
<b>TOTAL</b>	5.160

#### 4.1.3.13 SERVICIOS PROFESIONALES Y DE CONSULTORÍA

Es necesario tener ciertos servicios adicionales de consultoría y soporte como son: legal, contable y soporte de sistemas informáticos (Cuadro 24).

*Cuadro 24 Servicios profesionales y de consultoría*

<b>Concepto</b>	<b>Total Usd/ año</b>
<b>Estudio Legal</b>	1.600
<b>Estudio Contable</b>	1.800
<b>Soporte de Sistemas y Telefonía</b>	1.800
<b>TOTAL</b>	5.200

#### 4.1.3.14 OTROS SERVICIOS

En la Cuadro 25 se puede observar la proyección anual del servicio de limpieza de mantenimiento.

*Cuadro 25 Otros servicios*

<b>Concepto</b>	<b>Total Usd/ año</b>
<b>Servicios de limpieza y mantenimiento</b>	960
<b>TOTAL</b>	960

#### 4.1.3.15 COSTOS DIRECTOS

*Cuadro 26 Costos directos*

<b>COSTOS DIRECTOS</b>	<b>Monto Usd.</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>	19.486,94
<b>Servicios Generales (luz, agua, telef)</b>	11.320,00
<b>Gastos Administrativos</b>	2400
<b>Total</b>	<b>33.206,94</b>

#### 4.1.3.16 COSTOS INDIRECTOS

Cuadro 27 Costos indirectos

<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>Monto Usd.</b>
<b>Mano de Obra Indirecta</b>	39.971,90
<b>Materias Primas</b>	24.000,00
<b>Materiales e Insumos</b>	2700
<b>Total</b>	<b>66.671,90</b>

#### 4.1.3.17 ESTADO DE RESULTADO

Cuadro 28 Estado de resultado

Descripción	Año				
	1	2	3	4	5
<b>Ventas</b>	199.500,00	219.450,00	241.395,00	265.534,50	292.087,95
<b>- Costos de Ventas</b>	86.321,90	89.276,90	92.469,80	95.922,09	99.657,30
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>113.178,10</b>	<b>130.173,10</b>	<b>148.925,20</b>	<b>169.612,41</b>	<b>192.430,65</b>
<b>- Gastos Administrativos</b>	54.881,94	57.472,24	60.294,40	63.370,52	66.724,87
<b>- Gastos Comercialización</b>	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
<b>- Gastos de Financiamiento</b>	14.215,73	14.215,73	14.215,73	14.215,73	14.215,73
<b>Total Gastos</b>	<b>78.697,66</b>	<b>81.287,96</b>	<b>84.110,12</b>	<b>87.186,25</b>	<b>90.540,60</b>
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>34.480,44</b>	<b>48.885,14</b>	<b>64.815,07</b>	<b>82.426,16</b>	<b>101.890,05</b>
<b>Impuesto a la Renta</b>	8.620,11	12.221,28	16.203,77	20.606,54	25.472,51
<b>Estado de Resultado</b>	<b>25.860,33</b>	<b>36.663,85</b>	<b>48.611,31</b>	<b>61.819,62</b>	<b>76.417,54</b>

#### 4.1.3.18 BALANCE GENERAL

Cuadro 29 Balance general

Descripción	Año				
	1	2	3	4	5
<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
<b>Caja y Bancos</b>	7.500,00	9.375,00	47.000,00	56.400,00	67.680,00
<b>Inversiones</b>		600,00	750,00	3.760,00	4.512,00
<b>Créditos (Cuentas por cobrar)</b>	39.900,00	43.890,00	48.279,00	53.106,90	58.417,59
<b>Mercaderías e Inventarios</b>	15.162,50	15.646,43	16.168,53	16.593,87	17.202,85
<b>ACTIVO FIJOS</b>					
<b>Terrenos y Edificios</b>	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
<b>Vehículos</b>	15.000,00	14.000,00	13.000,00	12.000,00	11.000,00
<b>Muebles y Enseres</b>	10.575,00	9.517,50	8.460,00	7.402,50	6.345,00
<b>Equipos (Sistemas y Telefonía)</b>	4.150,00	2.766,67	1.383,33	1.383,33	
<b>Bienes de Uso</b>	13.275,00	11.947,50	10.620,00	9.292,50	7.965,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>63.000,00</b>	<b>58.231,67</b>	<b>53.463,33</b>	<b>50.078,33</b>	<b>45.310,00</b>

<b>PASIVO</b>					
<b>Proveedores</b>	2700	3105,00	3570,75	4106,36	4722,32
<b>Cuentas por pagar</b>	14.215,73	14.215,73	14.215,73	14.215,73	14.215,73
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>16.915,73</b>	<b>17.320,73</b>	<b>17.786,48</b>	<b>18.322,09</b>	<b>18.938,04</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>					
<b>Capital Social</b>	1.600,00				
<b>Ajuste de Capital</b>	13.781,65	(46.639,27)	(94.030,39)	(168.691,27)	(257.121,77)
<b>RNA Ej Anteriores</b>		25.860,33	36.663,85	48.611,31	61.819,62
<b>RNA del Ejercicio</b>	25.860,33	36.663,85	48.611,31	61.819,62	76.417,54
<b>Reparto de Utilidades</b>			(45.000,00)	(50.000,00)	(100.000,00)
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO</b>	<b>41.241,97</b>	<b>15.884,91</b>	<b>(53.755,24)</b>	<b>(108.260,35)</b>	<b>(218.884,61)</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	58.157,70	33.205,64	(35.968,76)	(89.938,26)	(199.946,56)

#### 4.1.3.19 FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS PARA DETERMINAR LOS FLUJOS NETOS

Cuadro 30 Flujo de caja

Descripción	Año						
	0	1	2	3	4	5	6
<b>Ingresos</b>		199.500,00	219.450,00	241.395,00	265.534,50	292.087,95	
<b>- Costos y Gastos Operativos</b>		150.803,84	156.349,14	162.364,20	168.892,61	175.982,17	
<b>EBITDA</b>		48.696,16	63.100,86	79.030,80	96.641,89	116.105,78	
<b>- Depreciaciones y Amortizaciones</b>		7.768,33	7.768,33	7.768,33	6.385,00	6.385,00	
<b>EBIT</b>		40.927,83	55.332,53	71.262,47	90.256,89	109.720,78	
<b>- Impuestos</b>		10.231,96	13.833,13	17.815,62	22.564,22	27.430,19	
<b>Depreciaciones y Amortizaciones</b>		7.768,33	7.768,33	7.768,33	6.385,00	6.385,00	
<b>Variación Capital de Trabajo</b>		1.700,00	2.040,00	2.448,00	2.937,60	3.525,12	
<b>- Amortización deuda</b>		14.215,73	14.215,73	14.215,73	14.215,73	14.215,73	
<b>Inversion</b>	80.000,00						
<b>Valor de Desecho</b>							34.550,00
<b>Flujo de Caja FCFE</b>	<b>(80.000,00)</b>	<b>25.948,48</b>	<b>37.092,00</b>	<b>49.447,46</b>	<b>62.799,54</b>	<b>77.984,98</b>	<b>34.550,00</b>



#### 4.1.3.20 INDICADORES FINANCIEROS TIR Y VAN PARA ESTABLECER LA RENTABILIDAD DEL NEGOCIO Y POR ENDE SU VIABILIDAD.

Cuadro 31 Inversión inicial

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	\$ 80.000
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	13,00%

Tasa de descuento es igual a la TASA DEL CRÉDITO utilizada en el proyecto que en este caso es del 13%.

Cuadro 32 Flujo Acumulado

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO NETO</b>	\$ 20.216,59	\$ 28.881,78	\$ 38.462,82	\$ 49.328,83	\$ 61.028,10
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	\$ 20.216,59	\$ 49.098,37	\$ 87.561,19	\$ 136.890,01	\$ 197.918,11

#### 4.1.3.21 PAYBACK

Cuadro 33 Payback

AÑO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	AÑO 3		
<b>DIFERENCIA CON INVERSIÓN INICIAL</b>	\$ 80.000	\$ 87.561	-\$ 7.561
<b>FLUJO MENSUAL PROMEDIO AÑO</b>	\$ 49.329	12	\$ 4.111
<b>NÚMERO DE MESES</b>			-1,84
<b>Se recupera la inversión al</b>	<b>3 AÑOS</b>	<b>-2</b>	<b>MESES</b>

- Es el número de años y meses que le toma al proyecto recuperar la inversión Inicial
- Si el Payback es < plazo en años es aceptado

#### 4.1.3.22 TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO

Cuadro 34 Tasa de rendimiento promedio

<b>T.R.P.=</b>	<b>SUMATORIA FLUJOS ANUALES</b>	<b>\$ 197.918</b>
	<b>NÚMERO DE AÑOS</b>	<b>5</b>
	<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 80.000</b>
	1	1

Cuadro 35 Tasa de rendimiento

<b>Tasa de Rendimiento Promedio</b>	<b>49,48%</b>
<b>La Tasa de Descuento es de</b>	<b>13,00%</b>

Si la Tasa de Rendimiento Promedio es mayor a la tasa de descuento se acepta.

#### 4.1.3.23 VAN

Cuadro 36 Valor actual neto

<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	<b>V.A.N</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TASA</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>FLUJO NETO</b>	13,00%	\$ 20.216,59	\$ 28.881,78	\$ 38.462,82	\$ 49.328,83	\$ 61.028,10

Es el valor generado todos los años llevados al primer día si es > 0 se acepta

Cuadro 37 Cálculo de VAN

<b>Valor Actual Neto =</b>	\$ 130.544,02	<b>\$ 80.000,00</b>	\$ 50.544,02	es la ganancia real
----------------------------	---------------	---------------------	--------------	---------------------

#### 4.1.3.24 ÍNDICE DE RENTABILIDAD

Cuadro 38 Índice de rentabilidad

<b>V.A.N.</b>	<b>\$130.544,02</b>
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 80.000,00</b>

Índice de rentabilidad = \$1,63

Generaremos por cada Dólar Invertido

#### 4.1.3.25 RENTABILIDAD REAL

Rentabilidad Real = (ÍNDICE DE RENTABILIDAD - 1)\*100

Rentabilidad Real = 63%

Si es > tasa de descuento Acepto gano más de lo que invierto

#### 4.1.3.26 TASA INTERNA DE RETORNO

Cuadro 39 Tasa interna de retorno

	<b>FLUJO NETO</b>				
<b>INV. INICIAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>\$ -80.000</b>	\$ 20.217	\$ 28.882	\$ 38.463	\$ 49.329	\$ 61.028

T.I.R.=32,05%

Tasa a la cual el VAN es 0

#### 4.1.3.27 PUNTO DE EQUILIBRIO DEL NEGOCIO, PARA EVITAR GENERAR PÉRDIDAS PARA EL NEGOCIO

Una de las formas para determinar si una empresa es rentable es que genere utilidades. El punto de equilibrio es un cálculo necesario para analizar la relación entre costos, valor y utilidades en la toma de decisiones.

Cuadro 40 Costos

Concepto	USD.	% de Participación
<b>Costos Fijos</b>	60.790,27	40%
<b>Costos Variables</b>	90.834,76	60%
<b>Total</b>	151.625,03	100%

Cuadro 41 Punto de equilibrio

MC	1,91
<b>Pto. Eq. (comida)</b>	31.887,34
<b>Pto. Eq. (dolares)</b>	111.605,68

Cuadro 42 Costos directos y costos indirectos

Concepto	TOTAL USD.				
	1	2	3	4	5
<b>Costos Directos</b>	33.206,94	33.659,74	34.130,65	34.620,40	35.129,73
<b>Costos Indirecto</b>	118.418,09	122.804,61	127.554,68	131.318,34	136.898,80
<b>Costo Total</b>	151.625,03	156.464,34	161.685,33	165.938,73	172.028,54

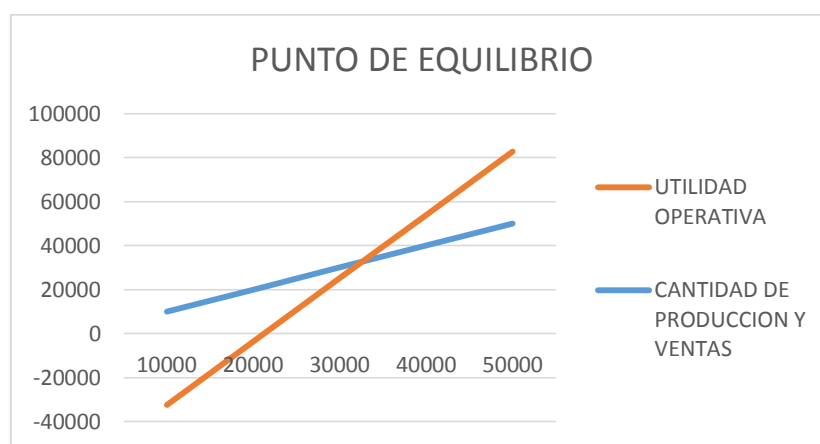


Figura 41. Punto de equilibrio

## 4.2 DISCUSIÓN

De acuerdo a la tesis Plan de negocios de comida rápida saludable en Lima Metropolitana 2016 elaborada por Gianina Pamela Cabrera Sipiran e Ivanna

Nancy Pisfil Díaz, se pudo constatar que la realización de una matriz de perfil competitivo les contribuyó de manera eficaz a su investigación ya que pudieron conocer y analizar las competencias directas según los factores críticos de éxito del plan de negocio ya que en Lima si habrían muchas competencias que ofrecen el mismo servicio, a diferencia de la investigación actual que según las encuestas realizadas a la PEA dirigida al sector urbano del Cantón Bolívar no se conocen muchos lugares de comida nutritiva, sin embargo existen posibles competencias que ofrecen un servicio similar lo que conlleva a un mercado alentador.

El trabajo de investigación titulado “Plan de negocios para implementar un fast food de comida saludable en Miraflores” elaborada por Neyra, Palomino y Díaz (2016), quienes buscan implementar un negocio de comida rápida, pero al mismo tiempo saludable, incentivados por ser una tendencia global el cambio de estilo de vida en las personas. Por lo que propusieron como objetivo principal la obtención de información que contribuya a conocer las preferencias del público consumidor en cuanto a los alimentos saludables en el distrito de Miraflores, a diferencia de la micro startup especializada en nutrición quien busca no solamente vender comida saludable si no que su principal servicio será la atención personalizada que dará a sus clientes de acuerdo a las enfermedades que éste presente, lo que se conocerá con una consulta médica para ofrecer el servicio de acuerdo a la necesidad de cada cliente y la elaboración de sus menús, habiendo opciones generales que obviamente tendrán un menor costo para las personas que no sufren de ninguna enfermedad pero quieren verse y sentirse bien, por eso su objetivo principal es conocer la factibilidad que esta micro startup tendría en el Cantón Bolívar.

En la búsqueda de información se encontró otro trabajo similar denominado “Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida rápida saludable” cuyos autores son elaborado por Bernal, Varela y Carvajal (2013), la finalidad de esta investigación es poner varios puntos de ventas de un solo producto como es la hamburguesa, diferenciándose al mercado tradicional porque todos sus ingredientes serán en beneficio de la salud del consumidor, en cambio la startup especializada en nutrición pretende tener un solo punto de

venta en el Cantón Bolívar por lo que entregará su servicio a domicilio en diferentes lugares y Cantones aledaños, y la variedad de comida será mucho más amplia debido al servicio que ofrecerá personalizado.

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 CONCLUSIONES

- El estudio de mercado mediante la aplicación de la encuesta y su posterior tabulación sirvió como base para realizar la proyección del mercado objetivo insatisfecho, además, de otorgar datos claves para calcular los precios del servicio, conocer las enfermedades más frecuentes relacionadas con la alimentación y desarrollar el plan de marketing que más se ajusta a las necesidades del medio.
- El estudio técnico fue de vital importancia para realizar la propuesta de la creación de la Startup, a través de este se logró proyectar los equipos, maquinarias, herramientas e insumos necesarios para la puesta en marcha del proyecto que inicialmente tendrá una capacidad máxima productiva de 205 unidades (desayuno, almuerzo o merienda) diarios, además, se establecieron los procesos operacionales que guiarán el accionar de la empresa en todos sus niveles.
- En el estudio económico se manifestó que el financiamiento será una parte con recursos propios 37.5% y otra parte con endeudamiento 62.5%, realizando un crédito a la CFN a 60 meses plazo con una tasa de interés del 13% con un sistema de amortización francesa. La micro Startup muestra viabilidad financiera debido a que el VAN arroja un valor de \$130.544,02 que al ser positivo se acepta y se considera rentable. Se prevé que el primer año se obtendrá un ingreso por ventas de \$199.500 el cual tendrá un crecimiento del 10% anual. Considerando que la tasa de descuento se ubicó en el 13% (por ser la tasa del crédito de la CFN) y el TIR se calculó en un 30.64% que al ser mayor generará rentabilidad. La micro Startup alcanzará su punto de equilibrio al vender 31.887,34 unidades y \$111.605,68, que según la proyección se alcanzaría en el primer año de ejecución.

## 5.2 RECOMENDACIONES

- Analizar la oportunidad de negocio para la expansión a otros cantones aledaños a Bolívar manteniendo la filosofía de negocio planteada.
- Conociendo el crecimiento de la competencia se debe innovar, dando valor agregado para desarrollar estrategias de publicidad y venta.
- Una vez realizado todo el estudio de mercado, técnico y financiero y viendo que arrojó resultados positivos y rentables se recomienda hacer la ejecución del proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, F. (2017). *Las herramientas tic con conexión a internet, como parte del proceso inicial de las start-ups y emprendimientos, en Perú*. (Tesis Pregrado). universidad. Pontificia Católica del Perú. Lima, Perú. recuperado de: [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/10052/LARCON\\_ROJAS\\_ESTUDIO\\_IMPACTO\\_DE\\_LAS\\_HERRAMIENTAS\\_TIC\\_CON\\_CONEXION\\_A\\_INTERNET.pdf?sequence=1](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/10052/LARCON_ROJAS_ESTUDIO_IMPACTO_DE_LAS_HERRAMIENTAS_TIC_CON_CONEXION_A_INTERNET.pdf?sequence=1)
- Bermúdez, L. (2014). Características de las PYMES de Guanacaste. *Intercedes*. 15 (1) p, 7. Recuperado de: <http://www.scielo.sa.cr/pdf/is/v15n30/a01v15n30.pdf>
- Bernal, A., Carvajal, H. y Varela, G. (2013). Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida rápida saludable.
- Bernal, C. (2010). Proceso de investigación científica. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10596/7974>.
- Blázquez, E. (2017). *La alimentación en la prevención de enfermedades*. Recuperado de: <https://www.vivosano.org/alimentacion-prevencion-enfermedades/>
- Carbajal, A. (2013). *Manual de Nutrición y Dietética*. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/22755/1/Manual-nutricion-dietetica-CARBAJAL.pdf>
- Asamblea Constituyente (2008). Constitución de la República del Ecuador. Montecristi. EC.
- Corona, E. (2015). Ejemplos de investigación de campo. Recuperado en: <http://www.ejemplos.org/ejemplos-de-investigacion-de-campo.html>
- Correa R. (2014). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2011-2013. telégrafo*. Organización Mundial de la Salud (OMS).2004. Centro de Prensa. p 1.
- Cruz, Muñón, E. Villaseñor, M. Álvarez, G. y Nigh, R. (2013). Sobrepeso y obesidad: una propuesta de abordaje desde la sociología. *Región y Sociedad*. 25 (57) p, 2. Recuperado en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-39252013000200006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252013000200006)
- Díaz, N. Intriago, R. Tomalá, V. López, A. Paredes, A. y Reyes, S. (2016). El cultivo de soya y su importancia para el Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 1(12), 77-85. Recuperado de: [www.journaluidegye.com/magazine/index.php/innova/article/view/110](http://www.journaluidegye.com/magazine/index.php/innova/article/view/110)



- Díaz, L. Torruco, U. Martínez, M. Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación y educación médica*. 2 (7). p 3. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349733228009>
- Freidin, B. (2016). Alimentación y riesgos para la salud: visiones sobre la alimentación saludable y prácticas alimentarias de mujeres y varones de clase media en el Área Metropolitana de Buenos Aires. *Salud Colectiva*. 12 p, 3. Recuperado en: <https://www.redalyc.org/pdf/731/73149180005.pdf>
- García, G. y Villafuerte, M. (2015). Las restricciones al financiamiento de las PYMES del Ecuador y su incidencia en la *política de inversiones*. *Actualidad Contable. Revista FACES*, 18(30). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25739666004>
- Gómez, E., Navas, D., Aponte, G., Betancourt, L. (2014). Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización. Colombia. *Dyna*. 81. Colombia. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=49630405022>
- Gómez, M., y Botero, J. (2015). Startup y spinoff: una comparación desde las etapas para la creación de proyectos empresariales. *Ciencias Estratégicas*. 24 (36) p, 5. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151352656007.pdf>
- Hevia, P. (2016). Educación en diabetes. *Medicina Clínica Las Condes*. 27 (271) p.1 Recuperado de: <http://www.elsevier.es/es-revista-revista-medica-clinica-las-condes-202-articulo-educacin-en-diabetes-S0716864016300165>
- Ley Orgánica de Consumo, Nutrición y Salud Alimentaria. (2013). Recuperado de: Disponible en: <http://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/04/Propuesta-Ley-Consumo-Final.pdf> p.4.
- Londoño, J. (2015). Tecnología como factor de innovación en empresas colombianas. *Revista Venezolana de Gerencia*. 20 (70) p, 6. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/290/29040281002.pdf>
- Lloparta, E., Pérez, M., Borda, D., y López, L. (2014). Evaluación de la calidad nutricional de galletitas dulces de bajo valor glucémico del mercado de la ciudad de Rosario, Argentina. *Revista. Nutrición Humana y Dietética*. 18 (4) p.2. Recuperado de: <file:///C:/Users/SYSTEC/Downloads/Dialnet-AssessmentOfTheNutritionalQualityOfCookiesWithLowG-4973650.pdf>
- Mariño, A., Núñez, M., Gámez, A., (2015). Alimentación saludable. *Infomed*. 17 p. 4,5. Recuperado en: <http://www.medigraphic.com/pdfs/actamedica/acm-2016/acm161e.pdf>

- Montoya, M. (2015). tendencias en América Latina y su potencialidad para el crecimiento empresarial. *Revista. Contexto*. p. 8. Recuperado de: <http://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/viewFile/416/733>
- Muñoz, J. (2015). *5 características que definen a las Startups y que no deberías olvidar*. Recuperado de: <http://www.nunkyworld.com/5-caracteristicas-que-definen-a-las-startups-y-que-no-deberias-olvidar/#>
- Neyra, C., Palomino, C. y Díaz, F. (2016). Plan de negocios para implementar un fast food de comida saludable en Miraflores.
- Olivier J. y Thompson P. (2009). Diferencias en el proceso de innovación en empresas pequeñas y medianas de la industria manufacturera de la ciudad de Chihuahua, México. *Contaduría y administración*, (227), 9-28. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/n227/n227a2.pdf>
- Organización Mundial de la Salud. (2017). *Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud*. Recuperado de: La obesidad entre los niños y los adolescentes se ha multiplicado por 10 en los cuatro últimos decenios: <https://www.who.int/dietphysicalactivity/es/>
- Ortegón, L. (2014). Características de la micro, pequeña y mediana empresa asociadas a los tipos de tecnologías de comunicación y uso de medios sociales. *Poliantea*. P.2. recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/282250342\\_Caracteristicas\\_de\\_la\\_micro\\_pequena\\_y\\_mediana\\_empresa\\_asociadas\\_a\\_los\\_tipos\\_de\\_tecnologias\\_de\\_comunicacion\\_y\\_uso\\_de\\_medios\\_sociales](https://www.researchgate.net/publication/282250342_Caracteristicas_de_la_micro_pequena_y_mediana_empresa_asociadas_a_los_tipos_de_tecnologias_de_comunicacion_y_uso_de_medios_sociales)
- Palenzuela, S., M., Pérez M., A., Pérula, L., A., Fernández, J., Maldonado, J. (2014). La alimentación en el adolescente. *Revista. Anales Sistema San Navara*. Recuperado de: [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1137-66272014000100006](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1137-66272014000100006)
- Plan Nacional del Buen Vivir (2017-2020). *Objetivo 10 impulsar la transformación de la materia prima*. Recuperado de: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva>
- Pizzi, A. y Brunet, I. (2013). Creación de empresas, modelos de innovación y pymes. *Cuadernos del CENDES*. 30(83), p. 53-74. recuperado de: <http://www.scielo.org.ve/pdf/cdc/v30n83/art04.pdf>
- Rivera, T. León, A. Serna, M. (2015). *Terapia médica-nutricia coadyuvante en el paciente con super-superobesidad con bypass gástrico*. (Tesis Posgrado). Universidad Isidro Espinoza de los Reyes. Recuperado de <http://catalogoinsp.mx/files/tes/054684.pdf>

- Ruiz, V. (2014). *Identificación de saberes alimentarios ancestrales y sus aportes nutricionales para los problemas de malnutrición infantil en la comunidad de Maconta abajo de Portoviejo* Manabí. (Tesis pregrado). Universidad católica Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7919/DISERTACION%20VICTORIZ%20RUIZ.pdf?sequence=1>
- Romero, M. C., Rébora, A., y Camio, M. I. (2010). Un índice para “medir” el nivel de innovación tecnológica en empresas intensivas en el uso de tecnología. *RAI-Revista de Administração e Inovação*, 7(1) p, 03. Recuperado de: [file:///C:/Users/Gemita/Downloads/79156-Texto%20do%20artigo-108685-1-10-20140408%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Gemita/Downloads/79156-Texto%20do%20artigo-108685-1-10-20140408%20(3).pdf)
- Ropero, A., Marquina, E. Sarmiento, V. y Beltra, M. (2017). Ingesta de Calcio y relación con el sobrepeso y obesidad en adolescentes mujeres, Ecuador. *Revista. Española de Nutrición Humana y Dietética*. 21 (4), p, 3. Recuperado en: <https://docplayer.es/90877457-Esta-es-la-version-aceptada-revisada-por-pares-el-artic...>
- Ríos S.I., Romero L.C., Vega L.E., (2017). “*Plan de negocio para empresa de servicios de dietas saludables delivery*”. Escuela de posgrado La Molina – Lima – Perú
- Saura, J., Isidro, F., Heredia, J. R., y Segarra, V. (2014). Evidencias científicas sobre la eficacia y seguridad de la dieta proteinada: dieta proteinada y ejercicio físico. *Andaluza de Medicina del Deporte*, 7(1), p.3. recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1888754614700577>
- Samar, Y. (2014). Cómo lograr una vida saludable. *Anales Venezolanos de Nutrición*. 27 (1) p2. Recuperado de: [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0798-07522014000100018](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-07522014000100018)
- Santos, T. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. *Contribuciones a la Economía*, p.11. Recuperado de: [www.eumed.net › Contribuciones a la Economía](http://www.eumed.net/Contribuciones%20a%20la%20Econom%C3%ADa)
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Toda una Vida. Quito, Ecuador. Recuperado de: [www.planificacion.gob.ec/wp.../2017/10/PNBV-26-OCT\\_FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2017/10/PNBV-26-OCT_FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Valenzuela, A., Valenzuela, R., Sanhueza, J., y Morales, G. (2014). Alimentos funcionales, nutraceuticos y foshu: vamos hacia un nuevo concepto de alimentación. *Chilena de nutrición*, 41(2), p.198-204. Recuperado de: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717...](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717...)
- USAID ECUADOR. (2013). *Microempresas y Microfinanzas en Ecuador*. Recuperado de:

<http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/MICROEMPRESAS%20Y%20MICROFINANZAS%20EN%20EL%20ECUADOR.pdf>

Terán Romoleroux, J. (2013). repositorio.puce.edu.ec. Obtenido de “*La soberanía alimentaria en el Ecuador, un proceso en construcción desde las posiciones:*” Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5542/T-PUCE-5768.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tramon, L. (2017). *La Innovación: Factor clave en el éxito de una startup*. Recuperado de: <https://www.todostartups.com/emprendedores/la-innovacion-factor-clave-en-el-exito-de-una-startup>

Vivero, L., y Dafermos, J. (2015). FLOK Society. Obtenido de Agroalimentación: [http://book.floksociety.org/wp-content/uploads/2015/05/2\\_1\\_-\\_Agroalimentacion.pdf](http://book.floksociety.org/wp-content/uploads/2015/05/2_1_-_Agroalimentacion.pdf)

Zayas, I., Parra, D., López, R., y Torres, J., (2015). La innovación, competitividad y desarrollo tecnológico en las MIP y ME's del municipio de Angostura, Sinaloa. *Mexicana de Ciencias Agrícola*. 6 (3) p.3. Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-0934201500030001](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-0934201500030001)

# **ANEXOS**

## ANEXO 1 ENCUESTA

## CUESTIONARIO

Cuestionario dirigido a la Población Económicamente Activa sector Urbano (PEA) de la ciudad de Calceta, Cantón Bolívar para medir el nivel de aceptabilidad y factibilidad de la creación de un micro emprendimiento (micro startup) de comercialización de alimentos y bebidas de alta nutrición.

## 1.1 Información general

## 1.1.1 Género

Femenino  Masculino

## 1.1.2 Edad

18-22  23-27  28-32  33-37  38-42  43-47  48 en adelante

## 1.2 ¿Con qué frecuencia almuerza fuera de casa?

Todos los días  5 a 6 veces a la semana  3 a 4 veces a la semana  1 a 3 veces a la semana  
 Una vez cada 15 días  Una vez al mes  Nunca

## 1.3 ¿Cuál es la principal razón por la que come fuera de casa?

Por falta de tiempo para preparar los alimentos  Por economía  Por comodidad  
 Otro, especifique \_\_\_\_\_

## 1.4 ¿Cuánto gastó aproximadamente en la última semana para almorzar fuera de casa?

\$0-\$3.00  \$3.01-\$6.00  \$6.01-\$9.00  \$9.01-\$12.00  \$12.01-\$15.00  
 \$15.01-\$18.00  \$18.01-\$21.00  \$Mas de 21.01

## 1.5 ¿Considera que en la última semana ha sido su comida 100% saludable?

Sí  No Por que \_\_\_\_\_

## 1.6 ¿Qué incluyes habitualmente en tu tiempo de comida principal durante el día?

Botana (aperitivo)	<input type="checkbox"/> Sí	<input checked="" type="checkbox"/> No
Sopa o caldo u otro entrante	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Plato fuerte	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Carne, pescado, pollo o mariscos	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Arroz, pasta o frijoles	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Verduras o ensalada	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Tortillas, pan, tostadas	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Postre	<input type="checkbox"/> Sí	<input checked="" type="checkbox"/> No
Fruta	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Bebida	<input type="checkbox"/> Sí	<input checked="" type="checkbox"/> No
Bebida endulzada	<input type="checkbox"/> Sí	<input checked="" type="checkbox"/> No
Bebida sin azúcar	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No

## 1.7 ¿Qué suele ingerir habitualmente entre comidas?

Dulces  Frutas o Verduras  Galleta o pan dulce  Yogurt  Papitas, frituras  
 Frutos secos  Nada

## 1.8 ¿Qué considera que te hace falta para mejorar tu alimentación?

Más información  Apoyo Social  Dinero  Compromiso o motivación personal  
 Tiempo  No me interesa mejorar mi alimentación

## 1.9 Padece alguna de estas enfermedades

Obesidad  Hipertensión  Problemas digestivos  Enfermedades Cardiovasculares  
 Anemia  Diabetes  Otra, especifique \_\_\_\_\_

## 1.10 ¿Estaría dispuesto a incluir en su alimentación comida nutritiva?

Sí  No

## 1.11 ¿Qué elemento usted considera más importante al momento de elegir un lugar para comer?

Precio  Cantidad  Sabor  Buena atención  Ambiente agradable  Ubicación  Opciones saludables

## 1.12 ¿Conoce un lugar certificado en Calceta donde vendan comida saludable?

Sí  No Cual Fit. Food

## 1.13 ¿Almorzaría en un lugar de comida saludables?

Sí  No Por qué Fit Food

## 1.14 ¿Seleccione uno o varios medios de comunicación por los cuales podría contactarse con la micro empresa?

Redes sociales  Estaciones Radiales  Televisión  Periódicos

## ANEXO 2: ENTREVISTA A EXPERTOS

### PREGUNTAS

1. ¿Cuál es el prototipo de paciente que acude a tu consulta? ¿Y qué es lo que busca?
2. De acuerdo a su experiencia como nutricionista ¿Cuáles son las enfermedades más comunes entre sus pacientes y que se relacionan con desórdenes alimenticios?
3. ¿Cuáles son las personas más propensas a sufrir estas enfermedades?
4. ¿Según los reportes de sus pacientes, existe un incremento de la prevalencia del sobrepeso y obesidad o de alguna enfermedad en particular?
5. A criterio personal, ¿Cuál es el grado de contribución que tiene una adecuada alimentación en la calidad de vida del individuo
6. ¿Cuáles son los alimentos que se deben incluir en una dieta balanceada?
7. ¿Cuáles serían los menús de dietas recomendadas para las personas que padecen de enfermedades como sobrepeso, obesidad, hipertensión, diabetes, problemas digestivos?
8. ¿Cuántas ingestas diarias de alimentos es recomendado para que una persona tenga un buen estado de salud?
9. ¿Cuál es el horario adecuado para ingerir alimentos?
10. De acuerdo a la pirámide de alimentación ¿Cuál es la segmentación (carne, frutas, carbohidratos) donde las personas presentan un consumo inadecuado?

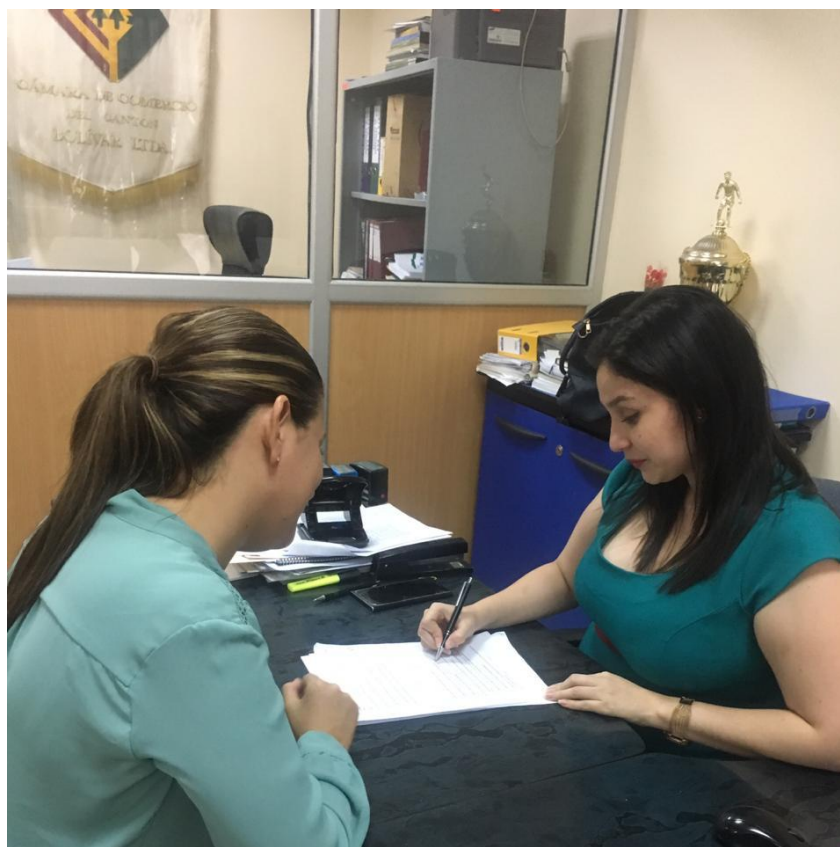
**ANEXO 3-A FOTO DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA**

Anexo 3-A: Foto tomada cuando se aplicó la encuesta a la PEA del Cantón Bolívar



**ANEXO 3-B FOTO DE LA APLICACIÓN DE ENCUESTA**

Anexo 3-B: Foto tomada cuando se aplicó la encuesta a la PEA del Cantón Bolívar

**ANEXO 3-C FOTO DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA**

Anexo 3-B: Foto tomada cuando se aplicó la encuesta a la PEA del Cantón Bolívar