UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDA SALUDABLE”

Proyecto de emprendimiento presentado previo a la Obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas

Autores:
Eugenia Nataly Acurio Fuel
Jimmy Steeven Chimbo Sailema

Tutor:
Ing. Pablo Gilberto Herrara Soria

LATACUNGA – ECUADOR
ABRIL - AGOSTO 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Acurio Fuel Eugenia Nataly, con cédula de ciudadanía No. 0504285008, Chimbo Sailema Jimmy Steeven, con cédula de ciudadanía No. 0923701213 declaramos ser autores del presente "'PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDA SALUDABLES", siendo el Mg. Pablo Gilberto Herrera Soria, Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, agosto 21 del 2024

Acurio Fuel Eugenia Nataly
C.C: 0504285008

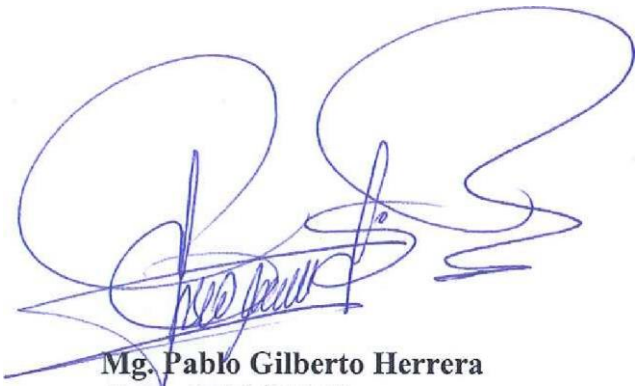
Chimbo Sailema Jimmy Steeven
CC: 0923701213

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

En calidad de Tutor del Proyecto de Emprendimiento sobre el título:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IIWLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDA SALUDABLE" de Acurio Fuel Eugenia Nataly, Chimbo Sailema Jimmy Steeven, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, agosto del 2024



Mg. Pablo Gilberto Herrera
C.C: 0501690259
TUTOR

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y, por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; por cuanto,los postulantes: Acurio Fuel Eugenia Nataly, Chimbo Sailema Jimmy Steven, con el título del Proyecto de Emprendimiento: **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDA SALUDABLE",** ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, agosto 23 del 2024

Para constancia firman:

Mg. Roberto Carlos Arias Figueroa
C.C: 0502123730
LECTOR 1 (PRESIDENTE)

Dr. Luis David Moreano Martinez
C.C: 0502307960
LECTOR 2 (MIEMBRO)

Dra. Libia Dolores Almeida Lara
C.C: 0501797997
LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco profundamente a Dios por ser mi confianza, seguridad, para poder emprender este camino de aprendizajes. Agradezco a mi hija Tatiana Tipan Acurio por ser un pilar fundamental en esta travesía quien me ha brindadosu confianza, paciencia me ha permitido caminar segura. A José por su firmeza, me ha permitido no decaer.

Doy gracias al cielo a mi madre Fanny Fuel por ser el ejemplo de perseverancia, fortaleza y seguridad por cada una de tus enseñanzas. A mi hermano Xavier Acurio por ser una figura paterna en mí vida aquellos consejos que me dejaste fuiste y serás mi guía, doy gracias al cielo por guardar a dos ángeles, que siempre quisieron verme superar. Este proyecto es por ustedes. Así también a mi hermana Margarita Acurio y familiares quienes siempre me han impulsado a seguir mis sueños y metas.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi por darme la oportunidad de formarme como profesional, un agradecimiento inmenso a mi tutor Mg. Pablo Herrera el cual ha sido un apoyo fundamental para la realización de este proyecto de titulación.

Acurio Fuel Eugenia Nataly

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a Dios por la confianza, valor y sabiduría para llegar a este momento tan especial en mi vida, con mucho amor a mi hija Tatiana Tipan Acurio quien, con su amor, comprensión y entusiasmo de seguir adelante cumpliendo mis sueños, a José Luis por brindarme su amor incondicional me han permitido enfrentar cada una de las situaciones adversas que se me presentan.

A mi querida madre Fanny Fuel y hermano Xavier Acurio que siempre quisieron verme formarme un profesional, gracias por ser mi ejemplo de perseverancia, sacrificio y confianza por todas aquellas enseñanzas que me dejaron. Este proyecto es dedica con mucho amor a ustedes que desde el cielo siempre me protegen.

Acurio Fuel Eugenia Nataly

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme sabiduría para ser mejor cada día, a mi querida madre Nancy Maribel Sailema Tigse por el apoyo incondicional para lograr el cumplimiento de mis metas, a mis abuelos María Graciela Tigse Chipugsi y Segundo Manuel Sailema Vaca, por ser mi motor e impulso para seguir adelante enseñándome que nada es fácil en la vida, pero tampoco imposible de alcanzar, así como también a mis queridos tíos y familiares quienes siempre ,e han motivado a cumplir mis proyectos y sueños de vida.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi por darme la oportunidad de formarme profesionalmente, a mis docentes quienes, con su conocimiento, sabias palabras y sus consejos han construido en mi formación en especial a mi tutor el Magíster Pablo Herrera quién con su predisposición y ayuda a permitido que el desarrollo del proyecto sea un éxito de igual manera a mis compañeros y compañeras que me han permitido compartir experiencias inolvidables que llevaré mi corazón.

Y a todas las personas que de una u otra manera formaron parte de mi trayectoria académica en busca de mi desarrollo profesional.

Jimmy Steeven Chimbo Sailema

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a Dios por darme la sabiduría, las fuerzas y el entusiasmo para llegar a este momento tan especial en mi vida, con mucho amor a mi madre Nancy Sailema y a mi hermana Mildred Chimbo quienes con su amor, comprensión y apoyo incondicional avivaron en mí el entusiasmo de seguir adelante en busca de mis sueños, enfrentándome a cada una de las situaciones adversas que se presentan en el camino, pero que fueron parte de las experiencias y el aprendizaje que conduce al éxito personal y profesional.

A mis queridos tíos Jorge, Nataly, Patricio y Jhony Sailema, por ser mi motivación diaria mi estímulo y mi orgullo. Gracias por ser mi ejemplo de perseverancia sacrificio y cariño incondicional.

Jimmy Steeven Chimbo Sailema

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TÍTULO: "PLAN DE NEGOCOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDA SALUDABLE"

Autores:

Acurio Fuel Eugenia Nataly

Chimbo Sailema Jimmy Steeven

RESUMEN

El plan de negocios que se presenta en este documento es un local de comida saludable llamado "Sanitos y Frescos", ofreciendo una variedad de menús que son preparadas con verduras y frutas saludables, cuyo local se encuentra en la ciudad de Latacunga en la parroquia Ignacio Flores. Este plan de negocios se respaldó a través de una encuesta a partir de una población de 56.923 habitantes, como mercado potencial que se encuentran segmentada demográficamente entre los 18 a los 65 años dándonos una muestra de 385 personas en donde se resalta que el 93,1% visitaría el local de comida saludable "Sanitos y Frescos". A partir de la encuesta se determinó una demanda de 52.995 personas que consumirían comida saludable. Se realizó un estudio técnico donde la capacidad real al inicio será de 44.634 clientes al año, es decir un 50% de la capacidad efectiva, así mismo se determinó la capacidad anual de preparación de 2.448 platos de comida saludable.

También dentro del estudio económico y financiero para "Sanitos y Frescos" los resultados obtenidos describieron la factibilidad de la ejecución de este plan de negocios con una inversión inicial de $19.628,34 dólares, arrojando un valor actual neto de $1.911,10 dólares, una tasa interna de retorno del 24.02%, con un período de recuperación de 3 años 12 meses y un costo beneficio de $1,98 dólares.

Palabras Clave: Plan de negocios, alimentación saludable, estudio técnico, estudio de mercado, segmentación de mercado.

COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY
FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES

TITLE: "BUSINESS PLAN FOR THE IMPLEMENTATION OF A HEALTHY FOOD STORE"

Authors:

Acurio Fuel Eugenia Nataly

Chimbo Sailema Jimmy Steeven

SUMMARY

The business plan presented in this document is for a healthy food establishment called "Healthy and Fresh", which offers a variety of menus prepared with healthy vegetables and fruits, the location is in Latacunga, in the Ignacio Flores parish. This business plan is supported by a survey conducted among a population of 56,923 inhabitants, that are demographically segmented between 18 to 65 years old with a sample size of 385 people. The survey highlights that 93.1% of respondents would visit the healthy food establishment "Healthy and Fresh". It was determined that there is a demand of 52,995 people who would consume healthy food. A technical study was conducted showing that the actual capacity at the start will be 44,634 customers per year, representing 50% of the effective capacity. Additionally, the annual preparation capacity was determined to be 2.448 healthy meals.

Besides the economic and financial study for "Healthy and Fresh" the obtained results revealed the feasibility of executing this business plan with an initial investment of $19.628,34. It resulted in a net present value of $1.911,10, an internal rate of return of 24.02%, a payback period of 3 years, 12 months, and a cost-benefit ratio of $1.98.

Keywords: Business plan, healthy eating, technical study, market study, market segmentation.

A VAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que:

La traducción del resumen al idioma inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMETACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDA SALUDABLE" presentado por: Eugenia Nataly Acurio Fuel y Jimmy Steeven Chimbo Sailema, egresados de la Carrera de:

Administración de Empresas, perteneciente a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a los peticionarios hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, 21 de agosto del 2024

Atentamente,

CENTRO IDIOMAS

MSc. Vladimir Sandoval V.

DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC

C.C: 0502104219

ÍNDICE

RESUMEN 9

A VAL DE TRADUCCIÓN 11

..... 11

CENTRO IDIOMAS 11

MSc. Vladimir Sandoval V. 11

INFORMACIÓN GENERAL 20

INTRODUCCIÓN 21

Planteamiento del problema / necesidad 21

Formulación del Problema / Necesidad / Oportunidad 23

Objetivos 23

Objetivo General 23

Objetivos Específicos 23

Beneficiarios del proyecto 23

Beneficiarios directos 23

Beneficiarios indirectos 23

Justificación del Proyecto 23

CAPITULO I 25

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA 25

Antecedentes 25

Conceptualización 26

Plan de negocios 26

Emprendimiento 27

Emprendedor 27

Descripción del Negocio 28

Estudio de Mercado 28

Mercado 28

Segmentación de Mercado 28
Población 29
Muestra 29
Precio 29
Plaza 29
Oferta 29
Demanda 29
Análisis de la competencia 30
Empresas que ofrecen el mismo servicio/producto 30
Participación de mercado de los competidores 30
Estudio Técnico 30
Elementos del estudio técnico 31
Tamaño 31
Localización 31
Estructura organizacional 31
Equipo de trabajo 31
Ficha de especificación de puesto 32
Capacitaciones del equipo de trabajo 32
Distribución del espacio del restaurante 33
Diagrama de flujo 33
Estudio Financiero 33
Inversión Inicial 33
Capital De Trabajo 34
Fuentes De Financiamiento 34
Estado Financiero 34
Estado De Pérdidas Y Ganancias 34
Flujo De Efectivo 34

Tasa Activa De Rendimiento (TMAR) 34
Valor Presente Neto O Valor Neto Actual (VAN) 35
Tasa Interna De Retorno (TIR) 35
Costo Beneficio 36
Periodo De Recuperación De La Inversión 36
CAPITULO II 37
ESTUDIO DE MERCADO 37
Definición 37
Importacia 37
Fuentes de información 37
Fuentes de información primaria 37
Fuentes de información secundaria 38
Enfoque de la investigación 38
Tipos de investigación 38
Tipo descriptivo 38
Tipo Explicativo 38
Técnicas de Investigación 39
Encuesta 39
Instrumento 39
Población Universo 39
Proyección de la población 40
Identificación del Mercado Meta 41
Segmentación de mercado 41
Muestra 41
Plan Muestral 42
Distribución encuestas 43
Tabulación de Resultados 43

Definición del producto o servicio 57
Características del Local de Comida Saludable: 57
Local 57
Logo del Local de Comida Saludable 58
Análisis de la demanda 59
Demanda actual 59
Demanda proyectada 60
Análisis de la oferta 61
Oferta actual 61
Oferta proyectada 62
Análisis de precios 64
Precios actuales 64
Ingresos proyectados 65
CAPITULO III 67
ESTUDIO TÉCNICO 67
Tamaño 67
Tamaño y Mercado 67
En función de la tecnología 68
Macro localización 71
Micro localización 71
Ingeniería 71
Proceso Productivo 71
Descripción del proceso productivo 72
Distribución Del Espacio Del Restaurante 73
Distribución De Equipos Y Maquinarias 73
Diagrama De Flujo – Proceso De Preparación 74
Filosofía Organizacional 74

Estructura Organizacional De La Empresa 75
Equipo de trabajo 75
Ficha De Especificación De Puesto 75
Capacitaciones Del Equipo De Trabajo 78
Requerimientos 79
Personal Administrativo 79
Equipos, muebles y enseres 79
CAPITULO IV 83
ESTUDIO FINANCIERO 83
Inversión Inicial 83
Plan de financiamiento 84
Ingresos proyectados 84
Estados Financieros 85
Balance General. 85
Estado de Resultados. 86
Balance General Proyectado. 87
Flujo de Efectivo. 89
Costo de oportunidad TMAR 90
Valor actual neto (VAN). 90
Periodo Interno de recuperación (PIR) 91
Costo Beneficio. 91
CONCLUSIONES 93
Bibliografía 94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población universo 40
Tabla 2: Tasa de crecimiento poblacional 2024 40
Tabla 3: Mercado Meta 41
Tabla 4: Plan muestral 42
Tabla 5. Género 43
Tabla 6. Rango de Edad 44
Tabla 7: Visitas al local de comida saludable 45
Tabla 8: Porcentajes 46
Tabla 9: Importancia 47
Tabla 10: Consumo 48
Tabla 11. Frecuencia 49
Tabla 12. Horario 50
Tabla 13. Alimentos 51
Tabla 14. Restaurant 52
Tabla 15. Principales Aspectos. 53
Tabla 16. Local 54
Tabla 17. Medios de Comunicación 55
Tabla 18. Pago 56
Tabla 19: Demanda actual 60
Tabla 20: Demanda proyectada 61
Tabla 21: Oferta actual 62
Tabla 22: Oferta Actual 62
Tabla 23: Oferta proyectada 63
Tabla 24: Proyección de la Oferta a cinco años 64
Tabla 25: Precio de venta 65
Tabla 26: Proyección de precios 65
Tabla 27: Tamaño 67
Tabla 28: Capacidad efectiva 68
Tabla 29: Capacidad real 68
Tabla 30: Tecnología 69
Tabla 31: Equipo de Trabajo 75
Tabla 32: Cocinero 75
Tabla 33: Mesero 77

Tabla 34: Cronograma de Capacitaciones 78
Tabla 35: Capacidad Instalada 78
Tabla 36: Mano de Obra Indirecta 79
Tabla 37: Mano de Obra Directa 79
Tabla 38: Requerimientos de Equipos 79
Tabla 39: Muebles y Enseres 80
Tabla 40: Suministros y materiales de limpieza 80
Tabla 41: Menaje 81
Tabla 42: Activos referidos 82
Tabla 43: Servicios básicos 82
Tabla 44: Inversión Inicial 83
Tabla 45: Tabla de amortización 84
Tabla 46: Ingresos Proyectados de venta 85
Tabla 47: Balance General 86
Tabla 48: Estado de resultados 87
Tabla 49 Balance General Proyectado 88
Tabla 50: Flujo de efectivo "Sanitos y Frescos" 89
Tabla 51: Indicadores Financieros 90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Género 44
Figura 2: Edad 45
Figura 3: Visitas al local de comida saludable 46
Figura 4: Alimentación 47
Figura 5: Importancia 48
Figura 6: Le gustaría consumir 49
Figura 7: Frecuencia de consumo 50
Figura 8: Durante su horario 51
Figura 9: Alimentos 52
Figura 10: Razón por la cual visitaría un restaurante 53
Figura 11: Aspecto más relevante 54
Figura 12: Acudir a un local de comida 55
Figura 13 Medio de comunicación 56
Figura 14: Valor a pagar 57
Figura 15: Diseño del Local 58
Figura 16: Logotipo del Local 59
Figura 17: Demanda proyectada 61
Figura 18: Oferta proyectada 63
Figura 19: Precios Proyectado 66
Figura 20: Macro localización 71
Figura 22: *Distribución del espacio* 73
Figura 23: Flujograma de Producción 74
Figura 21: Estructura Organizacional. 75

INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto

“Plan de Negocio para la Implementación de un Local de Comida Saludable”

Fecha de Inicio:

23 de abril del 2024

Fecha de Finalización:

8 de agosto del 2024

Lugar de Ejecución:

Cantón Latacunga – Parroquia Ignacio Flores - Provincia de Cotopaxi

Facultad que Auspicia:

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera de Auspicia:

Administración de Empresas

Proyecto de investigación generativo vinculado**:**

No Aplica

Equipo de Trabajo:

Tuto: Ing. Pablo Gilberto Herrera **C.I.** 050169025-9

Investigador: Acurio Fuel Eugenia Nataly **C.I.:** 050428500-8

Chimbo Sailema Jimmy Steeven **C.I.:** 092370121-3

Área de Conocimiento:

Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho

Subárea de conocimiento:

Educación comercial y administración

Línea de investigación:

Administración y Económica para el Desarrollo Humano y Social

Sub líneas de Investigación de la Carrera (si corresponde): **Gestión e innovación empresarial**

INTRODUCCIÓN

La presente idea de negocio se relaciona con el objetivo número 2 de la agenda 2030, el objetivo de Desarrollo Sostenible, que menciona el bienestar de la salud de las personas en la actualidad, esta idea de negocio está dirigido para los habitantes del cantón Latacunga, y se enfocará al cuidado de la salud de los habitantes, ofreciendo opciones de alimentación con comida rápida y saludable con precios accesibles, con el propósito de mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón Latacunga.

Dentro del Plan de Desarrollo 2024 – 2025 para El Nuevo Ecuador (2024 - 2025) los cambios en los habitos alimenticios promueven una buena practica de vida saludable, con un enfoque a los adultos, adultos mayores, con el fin de reducir los niveles de desorden alimenticio. El eje social esta trabajando para mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos dentro del plan de desarrollo para el nuevo ecuador.

La presente idea está encaminada a evaluar la factibilidad de implementar un negocio que se dedique a la elaboración y comercialización de comida saludable en el cantón Latacunga para lo cual es necesario la identificación de los hábitos, así como también la determinación de la demanda del público al que vamos a estar dirigidos, la buena alimentación de los seres humanos, por ellos surge la necesidad de la creación de un local de comida fresca, saludable, a precios accesibles. Los alimentos que se ofrecerá pueden consumirlos jóvenes, adultos, adultos mayores, en sí la población económicamente activa los cuales vendrían a ser los clientes potenciales.

Planteamiento del problema / necesidad

Se determinó que en la provincia de Cotopaxi – cantón Latacunga, sector urbano, que actualmente la zona céntrica del cantón se ha convertido en el sector más trascurrido para el consumo de alimentos, es por ello que nos enfocamos en este sector donde el comercio de los alimentos preparados está en auge. Es importante destacar el problema que conduce al consumo de productos chátara, que suelen ser altos en grasas saturadas, azúcares refinados y sodio, puede llevar a problemas de salud como la obesidad, sobrepeso, enfermedades cardiovasculares, diabetes tipo 2 y presión arterial alta, el cual afecta la salud. Por tanto, cabe mencionar que los consumidores finales, no tienen muchas opciones en el mercado de ir a un local de comida saludable que cuiden su salud.

En los últimos años el consumo de comida rápida chátara y bebidas ha aumentado notablemente causando daños en la salud debido a su fácil acceso, rapidez y precios bajos es por ellos, que las personas tienden a consumir este tipo de comida datos relevantes de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT, 2018).

Una comida equilibrada y nutritiva es esencial para mantener una buena salud a lo largo de la vida. Comer alimentos saludables proporciona los nutrientes necesarios para el crecimiento, desarrollo y funcionamiento adecuado del cuerpo.

La importancia de una alimentación saludable a nivel mundial es crucial para el bienestar de todas las personas. En el 2022, 2.500 millones de adultos de 18 o más años tenían sobrepeso, de los cuales más de 890 millones eran obesos. Esto significa que el 43% de los adultos de 18 años o más (un 43% de hombres y un 44% de mujeres) tenían sobrepeso, lo que supone un aumento con respecto a 1990, cuando el porcentaje de adultos de 18 años o más con sobrepeso era del 25%. n 2022, alrededor del 16% de los adultos de 18 años o más en todo el mundo eran obesos. La prevalencia de la obesidad en todo el mundo aumentó en más del 100% entre 1990 y 2022 (Organiazación Mundial de la Salud , 2022).

De acuerdo con el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas CONICIT, (2018), En Latinoamérica se viene implementando la guía de alimentación basadas en los alimentos disponibles en los países, como una forma de hacer fuente a los patrones de consumos inadecuados que agravan la situación de enfermedades no trasmisibles que enfrenta países en desarrollo, como lo es Ecuador.

Si bien según el estudio, el consumo de energía, o ingesta energética promedio, es de 1959 kilocalorías por día, con una distribución equilibrada de macronutrientes (54% de carbohidratos, 30% de grasa, 16% de proteínas), el problema radica en el detalle de esos alimentos.

En Ecuador “más del 25 % proviene de fuentes de alimentos ricos en azúcar y grasa, como bebidas azucaradas, pasteles, papas fritas y dulces. Mientras que solo el 18 % se origina en alimentos ricos en fibra y micronutrientes, como granos integrales, raíces, frutas, verduras, frijoles, pescado y nueces". El desequilibrio nutricional origina diversas formas de malnutrición, desnutrición aguda y/o crónica, deficiencias de micronutrientes, obesidad y enfermedades relacionadas con la alimentación (incluida la diabetes tipo II, enfermedades cardiovasculares y ciertos tipos de cáncer) (CONICIT, 2018).

Por esta razón, se plantea un plan de negocios para la implementación de un local de comida saludable, con la finalidad de satisfacer las necesidades alimenticias de los clientes y enfocarnos principalmente en el cuidado de la salud de los habitantes del cantón Latacunga.

En el cantón Latacunga existe alrededor de 77.267 habitantes entre hombres y mujeres (INEC, 2022), esto me permite realizar el estudio de mercado de un plan de negocio en el sector urbano del cantón Latacunga. El cual está rodeado de Instituciones Privadas

Financieras, Instituciones Públicas, Instituciones Privadas así también como instituciones educativas, universidades, etc.

Formulación del Problema / Necesidad / Oportunidad

¿Qué factores inciden en la creación de un local de comida saludable en el cantón Latacunga parroquia Ignacio Flores?

Objetivos

Objetivo General

- Elaborar un plan de negocio para la implementación de un local de comida saludable en el cantón Latacunga.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado exhaustivo que analice las necesidades, preferenciales y comportamientos del público objetivo en el cantón Latacunga en relación con el consumo de alimentos saludables y orgánicos, para identificar oportunidades y definir el perfil del buyer persona.
- Determinar las necesidades técnicas y operativas, incluyendo la selección de ubicación, diseño del local, equipamiento necesario y proveedores, para la correcta implementación y funcionamiento del local de comida saludable en el cantón Latacunga
- Elaborar un estudio financiero que permita deducir los recursos económicos disponibles y el coste total del proceso de producción del local de comida saludable en el cantón Latacunga, a fin de establecer la viabilidad económica del proyecto.

Beneficiarios del proyecto

Beneficiarios directos

- Inversionistas del emprendimiento
- (24.032 hogares) posibles clientes
- (2) trabajadores del emprendimiento

Beneficiarios indirectos

- Productores agrícolas del sector
- GAD Municipal de Latacunga

Justificación del Proyecto

La creación de un local de comida saludable a base de productos orgánicos nace a raíz de las necesidades de las personas al momento de alimentarse, evidenciando los problemas de

salud que existe, como lo fue el COVID- 19 en el año 2020 las personas cambiaron su tipo de alimentación con excesos de comida chatarra donde el uso de transgénico es perjudicial en el organizado. Brindado así una opción de consumir productos saludables, frescos y que sean alimentos inocuos, nutritivos y beneficiosos para la salud. En este sentido, este proyecto se justifica por la necesidad de las personas en términos de salud y por la percepción de los problemas que suscitan en los habitantes en la actualidad a causa de la mala alimentación que generan un mal estar en la salud de toda la población del cantón Latacunga.

Cabe mencionar, que el estudio de mercado se realizó con una investigación al problema y las necesidades de la población, así mismo las materias primas, componentes, beneficios que permita desarrollar este proyecto. Dicho esto, podríamos mencionar que el proyecto tiene como finalidad ayudar a la población económicamente activa, sean hombres y mujeres sin restricción de género para que pueda cuidar su salud alimenticia, con productos nutritivos, frescos y orgánicos para así mantener nuestro cuerpo saludable.

Así este proyecto, contribuirá los beneficios favorables a la sociedad en salud, alimenticia y mejorando las condiciones de nuestros clientes en los problemas mencionados anteriormente; fomentando los valores, principios y la filosofía empresarial y legales pensando en el bienestar de nuestros clientes, aportando con alimentos saludables, de buena calidad y con precios accesibles en el mercado.

CAPITULO I
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes

En el articulo cientifico titulado modelo de negocio para la creación de un Fast Food saludable, en la ciudad de Cayambe, información de los autores, Inlago Sánchez & Torres Merlo (2020), en el que presentan un problema de sobrepeso y obesidad en gran parte de la población, el objetivo sustentar teóricamente el modelo de negocio; Establecer la metodología adecuada para el desarrollo del modelo de negocio, a su vez conocer el crecimiento de la población adulta, adulta media adultos mayores, también se tomara en cuenta la Agenda 2030 y los objetivos de desarrollo sostenible, que trata acerca de salud y bienestar, con la creación de este negocio que está dirigido para la ciudad de Cayambe se va a dar enfoque al cuidado de la salud de los habitantes, brindándoles opciones de alimentación con comida rápida, saludable y a precios accesibles, con el propósito de mejorar la calidad de vida de las personas (Inlago Sánchez & Torres Merlo, 2020).

Ing. Fernando Sola & Pablo Ortega León. Proyecto plan de negocio para la administración de bares escolares en la zona norte de la ciudad de quito. (octubre 2014), cubrir las necesidades de variedad y calidad en los productos que se ofrecerá, como también generar estrategias factibles para brindar un valor agregado a los estudiantes que vaya desde un excelente servicio hasta el hecho de recibir promociones y productos gratis. El principal objetivo es ser un negocio rentable que sea sostenible en el tiempo, pero a su vez, que se preocupe por la salud integral de los estudiantes y que sea un complemento de la institución educativa. Los resultados de la empresa respecto a su liquidez y a su estructura financiera, como también se analiza alternativas de inversión en activos fijos y en capital de trabajo, por último, se calculan y se estudia los indicadores económicos-financieros, los mismos que indicaron rentabilidad financiera dando el sustento de que el proyecto puede ser ejecutado. Como conclusión el fin es comenzar una nueva etapa en la administración de los bares estudiantiles mediante la creación de ideas nuevas y la implementación de las mismas, que lleven consigo la generación de satisfacer la necesidad más vital del ser humano que es alimentarse. Este articulo nos ayuda con el mi plan de negocios por la forma de ingresar en el mercado con un sistema de comida saludable a base de granos típicos en el sector centro de Latacunga.

Ing. Ana Lucia Gómez MsC & Dayana Elizabeth Clerque Cucuango, Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la preparación y comercialización de comida elaborada a base de choclo en grano con distintos

acompañamientos tradicionales existentes en la provincia de Imbabura. (abril 2018), Obtenidos los resultados finales que arrojaron los indicadores financieros se determina que el proyecto de la creación de una microempresa que promocione el turismo de la provincia de Imbabura a través de la preparación y comercialización de choclo en grano con acompañamientos tradicionales es viable y factible financieramente, por lo que es oportuno ponerlo en marcha. Se establecieron las conclusiones del proyecto en relación y recomendaciones que instan a ejecutar y desarrollar proyectos con tintes innovadores, que satisfagan las necesidades del consumidor con alternativas nutritivas y explotando la identidad cultural y turística de la Provincia de Imbabura. Este estudio ayuda con mi proyecto en tomar medidas de higiene y calidad en la preparación de productos relacionados con comida saludable, el producto debe tener una buena consistencia y un determinado producto de buena calidad para su elaboración.

PhD. Byron Fabricio Acosta Andino & Paola Isabel Pantoja Mendoza y Andrea Cecilia Ramírez Chacua, "Creación de una microempresa de elaboración y comercialización de comida rápida tradicional en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura", (mayor 2018) En los últimos años el consumo de la comida rápida chatarra ha aumentado notablemente causando daños en la salud debido a su fácil acceso, rapidez y precios bajos es por ello, que las personas tienden a consumir este tipo de comidas. Crear una microempresa de elaboración y comercialización de comida saludable en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Se consideraron los impactos; económico, cultural y ambiental que generará el proyecto obteniendo como resultado un impacto alto positivo ya que se obtiene 2.6 como impacto siendo 3 el impacto más positivo. Con la realización de la estructura organizacional se le dio un nombre apropiado al emprendimiento como es "SANNITOS Y FRESCOS", además, se establecieron la misión, visión, competencias y perfiles de cada cargo. Los cuáles serán cumplidos acorde a lo planteado en el capítulo para obtener un producto y servicio de mayor calidad. Este proyecto de emprendimiento tiene una fuerte fundamentación en mi plan de negocios, a través de la recopilación de información y que se realizara una encuesta para determinar la segmentación a la cual se va a dirigir este estudio de emprendimiento.

Conceptualización

Plan de negocios

"Es un plan que se establece para transformar una realidad, consumiendo un conjunto de recursos ya existentes, con el fin de crear una fuente de la que se deriva una corriente de bienes o servicios" (Morales , 2011|). Es la idea de negocio que surge a través de una necesidad de satisfacer una demanda sentida de un grupo de personas, la finalidad es

establecer en principio de procedencia uniforme de bienes o servicio, también es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones cómo lo es: una externa y otra interna.

"Una idea de negocio es, ni más ni menos, es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema pendiente a resolver, entre tantos, una necesidad humana" (Nassir, Sapag Chain, & Cosio Hurtado , 2011).

De acuerdo con la definición puede haber ideas de negocio de distinto tamaño, monto de inversión y tecnología, con enfoques distintos pero destinados a resolver las distintas necesidades del ser humano como es salud, empleo, educación, cultura, alimentación y comunicación. Podemos también definir la idea de negocio, como un conjunto de actividades interrelacionadas con fechas de inicio y término para crear el producto y servicio, dirigidos a lograr un objetivo, con recursos, tiempo, alcance y calidad, definidos y establecidos.

La importancia de un plan de negocios nos ayuda a diferenciar los objetivos, identificar oportunidades y riesgos, planificar estrategias para alcanzar las metas del negocio. Constituye al crecimiento al aumentar la actividad económica, fomentar la innovación y aumentar la competencia en los mercados. El plan de negocios también nos brinda orden, control y visualización a medio y a largo plazo de o que buscas, como lo harás, quienes participan y los medos para lograrlo.

Emprendimiento

"El emprendedor se identifica porque es capaz de hacer algo novedoso, de dar otro uso a algo que ya existe y así participar en la transformación de su propia vida y la de su entorno, tiene capacidad para generar ideas transformarlas, adaptarlas, poner diversas alternativas y ver en un problema una oportunidad" (Duarte , 2009, pág. 5). Su actor nos manifiesta que el esfuerzo que hace una persona para impulsar un proyecto para la creación de una empresa o una solución innovadora. Puede constituir al crecimiento económico al dar nuevos empleos, aumentar la actividad económica, fomentar la innovación y aumentar la competencia e los mercados.

El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independiente y para tener una calidad de visa acorde a nuestras nuevas expectativas lo cual implica desarrollar una cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes.

Emprendedor

"El emprendedor es una persona con capacidades de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un

individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas” (Formichella, 2004). La persona que emprende es la que tiene una idea y que la convertirá en realidad creando algo que antes no existía y fomentar la creación de nuevas empresas y por lo tanto nuevas y más oportunidades de trabajo. Esto también nos lleva hacer que las ideas de negocio se materialicen, se expandan y se conviertan en soluciones sostenibles.

Descripción del Negocio

“Es la historia del negocio, el cual es el origen, cuales las circunstancias en que nació, cuales los acontecimientos que sucedieron durante su evolución” (Cosio Hurtado, 2011, pág. 19). Esto nos dice, que cualquier actividad, trabajo u ocupación que se realice con el fin de obtener una ganancia económica.

Estudio de Mercado

“El análisis del entorno de la industria se realiza al inicio de un plan de negocios, sobre la base de un profundo y exhaustivo estudio de mercado, debería ayudarlo a minimizar estos riesgos para fortalecer el entorno necesario y al que debemos adecuarnos” (Weinberger Villarán , 2009, pág. 106). Es decir, este estudio nos permite analizar el mercado en el cual vamos a emprender, así como también la demanda, oferta y la combinación de estrategias comerciales, del producto y servicio tomando en cuenta el precio y los canales de distribución.

Mercado

“Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o deseo particular que puede ser satisfecho a través de relaciones de intercambios” (Armstrong & Kotler, 2013). Como afirma el autor, los mercados son una parte importante del estudio porque en ellos podemos evidenciar los compradores reales y potenciales de un producto o servicio.

Segmentación de Mercado

“Una segmentación de mercado consiste en muchos tipos de clientes, productos y necesidades, así como también pueden ser agrupados y atendidos de varias maneras con base en factores geográficos y demográficos. Esto nos lleva a dividir el mercado en diferentes grupos de compradores con diferentes necesidades, características y comportamientos” (Armstrong & Kotler, 2013, pág. 81). Es decir, dividir en distintos grupos de compradores que tienen diferentes necesidades en el mercado, basado en factores geográficos y demográficos.

Población

"Una población se utiliza para señalar la misma agrupación humana, pero como elemento componente indeterminado ya que se refiere a todos sus habitantes" (Herrera W. , 2003, pág. 226). Cuando hablamos de población nos referimos a todos los seres vivos del mismo grupo o especie, es el número de personas en una ciudad o pueblo, región, país o mundo; la población generalmente está determinada por un proceso llamado censo, es decir, un proceso de recopilación, análisis, compilación y publicación de datos sobre la población.

Muestra

"Esta representa a una posición o parte representativa de una población determinada que se emplea como objetivo de estudio para investigaciones diversas de resultados u observaciones que pueden tomarse como base confiable para la toma de decisiones" (Weinberger Villarán , 2009, pág. 135). Podemos definir como una pequeña parte de la población que contiene las mismas características que se desea estudiar para poder cubrir la necesidad.

Precio

"Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, el precio es la suma de todos los valores a los que renuncia los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar un producto o servicio. El precio es el único elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos" (Armstrong & Kotler, 2013, pág. 257). Podemos definir como la cantidad de dinero que un cliente está dispuesto a pagar para obtener un servicio.

Plaza

"También conocido como posicionamiento o distribución, incluye todas las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado objetivo" (Armstrong & Kotler, 2013, pág. 325). Se refiere a la distribución de nuestros productos o servicios en un lugar físico donde nuestros clientes pueden encontrar el producto.

Oferta

"Es la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender a un cierto precio en el mercado, para la venta de bienes o servicios " (Toscano Hernandez & Rosero Ortiz, 2019, pág. 35). Es un conjunto de mercancías que las empresas ofrecen a la exigencia de la sociedad.

Demanda

"Es la cantidad de bienes que los vendedores quieren y pueden vender, el conjunto de ofertas de precios que se realizan en el mercado para la venta de bienes o servicios; servicios ofrecidos en el mercado, experiencias para satisfacer las necesidades" (Toscano Hernandez &

Rosero Ortiz, 2019, pág. 36). Aquí se puede identificar la cantidad de bienes o servicios que los posibles clientes están prestos a adquirir en el mercado.

Análisis de la competencia

Debido a que el segmento de comida saludable está en proceso empoderamiento en el mercado la información disponible sobre la competencia es escasa, es por lo que se utilizó la metodología de observación para poder analizar a la competencia.

Empresas que ofrecen el mismo servicio/producto

La idea de negocio del segmento de comida saludable es un concepto nuevo que recién se viene posicionando en el mercado.

Los establecimientos que se consideran con mayor presencia en el mercado que pueden satisfacer en pocas cantidades las necesidades de los futuros clientes son las siguientes:

- Comida Saludable Herbalife
- Artesanal Cocina Ecuatoriana
- Giardino Cucina Italiana
- Protein-Fit-Bar

Participación de mercado de los competidores

La participación del mercado se obtuvo en base a información recabada mediante la técnica de observación en diferentes puntos de la Ciudad de Latacunga en distintos horarios del día y de la semana.

Los cuales en su gran capacidad no ofrecen un platillo del todo como un alimento saludable, recabando información mediante la observación y degustación, si bien el menú es delicioso no llega a ser enteramente saludable.

Estudio Técnico

Así como el estudio de mercado se le considera la base del todo proyecto, al estudio técnico se le puede concebir como el núcleo, ya que las demás partes constitutivas giran en torno suyo. Es imprescindible saber si el proyecto es técnicamente factible y en qué forma se podrá en funcionamiento Este estudio involucra la definición de aspectos como: tamaño, localización, proceso de producción, infraestructura física y distribución en planta. Además, incluye los aspectos administrativos básicos y valoración económica de las anteriores variables, tanto para la inversión física como para la operación del proyecto (POSSO MONTALVO, MIELES FABRA, & ZUÑIGA OTERO, 2004). A través del estudio técnico se describe los medios de producción que utilizará un negocio, así como también la organización productiva, detallando el espacio físico en el que se va a laborar, los recursos primarios como

maquinaria, materia prima e insumos que se requiere y la cantidad de personas que trabajarán produciendo un producto o servicio.

Elementos del estudio técnico

Tamaño

"Mide la capacidad productiva en condiciones normales durante un periodo. La determinación del tamaño es el resultado de la interrelación de varias variables entre las que podemos citar: demanda, disponibilidad de insumos, localización y tecnología " (Cosio Hurtado, 2011). El tamaño es las cantidades producidas en un cierto tiempo en tomar en consideración la capacidad física de la empresa.

Localización

"La localización adecuada de la empresa que se crearía con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o el fracaso de un negocio. Por ello, la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso, de preferencia emocionales" (Sapag , Sapag, & Sapag, 2014). Toda empresa para poner en marcha sus actividades requiere de un lugar físico de conocimiento público que se fácil de llegar y reconocer, para que el cliente se sienta cómodo y seguro de adquirir sea el producto o servicio que se ofrece.

- Disponibilidad de costos y recurso
- Ubicación de la competencia
- Costo de transporte de insumos y de productos

Estructura organizacional

La estructura organizacional en una empresa depende esencialmente del tipo de trabajo o proyecto que se ejecute. Una estructura bien específica ayuda a definir los roles y responsabilidades de cada empleado, además ayuda a tener una visión amplia de las tareas y políticas que la empresa de a los miembros de dirección y permita trabajar en equipo de forma efectiva mientras se desarrolla una ética y aptitudes de trabajo positivas (Scielo, 2024). Esto nos ayuda a delimitar las tareas de los empleados y las personas responsables de supervisar su correcta implementación. Al dividir a la empresa en varios equipos o ramas, se garantiza que todas las tareas y responsabilidades específicas de esas divisiones se cumplan más fácilmente, un empleado sabe en qué debe trabajar, es capaz de actuar con rapidez y eficacia.

Equipo de trabajo

Toro, (2015) afirma que las organizaciones están compuestas por un grupo de personas, las cuales, deben trabajar en pro de un objetivo final previamente planificado. Por lo tanto, "El trabajo en equipo es un conjunto de personas que cooperan para lograr un solo

resultado general". En los equipos de trabajo, establecen una serie de reglas que permiten tener claros los comportamientos y roles de los miembros, estas permiten a cada individuo integrarse con los demás y responder apropiadamente causando una fuerza que integra al grupo y su cohesión se traduce en la colaboración y el sentido de pertenencia al interior y exterior del mismo compartiendo valores, actitudes y normas de conducta.

El trabajo en equipo es la comunicación básica ya sea al idear o al trabajar en un proyecto nuevo, es necesario comunicarse para crear coherencia y objetivos claros, la buena comunicación comienza fomentado un sentido de camaradería y creando actitudes claras para el entendimiento del equipo de trabajo.

Ficha de especificación de puesto

El análisis de puestos de trabajo se define como el proceso a través del cual un puesto de trabajo es descompuesto en unidades menores e identificables. Estas unidades menores suelen ser las tareas, pero el proceso analítico puede ir más allá para descender, por ejemplo, al nivel de las operaciones, acciones, movimientos, ... Por extensión, el análisis puede incluir la identificación de requerimientos del trabajo y de otras características del entorno del puesto de trabajo (Fernández Ríos , 1995). El autor menciona que una ficha de puesto de trabajo es una herramienta empresarial para la definición de un puesto de trabajo, la cual detalla las funciones y responsabilidades que tendrá la personas que aspira a ocuparlo. Así mismo la empresa puede definir claramente sus necesidades en RR.HH. y atraer a los candidatos ideales, si desea atraer a los mejores candidatos, debe redactar una descripción de puesto digna de ellos.

Capacitaciones del equipo de trabajo

La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador", en esa medida, se plantea como tema de análisis, la importancia de un modelo de capacitación interna en las pequeñas empresas para que puedan ser competitivas a su nivel y que puedan cumplir con la demanda de cantidad y calidad que le exige el cliente (Jamaica Gonzales , 2015). En si las capitaciones laborales es una oportunidad para el crecimiento personal y empresarial. Desde cualquier punto de vista, es un "ganar – ganar", pues mientras que el trabajador adquiere nuevos conocimientos, habilidades, herramientas y actitudes. Una persona con destrezas especificas siempre será más productivo dentro de su área que una sin la preparación adecuada.

Distribución del espacio del restaurante

Es la distribución de un restaurante existen dos espacios claramente diferenciales: la zona que ven los clientes, en donde prima el deseño casi al mismo nivel que la funcionalidad: y el espacio, y que son la cocina, almacenes, y bodega. En la zona interna, lógicamente, una distribución funcional es la opción necesaria para que el trabajo fluya debidamente. Nos centramos ahora en el comedor del restaurante. Distribución del Espacio: La distribución efectiva del espacio facilita el movimiento del personal y de los clientes, evitando interrupciones y creando un flujo natural dentro del restaurante.

Diagrama de flujo

Ya hemos visto que un diagrama de flujo de trabajo nos ayudará a visualizar de forma sencilla la línea de trabajo y procesos, así como identificar a los responsables y cada una de las etapas necesarias. Los diagramas de flujo pueden ser útiles en muchos procesos o compañías ya que nos ayudará a identificar los pasos necesarios para alcanzar el resultado que buscamos o mejorar un proceso y, por lo tanto, nos ayudará en la toma de decisiones (Raeburm, 2024). Claramente nos indica que una herramienta utilizada para representar la secuencia de as actividades en un proceso. Esto también cuenta con beneficios con la posibilidad de supervisar los procesos o recoger datos, análisis de procesos e identificación de los potenciales de mejora.

Estudio Financiero

Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionaron, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudia los antecedentes para determinar su rentabilidad. La sistematización financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversión, costos e ingresos que puedan deducir de los estudios previos (Sapag , Sapag, & Sapag, 2014, pág. 49). El estudio financiero es necesario para determinar la viabilidad del proyecto y cuánto se requiere para la implementación de la idea de negocio. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponible y el coste total del proceso de producción. Esto también nos permite tener una idea clara de la inversión sea o no rentable es decir para tomar la decisión correcta y evita perdidas innecesarias.

Inversión Inicial

“La inversión inicial suele ser alta, el empresario buscara estrategias para asociarse con proveedores de bienes de capital o alquilar algunos activos en lugar de comprarlos, el presupuesto de inversión inicial incluirá los activos fijos, tangibles e intangibles, que sea necesario para iniciar las operaciones del negocio” (Weinberger Villarán , 2009, pág. 96). Con

ya lo menciono el autor es el acto de asignar recursos para la compra o creación de activos o de capital esto se destinará a satisfacer necesidades en el futuro.

Capital De Trabajo

"Es el recurso económico adicional, diferente de la inversión inicial que se requiere para poner en marcha la empresa" (Weinberger Villarán , 2009, pág. 97). Es la inversión inicial necesaria que necesita una empresa para poner en marcha la idea de negocio y poder cubrir los costes iniciales antes de recibir sus primeros ingresos por venta.

Fuentes De Financiamiento

"Una vez calculada la inversión inicial y el capital de trabajo necesario hay que determinar fuentes económicas para financiar las operaciones de la empresa" (Weinberger Villarán , 2009, pág. 98). Como bien lo menciona el autor son las diferentes formas en las que la empresa genera dinero a través de sus productos o servicios que ofrece la idea de negocio.

Estado Financiero

"El estado financiero que muestra la utilidad o perdida obtenida por una empresa durante un periodo determinado, así como la forma como se produjeron dichos resultados" (Gallegos & Hernández Víctor, 2013, pág. 17). Las operaciones desarrolladas por una entidad durante un periodo determinado, generalmente un año, el cual tiene como objetivo principal evaluar la rentabilidad de empresa, es decir su capacidad de generar utilidades.

Estado De Pérdidas Y Ganancias

"El estado de resultados es uno de los estados financieros que periten conocer los saldos que tuvo una empresa durante un periodo determinado y ayuda a comprender la situación financiera de una empresa y los rubros que lo integran para la toma de decisiones" (Coronado Meneses, 2020). Entendemos que es un estado contable que refleja y explica el resultado que una empresa ha obtenido durante un ejercicio como diferencias entre sus ingresos y sus gastos.

Flujo De Efectivo

"El estado de flujo de efectivo permite un control permanente y eficiente de sus entradas y salidas de efectivo y de sus instrumentos financieros, logrando una rentabilidad a sus socios" (Vargas , 2007). Un estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilización en las actividades de operaciones, inversiones y financiación.

Tasa Activa De Rendimiento (TMAR)

TMAR= tasa de inflación + premio al riesgo

Según (BCE , 2024) “En los registros oficiales del país, se expresa de manera porcentual, y se toma el registro al 31 de diciembre del último año para el caso de estudio económico y financiero”.

Valor Presente Neto O Valor Neto Actual (VAN)

$$VAN1 = Inversión\ Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

El método del Valor Presente Neto incorpora el valor del dinero en el tiempo en la determinación de los flujos de efectivo netos del negocio o proyecto, con el fin de poder hacer comparaciones correctas entre flujos de efectivo en diferentes periodos a lo largo del tiempo. El valor del dinero en el tiempo está incorporado en la tasa de interés con la cual se convierten o ajustan en el tiempo, es decir en la tasa con la cual se determina el Valor Presente de los flujos de efectivo del negocio o proyecto. Si el Valor Presente de las entradas de dinero es mayor que el valor presente de las salidas de dinero, de un negocio o proyecto, dicho negocio o proyecto es rentable. Si el valor presente de las entradas de dinero es menor que el valor presente de las salidas de dinero, dicho negocio o proyecto es rentable. Por rentabilidad entendemos: el cambio porcentual entre la riqueza inicial (cantidad de dinero disponible al empresario al inicio del proyecto o negocio) y la riqueza final (cantidad de dinero disponible al empresario al término de la vida económica del negocio o proyecto). Si el valor presente neto del flujo de efectivo del negocio es positivo, el negocio es rentable; si es negativo, el negocio no es rentable El Valor Presente de las entradas de dinero menos el Valor Presente de las salidas es igual al Valor Presente de la diferencia entre las entradas menos las salidas de dinero. A este segundo enfoque se le conoce como Valor Presente Neto del flujo de efectivo del negocio (Herrera J. , 2024)

Es muy útil conocer el costo o beneficio de una decisión. La decisión de comprar el terreno este año para venderlo el próximo año se evaluaría con el valor presente neto

(VPN), de la siguiente manera: VPN = valor presente inversión + valor presente del precio de venta dentro de un año.

Tasa Interna De Retorno (TIR)

La tasa interna de rendimiento (TIR) es un método que proporciona otra medida de la rentabilidad de un negocio o proyecto. La tasa interna de rendimiento de un negocio o proyecto equivale a la tasa de interés que dicho negocio o proyecto le va a dar a la persona que invirtió ahí su dinero. La tasa interna de rendimiento es la tasa de interés que hace que el valor presente del flujo de efectivo operativo neto sea igual al valor presente de la inversión

neta. La tasa interna de rendimiento es la tasa de interés que hace que el Valor Presente Neto de los flujos de efectivo del negocio o proyecto sea igual a cero (Herrera J. , 2024, pág. 38).

$$TIR = Tmar1 + (Tmar2 - Tmar1)(\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2})$$

Costo Beneficio

$$Relación\ B/C = \frac{Valor\ presente\ de\ los\ ingresos}{Valor\ presente\ de\ los\ costos}$$

"Este criterio expresa la relación entre el valor presente de los ingresos del proyecto y el valor presente de sus costos. Esta cifra tiene en cuenta los pros, los contras y el valor temporal del proyecto" (Herrera J. , 2024, pág. 38). Representa el valor global entre los costos y beneficios durante un periodo determinado.

Periodo De Recuperación De La Inversión

"El tiempo de recuperación de la inversión es el que necesita el empresario para poder recuperar el dinero que invirtió inicialmente en un negocio o proyecto" (Nacional Financiera Banca de Desarrolllo , pág. 1).

$$PIR = A + (\frac{b - \ c}{d})$$

El proyecto se refiere a un plan o especiación de un conjunto de actividades a realizar y un conjunto de recursos a utilizar y un conjunto de recursos a utilizar para lograr una meta especifica, o un objetivo específico, también tiene redundancia en el esfuerzo de un individuo o un grupo de personas para emprender un proyecto al querer emprender un proyecto e iniciar una empresa o crear una solución innovadora, además el resumen ejecutivo es el resumen es una descripción general del documento que se está realizando, igualmente el estudio de mercado es un conjunto de actividades realizadas por organizaciones comerciales con el objetivo de recopilar información sobre el estado o como va estar el negocio en el segmento de mercado especifico, de la misma manera el servicio es el acto de dar una respuesta a las necesidades de las personas, las cuatro palabras producto, precio, plaza y promoción son pilares de las estrategias en el éxito de un negocio, así mismo la oferta nos referimos a la cantidad de bienes y servicios ofrecidos para las ventas, mientras que la demanda es la cantidad de bienes o servicios que desean comprar los consumidores.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

Se analizó visualmente las principales características de los locales establecidos en el sector, ratificando así las necesidades de un segmento de mercado, con el fin de obtener la información necesaria para comprobar la hipótesis planteada, determinar el nivel de competencia y las características de los clientes potenciales.

Definición

Núñez Jiménez (1997), menciona que es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Se puede entender como un lugar donde se realizan intercambios, pero en este caso, desde una óptica comercial, utilizaremos este término como el conjunto de compradores y vendedores de un producto o servicio.

Importacia

Permiten conocer cuántos individuos o empresas desarrollan la actividad económica que pretendes desarrollar con tu proyecto productivo, ya sea la producción de un bien o la prestación de un servicio, así como sus especificaciones y el precio que el público está dispuesto a pagar por él.

La importancia del Estudio de Mercado nos permitirá hacer un análisis del mercado para identificar si el producto o servicio será aceptable o rentable en un periodo determinado, sin embargo, realizar este estudio de mercado es muy esencial, porque a base de la información de las fuentes secundarias como la página del INEC y otras fuentes nos permita obtener información. Por otra parte, es evidente realizar una encuesta para recopilar información verídica y analizar, y así, de esta manera poder llegar a saber si nuestro producto o servicio es aceptable y satisface las necesidades del mercado.

En síntesis, un estudio de mercado es muy significativo e importante para conocer si existe demanda insatisfecha, determinar los gustos y preferencias de los consumidores acerca de la comida saludable, y así poner en marcha dicho local de comida saludable.

Fuentes de información

Es el instrumento para el conocimiento, búsqueda y acceso a la información con la cual se va a desarrollar este proyecto, estas adquieren una importancia estratégica decisiva en las sociedades de desarrollo.

Fuentes de información primaria

Las fuentes de información primaria son básicamente de la primera mano, que permite obtener información viable para el desarrollo del proyecto empresarial; sin embargo, este tipo de información es desarrollada por el investigador de manera estandarizado y validado, para

determinar factores, gustos y preferencias de los consumidores, esto mediante la elaboración de encuestas, cuestionarios, etc. Cabe mencionar, todas estas herramientas son utilizadas dependiendo el tipo de investigación y la existencia de datos secundarios.

Fuentes de información secundaria

Existe una gran variedad de fuentes que pueden generar ideas de investigación, entre las cuales podemos mencionar desde fuentes secundarias para recolectar toda la información necesaria mediante la revisión de acervos bibliográficos, sitios web de Internet, página web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), artículos, libros, tesis, informes oficiales y documentos relacionados con los productos cosméticos, ofertas y demandas, cantidad poblacional del sector, para tener una información suficiente para el desarrollo del proyecto.

Enfoque de la investigación

La investigación presentada presenta un enfoque cuantitativo que implica recopilar y analizar datos no numéricos para comprender conceptos, opiniones o experiencias, así como datos sobre experiencias vividas, emociones o comportamientos, con las personas.

Tipos de investigación

En el presente estudio se utilizará los siguientes tipos de investigación:

Tipo descriptivo

Según (Hernandez & Col, 2006), expone en cuanto a este mismo tipo de investigación:

La investigación descriptiva tiene una mayor profundidad, dado que va más allá de la exploración, por que con esta se busca medir las variables que intervienen en el estudio, de acuerdo con sus características, actitudes, y del comportamiento de las unidades investigadas.

La investigación descriptiva permite detallar y clasificar los elementos y características principales de la necesidad, puesto que se recopilará información del Sector Urbano del Cantón Latacunga y se realizará un análisis de interpretación de la información con el fin de extraer generalidades significativas que contribuyan al tema.

Tipo Explicativo

Según (Hernandez & Col, 2006), el tipo exploratorio trata de descubrir la causa y efecto del problema, buscando el origen y los antecedentes investigativos de la necesidad para luego realizar un análisis de datos donde explique el porqué de la escasez de vestimenta para el consumidor de talla grande y luego obtener aspectos relevantes del tema, para luego proponer soluciones innovadoras que ayude a solucionar la necesidad.

Por lo tanto, en el nivel exploratorio trata de descubrir la causa y efecto del problema, buscando el origen y los antecedentes investigativos de la necesidad para luego realizar un análisis de datos y así obtener aspectos relevantes del tema, para luego proponer soluciones innovadoras que ayude a solucionar la necesidad.

Técnicas de Investigación

Encuesta

Una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

Es un método que sirve básicamente para obtener información, mediante la recopilación de datos provenientes de la población o la muestra frente a una problemática determinada, para lo cual se encuestará a la población económicamente activa del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, sector urbano, (La Matriz, Eloy Alfaro, Ignacio Flores, Juan Montalvo), utilizando como instrumento el cuestionario.

Instrumento

Cuestionario

Consiste en desarrollar preguntas cerradas, el mismo que se presenta al objeto de estudio el cual constituye la muestra, para obtener información y tomar una decisión acertada. permitirán obtener respuestas cuantificables sobre aspectos como oferta, demanda y preferencias de compra, precios, características del local de comida saludable y se lo realizará a 385 personas correspondientes a la muestra de la población de 55581, la encuesta será aplicada en las diferentes parroquias urbanas el cantón Latacunga según se da talla en la distribución muestra.

Población Universo

La población universo, de la presente investigación constituirá los habitantes del cantón Latacunga, sector urbano los cuales están conformado por: La Matriz, Eloy Alfaro, Ignacio Flores, Juan Montalvo y San Sebastián.

Tabla 1*: Población universo*

POBLACIÓN	N° DE HABITANTES
SECTOR URBANO	**77.267**
La Matriz	26.667
Eloy Alfaro (San Felipe)	22.582
Ignacio Flores (La Laguna)	17.150
Juan Montalvo (San Sebastián)	1.308
San Buenaventura	9.560
TOTAL, DE POBLACIÓN	**77.267**

Fuente: *INEC 2022*

Elaborado por: *Los investigadores*

Se realizado una investigación a través de la fuente información INEC 2022 (instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo), para poder determinar la población universo del cantón Latacunga, que se distribuyen en las siguientes La Matriz, Eloy Alfaro, Ignacio Flores, Juan Montalvo y San Buenaventura dándonos un total de 77.267 personas identificando nuestro mercado meta al cual se pretende llegar con el proyectos de la implementación de un local de comida saludable, de esta cifra se procedió a realizar la proyección de la población actual. INEC 2022, nos da una tasa de crecimiento poblacional del 1.20%, con esto será posible determinar la proyección del mercado meta del año 2022 al año 2024.

Proyección de la población

Tabla 2: *Tasa de crecimiento poblacional 2024*

AÑOS	PROYECCIÓN	TPC
2022	55581	1,20%
2023	56248	1,20%
2024	56923	1,20%
2025	57606	1,20%
2026	58297	1,20%

Fuente: *Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo (INEC 2022)*

Una vez determinado la muestra con datos más reales se tomó en consideración el crecimiento poblacional que el INEC del año 2022 nos pone como muestra para realizar la proyección hasta el año 2026, de esta manera podres realizar una proyección de la población actual. El instituto ecuatoriano de Estadísticas y Censo muestra que en el cantón Latacunga, provincia

de Cotopaxi, de cuales corresponden a la zona urbana, por lo tanto, se tendrá 56.923 jóvenes, adultos, adultos mayores como mercado potencial en el año 2024.

Identificación del Mercado Meta

La investigación está enfocada a brindar un producto y servicio de alimentos saludables para los jóvenes, adultos y adultos mayores los que están conformados desde los 18 a 65 años de la población del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi, este proyecto está enfocado a la alimentación sana y saludables con productos frescos y organizado, para el mercado potencial al cual nos vamos a enfocar para poder cubrir la necesidad de la segmentación estudiada.

Segmentación de mercado

Tabla 3: *Mercado Meta*

VARIABLE	GRUPO	CANTIDAD
Geográfica	Zona céntrica	125.651
Conductual	Zona urbana	79.133
Demográfica	Habitantes	56.923

Fuente: *Proyección al 2024 (INEC 2022)*

Los clientes potenciales de “Sanitos y Frescos” son la población económicamente activa (PEA) de la cuidad de Latacunga, que están no incluye tipo de clases sociales para que puedan tener un estilo de vida saludable y muy nutritiva que gusten de comer sano para satisfacer sus deseos de alimentación.

Muestra

Al ser la población de estudio relativamente amplia, es necesario encontrar una muestra que sea representativa al universo y que a su vez la aplicación de los instrumentos de investigación, tomando en cuenta los datos del INEC, el cual fue tomado la población económicamente activa (PEA), en el que se presenta 56923 habitantes.

Formula:

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

Nomenclatura:

Donde:

n: tamaño de la muestra

z: nivel de confianza 1.96

P: probabilidad a favor 0.5

Q: probabilidad en contra 0.5

N: población de universo (56923 zona urbana del cantón Latacunga)

e: nivel de error 0.05

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

$$n = \frac{3,87 \quad 56.923 \quad 0,5 \quad 0,5}{0,0025 \quad 56.922 \quad 3,87 \quad 0,5 \quad 0,5}$$

$$n = \frac{55115,99}{142,3049 \quad 0,968256}$$

$$n = \frac{55115,986}{143,27}$$

$$n = \mathbf{385}$$

Para la presente recopilación de la información del muestreo, se tomó en cuenta el método probabilístico, y dentro de este se consideró el método del instrumento encuesta se aplicó de forma aleatoria mediante Google forms para sí poder difundirlo mediante redes sociales y correo electrónicos.

En cuestionario se difundió a través de redes sociales y correos electrónicos en el sector urbano del cantón Latacunga, logrando obtener más del número de encuestas requeridas 406 respuestas.

Plan Muestral

Tabla 4: *Plan muestral*

Género	Población	Muestra	Porcentaje
Masculino	27209	184	48%
Femenino	29714	201	52%
Total	**56923**	**385**	**100%**

Elaborado por: *Los investigadores*

Tomando en cuenta el total de la población 56.923 personas, se elaboró el plan muestral para lo cual se trabajó con una probabilidad de éxito de 0.5 y una probabilidad de fracaso de 0.5, obteniendo una muestra de 385 personas.

Distribución encuestas

Tomando en cuenta al total de la población que es de 56.923 personas proyectadas al 2024 con un ICP del 1.20%, se elaboró el plan muestral para lo cual se trabajó con un margen de error del 0.05 y un nivel de confianza del 95% (1.96), se obtiene una muestra de 385 personas, 184 de género masculino y 201 de género femenino las mismas que se consideraron para el trabajo de campo.

Según el número de encuestas establecidas para todo el sector urbano, se procedió a enviar el cuestionario de forma digital en una primera ocasión por medio de las redes sociales y posteriormente se realizó un acercamiento mediante Whatssap a las personas del cantón Latacunga con las que se llegó a obtener 406 respuestas de las encuestas realizadas.

Tabulación de Resultados

Una vez ejecutado el instrumento de investigación que es la encuesta, el cual nos contribuye para obtener la información requerida sobre las ofertas y servicios de los restaurantes de comida saludable, aplicado a la población de la provincia de Cotopaxi como mercado neutral, se procede a revisar y analizar los resultados obtenidos.

1. ***¿Cuál es su género?***

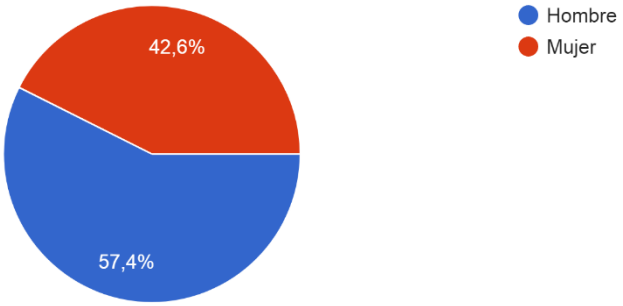
Tabla 5. *Género*

Respuestas	Respuesta	Porcentajes
Hombre	233	57,4%
Mujer	173	42,6%
Total	**406**	**100%**

Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

***Figura 1**: Género*



***Fuente:** Investigación de Campo*

***Elaborado por:** Los investigadores*

De las 406 respuestas obtenidas en la encuesta aplicada el 57, 4% fueron realizadas por hombres, mientras que el 42,6% pertenece a las mujeres quienes mencionaron su respuesta.

La finalidad de esta pregunta es involucrar a los dos géneros en el consumo habitual de comidas saludables y una sana alimentación, para ello se puede considerar que el porcentaje mayor se encuentra en los hombres, mientras que en las mujeres si existe el interés al tema, pero no se ejecutó con fin de importancia para lo cual se considera viable para su debido análisis.

2. ***¿En qué rango de edad esta?***

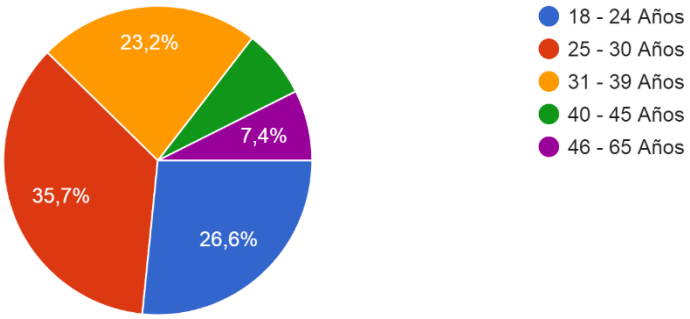
***Tabla 6.** Rango de Edad*

Respuestas	Respuesta	Porcentajes
18 - 24 Años	108	26,6%
25 - 30 Años	145	35,7%
31 - 39 Años	94	23,2%
40 - 45 Años	29	7,1%
46 - 65 Años	30	7,4%
Total	**406**	**100%**

***Fuente:** Investigación de Campo*

***Elaborado por:** Los investigadores*

***Figura 2**: Edad*



***Fuente:** Investigación de Campo*

***Elaborado por:** Los investigadores*

De las 406 respuestas obtenidas en la encuesta aplicada el 26,6% que completo dicha pregunta está dentro del rango de edad de 18 a 24 años, el 35,7% en un rango de edad de 25 a 30 años, el 23,2% en un rango de edad de 31 a 39 años, el 7,1% en un rango de edad de 40 a 45 años y el 7,4% en un rango de edad de 46 a 65 años.

Tomando en cuenta los datos encuestados y la gráfica, se puede indicar que el porcentaje mayor dentro del rango de edad se encuentran personas de 25 a 30 años, los cuales son adultos interesados en el tema encuestado.

3. ***¿"Visitaría el local de comida saludable "Sanitos y Frescos"?***

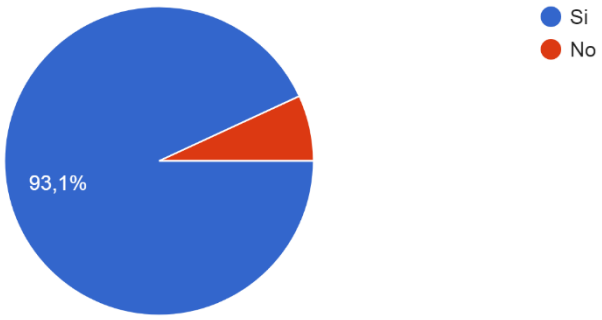
***Tabla 7**: Visitas al local de comida saludable*

Respuestas	Respuesta	Porcentajes
Si	378	93,10%
No	28	6,90%
Total	**406**	**100%**

***Fuente:** Investigación de Campo*

***Elaborado por:** Los investigadores*

Figura 3: *Visitas al local de comida saludable*



Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

De las 406 respuestas obtenidas en la encuesta aplicada el 93,1% afirma que, visitaran el local de comida saludable "Sanitos y Frescos", mientras que el 6,9% se encuentra en la negatividad de consumir comida saludable ya que no ve el beneficio de ciertos alimentos que mejorarían su salud.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede observar que el porcentaje más alto menciona que si conocen los beneficios de consumir comida saludable, pero cabe recalcar en un porcentaje menor desconoce dichos beneficios por lo cual es esencial involucrar dicha información para que su consumo sea adecuado y de beneficio para una sana alimentación.

4. ¿Considera que su alimentación es saludable?

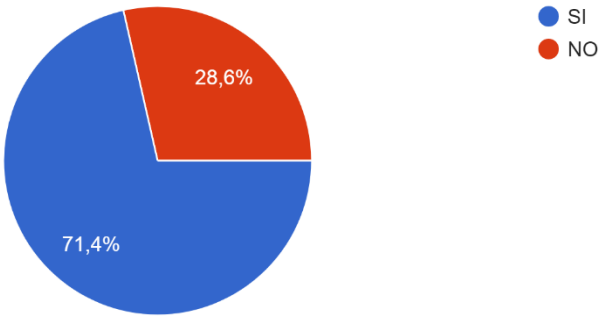
Tabla 8: *Porcentajes*

Respuestas	Respuesta	Porcentajes
Si	290	71,40%
No	116	28,60%
Total	**406**	**100%**

Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

Figura 4:*Alimentación*



Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

De las 406 respuestas obtenidas en la encuesta aplicada el 71,4% manifiesta que, si mantiene una alimentación saludable, mientras que el 28,6% menciona que considera mantener una alimentación saludable.

Con respecto a lo encuestado y en base a los resultados obtenidos, se puede recalcar que, mediante lo analizado, el porcentaje mayor si considera su alimentación saludable lo cual es satisfactorio para mantener un equilibrio alimenticio favorable, brindando un correcto desarrollo con los nutrientes necesarios y en cantidades adecuadas.

5. ***¿Qué tan importante es comer comida saludable?***

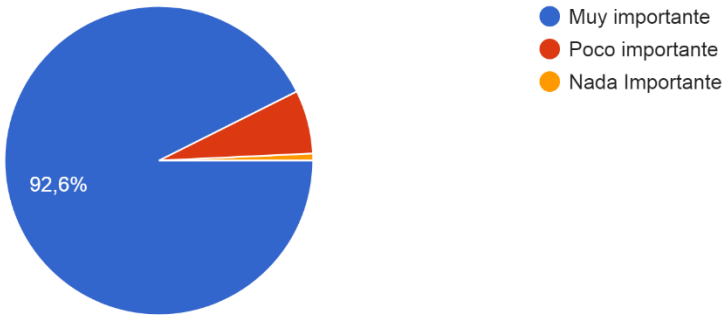
Tabla 9: *Importancia*

Respuestas	Respuesta	Porcentajes
Muy importante	376	92,60%
Poco importante	27	6,70%
Nada Importante	3	0,70%
Total	**406**	**100%**

Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

Figura 5: *Importancia*



Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

De las 406 respuestas obtenidas en la encuesta aplicada el 92,6% menciona que, es muy importante comer comida saludable, el 6,7% menciona que es poco importante comer comida saludable y el 0,7% indica que no es nada importante comer comida saludable.

Tomando en cuenta los datos obtenidos y la gráfica, se puede indicar que el porcentaje mayor menciona que es muy importante comer comida saludable teniendo en cuenta que la sana alimentación mejora la calidad de vida y mejora la capacidad física y mental.

6. ***¿Qué alimentos saludables le gustaría consumir?***

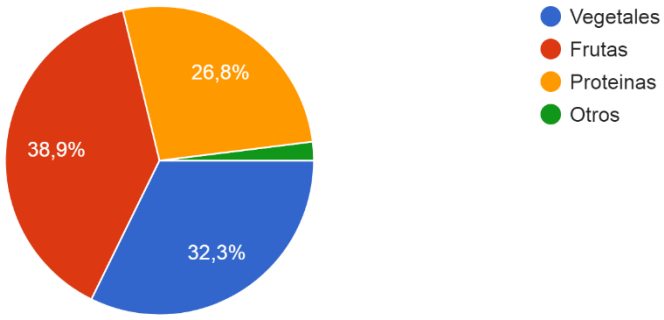
Tabla 10: *Consumo*

Respuestas	Respuesta	Porcentajes
Vegetales	131	32,30%
Frutas	158	38,90%
Proteínas	109	26,80%
Otros	8	2,00%
Total	**406**	**100%**

Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

Figura 6: Le gustaría consumir



Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

De las 406 respuestas obtenidas en la encuesta aplicada el 32,3% indica que, le gustaría consumir vegetales, el 38,9% indica que consume frutas, el 26,8% indica que consume proteínas y el 2,0% indica que le gusta consumir otros alimentos.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se analizó que el porcentaje mayor indico que le gusta consumir vegetales los cuales favorecen la salud mental, también son alimentos que contienen una variedad de nutrientes esenciales que aportan y ayudan a una alimentación de calidad.

7. ***¿Con qué frecuencia consume comida saludable?***

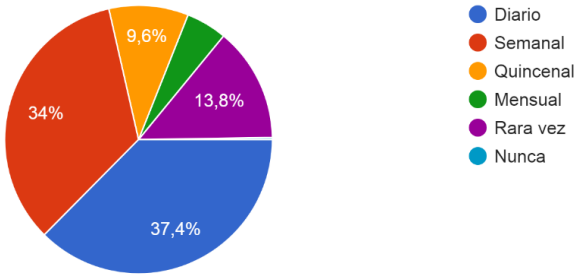
Tabla 11*. Frecuencia*

Respuestas	Respuesta	Porcentajes
Diario	152	37,44%
Semanal	138	33,99%
Quincenal	39	9,61%
Mensual	20	4,93%
Rara vez	56	13,79%
Nunca	1	0,25%
Total	**406**	**100%**

Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

Figura 7: *Frecuencia de consumo*



Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

De las 406 respuestas obtenidas en la encuesta aplicada el 37,44% indica que el consumo de comida saludable es diario, el 33,99% indica que el consumo de comida saludable es semanal, el 9,61% indica que el consumo de comida saludable es quincenal, el 4,93% indica que el consumo de comida saludable es mensual, el 13,79% indica que el consumo de comida saludable es rara vez y el 0,25% indica que el consumo de comida saludable es nunca.

Con respecto a lo encuestado y en base a los resultados obtenidos, se puede recalcar que, mediante lo analizado, el porcentaje mayor si la población si consume comida saludable de manera diaria acoplándola a la rutina de alimentación para mantener una vida sana y que los nutrientes proporcionan a que el cuerpo necesita para mantener el buen funcionamiento y restablecer la salud.

8. Durante su horario de su trabajo, usted:

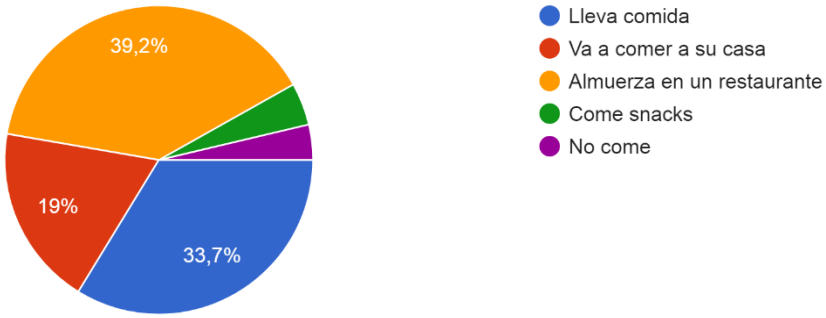
Tabla 12*. Horario*

Respuestas	Respuesta	Porcentajes
Lleva comida	137	33,70%
Va a comer a su casa	77	19,00%
Almuerza en un restaurante	159	39,20%
Come snacks	18	4,40%
No come	15	3,70%
Total	**406**	**100%**

Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

Figura 8: *Durante su horario*



Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

De las 406 respuestas obtenidas en la encuesta aplicada el 33,7% indica que lleva comida a su trabajo, el 19,0% indica que va a comer a su casa y retorna a laborar, el 39,2% indica que almuerza en un restaurante en su tiempo de comida asignada, el 4,4% indica que come snack en su horario laboral y el 3,7% indica que no come en su jornada laboral.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede observar que el porcentaje más alto menciona que almuerza en un restaurante después de su jornada laboral lo cual se relaciona con la calidad de vida del colaborador, su desempeño como persona y su bienestar laboral.

9. ***Durante una comida usted prefiere servirse alimentos saludables en:***

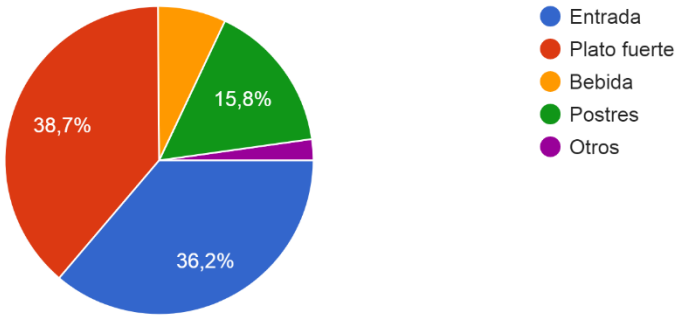
Tabla 13*. Alimentos*

Respuestas	Respuesta	Porcentajes
Entrada	147	36,20%
Plato fuerte	157	38,70%
Bebida	29	7,10%
Postres	64	15,80%
Otros	9	2,20%
Total	**406**	**100%**

Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

Figura 9: Alimentos



Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

De las 406 respuestas obtenidas en la encuesta aplicada el 38,7% indica que prefiere servirse alimentos saludables en plato fuerte, el 36,2% indica que prefiere servirse alimentos saludables en la entrada, el 15,8% indica que prefiere servirse alimentos saludables en el postre, el 7,1% indica que prefiere servirse alimentos saludables en la bebida y el 2,2% indica que prefiere servirse alimentos saludables de otro tipo.

Con respecto a lo encuestado y en base a los resultados obtenidos, se puede recalcar que, el porcentaje más alto consume o prefiere servirse alimentos saludables en el plato fuerte el cual le proporciona conseguir un equilibrio correcto en la dieta adquirida con la finalidad de conseguir la energía y los nutrientes que el cuerpo necesita.

10. ¿Cuál es la razón por la cual visitaría un restaurante de comida saludable?

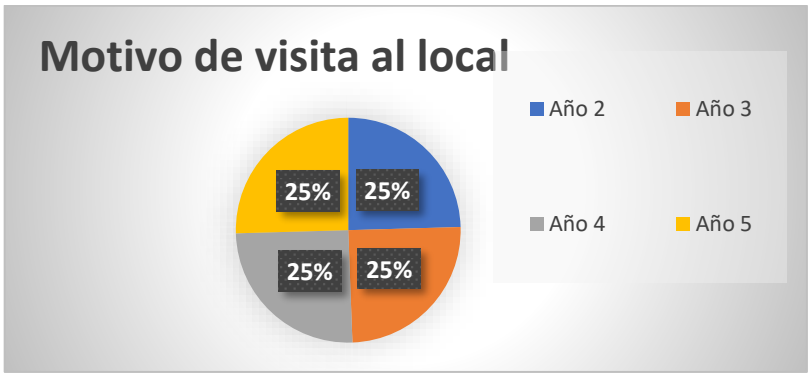
Tabla 14*. Restaurant*

Respuestas	Respuesta	Porcentajes
Por recomendaciones	134	30,80%
Por precio	51	11,70%
Por motivo de salud	190	43,70%
Por experimentar o conocer nuevas experiencias	60	13,80%
Total	**435**	**100%**

Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

Figura 10: *Razón por la cual visitaría un restaurante*



Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

De las 435 respuestas obtenidas en la encuesta aplicada el 43,7% indica que visita un restaurante de comida saludable por motivos de salud, el 30,8% indica que visita un restaurante de comida saludable por recomendación, el 13,8% indica que visita un restaurante de comida saludable por experimentar o conocer nuevas experiencias y el 11,7% indica que visita un restaurante de comida saludable por precios.

Tomando en cuenta los datos obtenidos y la gráfica, se puede indicar que el porcentaje mayor menciona que visita un restaurante de comida saludable por motivos de salud teniendo en cuenta que la sana alimentación promueve hábitos alimenticios fomentando e incentivando a una calidad de vida adecuada.

11. ¿Cuál es el principal aspecto que considera más relevante a la hora de visitar un establecimiento de comida saludable?

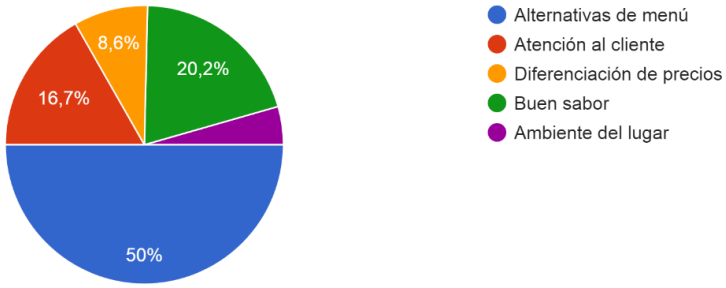
Tabla 15. *Principales Aspectos.*

Respuestas	Respuesta	Porcentajes
Alternativas de menú	203	50,00%
Atención al cliente	68	16,70%
Diferenciación de precios	35	8,60%
Buen sabor	82	20,20%
Ambiente del lugar	18	4,40%
Total	**406**	**100%**

Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

Figura 11: *Aspecto más relevante*



Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

De las 406 respuestas obtenidas en la encuesta aplicada el 50,0% considera más relevante a la hora de visitar un establecimiento de comida saludable por sus alternativas de menú, el 20,2% considera más relevante a la hora de visitar un establecimiento de comida saludable por su buen sabor, el 16,7% considera más relevante a la hora de visitar un establecimiento de comida saludable por su atención al cliente, el 8,6% considera más relevante a la hora de visitar un establecimiento de comida saludable por su diferenciación de precio y el 4,4% considera más relevante a la hora de visitar un establecimiento de comida saludable por el ambiente del lugar.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede observar que el porcentaje más alto indica que considera más relevante a la hora de visitar un establecimiento de comida saludable por alternativas del menú lo cual en su variedad se realiza la combinación de nutrientes necesarios y esenciales que necesita el cuerpo para mantener una vida saludable.

12. Usted preferiría acudir a un local de comida saludable

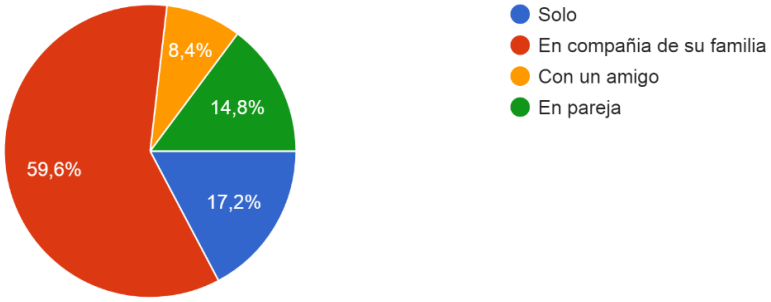
Tabla 16. *Local*

Respuestas	Respuesta	Porcentajes
Solo	70	17,20%
En compañía de su familia	242	59,60%
Con un amigo	34	8,40%
En pareja	60	14,80%
Total	**406**	**100%**

Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

Figura 12: *Acudir a un local de comida*



Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

De las 406 respuestas obtenidas en la encuesta aplicada el 59,6% indica que prefiere acudir a un local de comida saludable en compañía de su familia, el 17,2% indica que prefiere acudir a un local de comida saludable solo, el 14,8% indica que prefiere acudir a un local de comida saludable en pareja y el 8,4% indica que prefiere acudir a un local de comida saludable con un amigo.

Tomando en cuenta los datos obtenidos y la gráfica, se puede indicar que el porcentaje mayor prefiere acudir a un local de comida saludable en compañía de su familia, el cual ayuda a la intervención familiar e implementó de comida sana para cada miembro familiar y el compartir en conjunto.

13. ¿A través de qué medio de comunicación preferiría recibir información sobre un local de comida saludable?

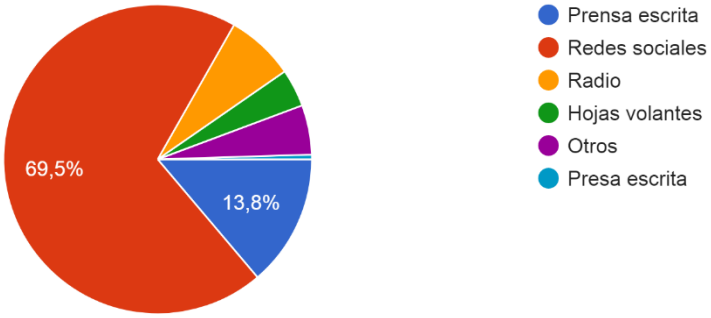
Tabla 17. *Medios de Comunicación*

Respuestas	Respuesta	Porcentajes
Prensa escrita	58	14,29%
Redes sociales	282	69,46%
Radio	29	7,14%
Hojas volantes	16	3,94%
Otros	21	5,17%
Total	**406**	**100%**

Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

Figura 13 *Medio de comunicación*



Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

De las 406 respuestas obtenidas en la encuesta aplicada el 69,46% indica que prefiere recibir información sobre un local de comida saludable por redes sociales, el 14,29% indica que prefiere recibir información sobre un local de comida saludable por prensa escrita, el 7,14% indica que prefiere recibir información sobre un local de comida saludable por radio, el 5,17% indica que prefiere recibir información sobre un local de comida saludable por otros medios y el 3,94% indica que prefiere recibir información sobre un local de comida saludable por hojas volantes

Con respecto a lo encuestado y en base a los resultados obtenidos, se puede recalcar que, el porcentaje más alto indica que prefiere recibir información sobre un local de comida saludable por redes sociales lo cual es un medio de comunicación llevadera ya que en la actualidad la información digital es la más implementada y de mejor conocimiento.

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una comida saludable?

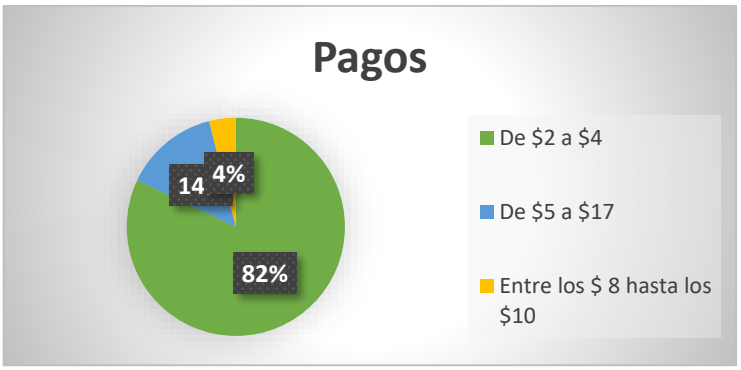
Tabla 18. *Pago*

Respuestas	Respuesta	Porcentajes
De $2 a $4	333	82,00%
De $5 a $17	57	14,00%
Entre los $ 8 hasta los $10	16	3,90%
Total	**406**	**100%**

Fuente*: Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores.*

Figura 14: *Valor a pagar*



Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

De las 406 respuestas obtenidas en la encuesta aplicada el 82,0% indica que está dispuesto a pagar en el rango de $2 a $4, el 14,0% indica que está dispuesto a pagar en el rango de $5 a $7 y el 4,0% indica que está dispuesto a pagar en el rango de $8 hasta los $10.

Con respecto a lo encuestado y en base a los resultados obtenidos, se puede recalcar que, mediante lo analizado, el porcentaje mayor indica que está dispuesto a pagar en el rango de 2$ a 4$ siendo una cantidad promedio para consumir alimentos saludables y cuidar su alimentación así fortalecerá el sistema alimenticio que requiere el ser humano en su vida cotidiana.

Definición del producto o servicio

Características del Local de Comida Saludable:

"Sanitos y frescos" contará con una gastronomía adecuada a los distintos tipos de clientes, además de tener unos precios adecuados a la economía de los mismos, por lo cual también atenderá las solicitudes especiales y puntuales. Se brindará un trato personalizado con instalaciones adecuadas, contando con unos horarios adecuados a los hábitos de los clientes, situado en una zona cómoda por su fácil acceso y aparcamiento, como también estará situado en una zona segura de robos o multas. Contará con un equipo totalmente capacitado qué harán que su estancia sea agradable, donde también ofrecerán una tentadora carta de menús y con precios totalmente accesibles, con un ambiente donde los clientes se sientan como en casa.

Local

Nuestro local, estará conformada por varias instalaciones, empezando por la cocina es el lugar ideal donde se preparará los alimentos que deleitaran los paladares de nuestros clientes, este contará con una cocina industrial, una plancha para preparar los alimentos

también contara con un congelador y refrigerador para mantener frescos los alimentos, tostadoras, ollas inoxidables, vajillas de porcelana.

De la misma manera habrá sillas y mesas de madera, iluminación, conexión a internet, aire acondicionado y también este local contará con parantes para que los clientes escuchen música al momento de degustar sus platos y se sientan a gusto.

Los investigadores pretenden implementar el local de comida saludable que tenga:

- Una gastronomía adecuada con productos de buena calidad y nutritivos para la salud.
- Precios adecuados y accesibles a la economía de los clientes.
- Instalaciones adecuadas y seguras.
- Ambiente agradable y seguro
- Pizarras, mesas y sillas de madera
- Iluminación y conexión a Wifi

Figura 15: *Diseño del Local*

Elaborado por: Los Investigadores

Logo del Local de Comida Saludable

Una de las principales características que distinguen un local de otro es el logo en la que consta el nombre del local con colores y diseños llamativos.

Además, hace que en un mercado de competencia las empresas busquen sobresalir con la presentación que se le dé al logo del local, haciéndolo cada vez más llamativo y con colores que resalten la presentación del local y logrando así la captación del cliente.

Figura 16: *Logotipo del Local*

Elaborado por: Los investigadores

El bienestar y un sentido de frescura pueden ser comunicados con los diferentes colores.

- Verde: representa el equilibrio, armonía, salud y el medio ambiente que trasmite los alimentos orgánicos.
- Naranja: estimula el apetito, la alegría y vitalidad, optimiza y su gran valor trasmite energías positivas.

Su diseño cuenta con unas hojas de albaca y encima un sol:

Las hojas de albaca aromatizan los platos de la gastronomía tanto en las ensaladas con un sabor anisado y un olor fragante dulce con toques picantes cuando se consume fresca.

El sol nos representa la frescura y lo natural de los productos que utilizaremos dándonos a entender que nuestros productos serán inocuos el cual indica confianza al momento de consumirlos.

Análisis de la demanda

Para obtener la demanda objetivo del restaurante “SANITOS Y FRESCOS”, se utilizó la PEA de la cuidad de Latacunga, que nos permite conocer la cantidad de los gustos, preferencias y consumo de alimentos saludables que se consume en este cantón, siendo una referencia para ser utilizada en el desarrollo del estudio de mercado.

Demanda actual

La demanda actual constituye la cantidad de bienes, productos o servicios que están dispuestos a adquirir los posibles consumidores, en el mercado meta.

Para determinar la cantidad actual de los potenciales consumidores de comida saludable se tomará en cuenta los datos obtenidos de la encuesta realizada a los habitantes del sector urbano del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, se presenta a continuación:

Tabla 19: *Demanda actual*

ANÁLISIS DE LA DEMANDA	
Población INEC	56.923
Muestra	385
Aceptación	93,1%
Demanda Personas	**52.995**

Fuente: *Cuestionario*

Elaborado por: *Los investigadores*

Una vez realizada la encuesta y la respectiva tabulación de resultados se ha determinado que el porcentaje de aceptación de visitar el local de comida saludable es el 93,1%. Al realizar los cálculos correspondientes se ha obtenido que el total de consumo de comida saldable que el mercado meta es de 52.995 personas que consumen comida saludable, esto quiere decir que existe una demanda aceptable para beneficio del proyecto, lo cual hace pensar que es factible la creación de la nueva empresa.

Demanda proyectada

La demanda proyectada constituye la cantidad de productos, bienes o servicios que se espera el mercado meta adquiera en el futuro.

En la presente investigación se considerará un tiempo estimado de 5 años, el cual tendrá vida útil el nuevo local de comida saludable, este período permitirá determinar, proyectar la posible demanda de los potenciales consumidores del sector urbano del cantón Latacunga.

Se ha considerado necesario la utilización del método de proyección de promedios móviles en el que se ha utilizado como datos principales a la demanda actual que es 52.995 personas que consumen comida saludable, así como también el porcentaje de crecimiento de la Industria Alimenticia que es el 1.5% **((INEC) EL NUEVO ECUADOR , 2024)**.

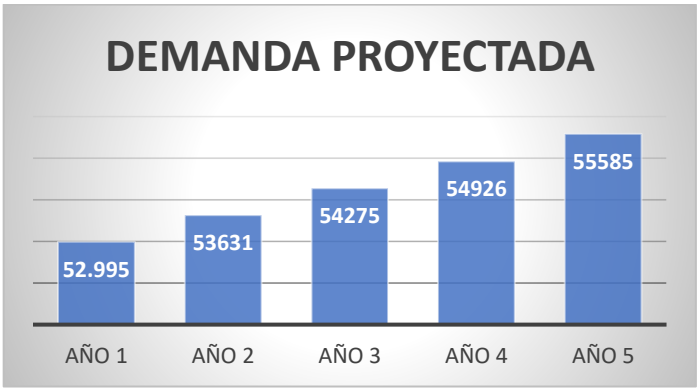
Tabla 20: *Demanda proyectada*

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA
Año 1	52.995
Año 2	53631
Año 3	54275
Año 4	54926
Año 5	55585

Fuente*: Cuestionario*

Elaborado por: *Los investigadores*

Figura 17: *Demanda proyectada*



Fuente: *Investigación de campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productos están dispuestos a ofrecer en diferentes condiciones dadas, en un determinado momento.

Oferta actual

Constituye la cantidad de bienes, productos o servicios que se oferta en la actualidad en un mercado determinado.

Como se manifestó, la actual investigación relaciona a la localidad del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, por lo tanto, se ha considerado necesario tomar en cuenta datos de producción anual correspondiente al servicio de comida saludable de los locales del cantón Latacunga.

Tabla 21: *Oferta actual*

NOMBRE DE LA EMPRESA	PRODUCTO QUE OFERTA	CANTIDAD DE UNIDADES/ANUAL
Comida Saludable Herbalife	Comida saludable	2.500
Artesanal Cocina Ecuatoriana	Comida saludable	1.256
Giardino Cucina Italiana	Comida saludable	1.095
Protein-Fit-Bar	Comida saludable	989
TOTAL		**5.840**

Fuente: *Investigación de Campo*

Elaborado por: *Los investigadores*

Según la investigación realizada en base a datos ya existentes de las empresas "restaurantes", que actualmente se encuentran ofertando productos y servicios similares de comida saludable en el cantón Latacunga, como viene a ser el restaurante comida saludable Herbalife que ofrece tipos de proteínas, complementadas con frutas, vegetales entre otras bebidas dejando en claro que estos productos son netamente procesados. Mientras que Gino Cucina italiana su enfoque está basado a las (ensaladas, postres, cereales y alimentes veganos) esta es más específica en cuento al producto y servicio que brinda, el cual actualmente tiene capacidad de venta al año de 1.095 clientes, con estos datos podemos realizar la proyección para 5 años de duración del proyecto, tomando en consideración el índice de crecimiento poblacional de 1.20% para el año 2024 según indica el INEC en su último censo realizado en el 2022.

Tabla 22: *Oferta Actual*

OFERTA ACTUAL	EN PLATOS	EN PERSONAS
RESTAURANTES DE COMIDA SALUDABLE	5840	487

Elaborado por: *Los investigadores*

Cómo se puede evidenciar en esta tabla se hizo la conversión de los 5840 platos que los restaurantes de comida saludable ofertan en relación con la demanda de personas sea considerado que 487 personas adquieren una vez por mes comida saludable.

Oferta proyectada

Constituye en determinar cuál es la cantidad de productos a ofertarse en los años que tendrá vida el proyecto relacionado con el local de comida saludable.

En la presente investigación se considerará un tiempo estimado de 5 años, el cual tendrá vida útil el nuevo local de comida saludable, este período permitirá determinar proyectar la posible oferta de los potenciales consumidores del sector urbano del cantón Latacunga.

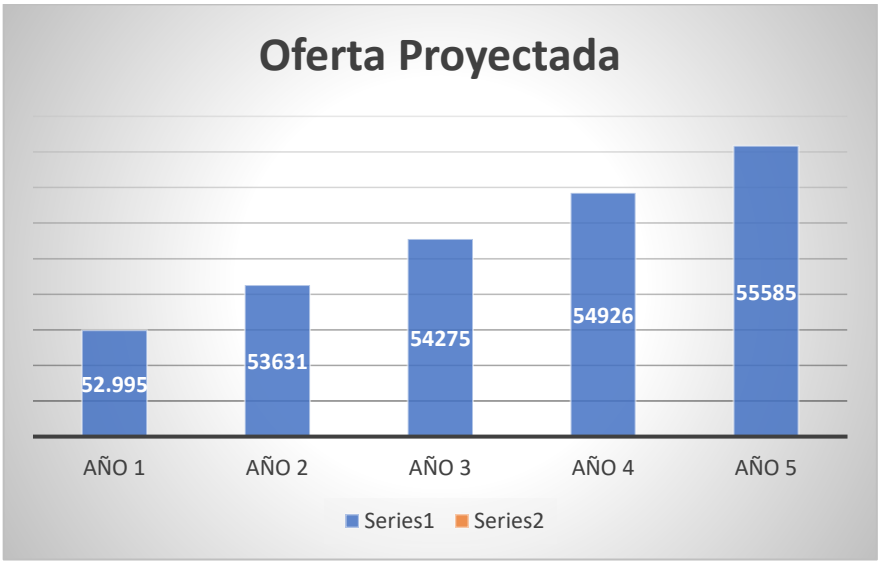
Se ha considerado necesario la utilización del método de proyección de promedios móviles en el que se ha utilizado como datos principales a la demanda actual que es 5.840 unidades de platos de comida saludable al año, así como también el porcentaje de crecimiento de la Industria Alimenticia que es el 1.5%.

Tabla 23: *Oferta proyectada*

AÑOS	OFERTA PROYECTADA	INCREMENTO DE LA IA
Año 1	75.600	1,5
Año 2	76.734	1,5
Año 3	77.885	1,5
Año 4	79.053	1,5
Año 5	80.239	1,5

Elaborado por: *Los investigadores*

Figura 18: *Oferta proyectada*



Fuente: *Investigación de campo*

Elaborado por: *Nataly Acurio, Jimmy Chimbo*

Para obtener los datos de la demanda proyectada se ha procedido de manera similar a la oferta en la que se ha utilizado como referencia el crecimiento de la Industria Alimenticia del país y la utilización del método de promedios móviles.

Estos datos permiten conocer que para los futuros años el local de comida saludable tendrá un crecimiento del 82% en el mercado alimenticio siendo esto beneficioso para el local de “Sanitos y Frescos”.

Tabla 24: *Proyección de la Oferta a cinco años*

OFERTA PROYECTADA	EN PLATOS	EN PERSONAS
AÑO 1	75600	6300
AÑO 2	76734	6395
AÑO 3	77885	6490
AÑO 4	79053	6588
AÑO 5	80239	6687

Elaborado por: *Los investigadores*

Cómo se puede evidenciar en esta tabla se hizo la conversión de los 75600 platos que los “Sanitos y Frescos” ofertara en relación con la demanda de personas sea considerado que 6300 personas adquieren una vez por mes comida saludable, por lo que podemos mencionar que estaríamos cubriendo con un porcentaje más elevado a la oferta de los restaurantes de comida saludable.

Análisis de precios

La cantidad monetaria que los futuros clientes están dispuestos a pagar para comprar un producto o servicio que ofrece dentro de un mercado determinado.

Precios actuales

El valor monetario que actualmente cuesta nuestro producto el cual está determinado en la tabla Nª 40, presentada en la encuesta que nos indica cuanto estaría dispuesto a pagar por el producto o servicio a los posibles clientes dentro del establecimiento de “Sanitos y Frescos”.

Tabla 25: *Precio de venta*

COSTO TOTAL - COSTO UNITARIO - PRECIO DE VENTA				
Descripción	**Unidades**	**Costo Unitario**	**Margen de Utilidad**	**Precio de Venta**
Ensalada con Pollo	432	1,64	95%	$3,21
Ensalada de Pollo con Arándanos	432	1,30	95%	$2,53
Pescado Sudado al Horno	432	1,92	95%	$3,75
Fideos de Arroz Salteados con Verduras Estilo Chino	432	2,21	75%	$3,87
Ensalada de Pasta con Atún	432	1,96	75%	$3,43
Yogurt con Frutas	432	1,44	95%	$2,80
Postre de Ensalada de Frutas	432	1,73	75%	$3,04

Elaborado por: *Los investigadores*

Con la investigación de campo, mediante la encuesta presentada se pudo determinar que los futuros clientes estarían dispuestos a pagar por el producto o servicio de alimentación entre $2 a $10 dólares americanos por cada menú que se presentó en las encuestas según la tabla Nª 40, distribuido en un horario de 08:00am a 22:00pm de lunes a sábado.

Ingresos proyectados

Según el Banco Central del Ecuador, la tasa de variación anual de los indicadores de crecimiento económico y del IPC es del 1,35% anual. Se esperan ventas para los próximos 5 años, y la previsión se basa en una capacidad instalada de 3528 clientes por mes y en el quinto año 3722 clientes.

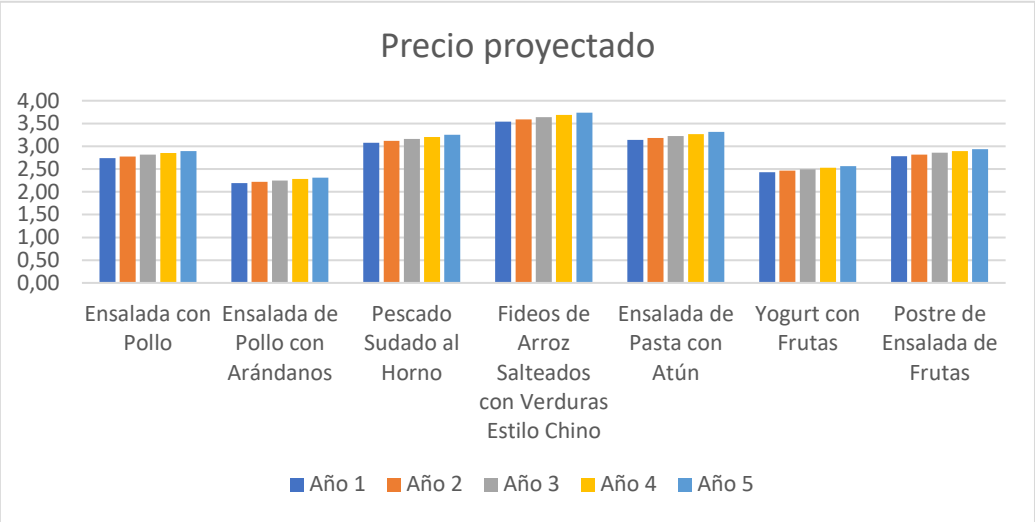
Tabla 26: *Proyección de precios*

PERIODO EN AÑOS					
DETALLE	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
TOTAL	19,90	20,17	20,44	20,72	21,00
IPC-inflación	1,35%	1,35%	1,35%	1,35%	1,35%

Fuente: *IPC 2023 Banco Central del Ecuador*

Elaborado por: *Los investigadores*

Figura 19: P*recios Proyectado*



Elaborado por: *Los investigadores*

Una vez determinado el precio con los datos obtenidos de la investigación de campos se procedió a realizar una proyección de los precios para los 5 años utilizando el 1.5% del porcentaje de crecimiento de la industria alimenticia 2024 obtenido en los datos del INEC, el nuevo Ecuador.

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

Una vez concluido con el estudio de mercado se pudo determinar que la población del cantón Latacunga en su mayoría consume comida saludable, lo que hace necesario sacar al mercado un producto que llene las expectativas del público consumidor.

El estudio técnico permitirá considerar los aspectos más importantes para la puesta en marcha del nuevo negocio, estableciendo la capacidad necesaria de producción la misma que deberá estar acorde con los insumos y materiales que se dispone, logrando así la optimización de todos sus recursos.

Los componentes de este estudio son los siguientes:

Tamaño

El tamaño adecuado para el proyecto será que permita obtener un resultado económicamente favorable para los interese de los inversionistas, considerando así varios factores como son: el tamaño de mercado, la cantidad de materia prima a utilizar, el número de colaboradores que será necesario para el proyecto, el financiamiento para implantar la nueva planta, así como también la tecnología que se utilizará.

Tamaño y Mercado

El restaurante “Saludables y Frescos”, tiene la capacidad de diseño en el cual se basa en el espacio físico que tendrá el negocio, determinando así que tiene capacidad para atender a 20 personas a la vez, a su vez se consideró el tiempo que cada persona se queda en un restaurante, en este caso mediante la guía de observación, una persona se queda en el establecimiento de comida 40 minutos aproximadamente desde el momento que hace su respectivo pedido hasta que se retira del local, por cada h tiene la capacidad total de atender a 27 personas, con un total de 378 clientes al día, tomando en cuenta las horas con mayor y menor afluencia durante todo el día, lo cual vendría a ser la capacidad total que representa el 100%.

Tabla 27: *Tamaño*

CAPACIDAD DE DISEÑO					
Porcentaje	C/Hora	C/Día	C/Semana	C/Mes	C/Año
100%	27	378	2.268	9.072	108.864

Elaborado por: *Los investigadores*

La mayor parte de las empresas no llegan a cumplir la totalidad de la capacidad de diseño, por lo que se llega a trabajar máximo con el 82% (Render & Heizer, 2009), para no forzar sus recursos. Por lo que la capacidad efectiva es de 22 personas por hora y 310 clientes durante todo el día.

Tabla 28: *Capacidad Efectiva*

CAPACIDAD EFECTIVA					
Porcentaje	C/Hora	C/Día	C/Semana	C/Mes	C/Año
82%	22	310	1.860	7.439	89.268

Elaborado por: *Los investigadores*

La capacidad real es la multiplicación de la capacidad real por la eficiencia, la eficiencia se obtiene mediante la división de la capacidad real y la capacidad efectiva, como capacidad real se toma en cuenta la cantidad promedio de clientes que atiende los restaurantes, obteniendo así que, por resultados, cada hora de "Saludables y Frescos" atenderá 11 personas y 155 personas al día.

Tabla 29*: Capacidad real*

CAPACIDAD REAL					
Porcentaje	C/Hora	C/Día	C/Semana	C/Mes	C/Año
50%	11	155	930	3.720	44.634

Elaborado por: *Los investigadores*

"Saludables y Frescos" brindará los servicios de alimentación saludable a los clientes de lunes a sábado de 08h00 a 22h00, entendiendo que la preparación de los platillos no soy de difícil preparación, como ya tiene conocimiento de la elaboración y preparación de cada menú su tiempo estimado para preparar es de 10 a 15 minutos por plato, dejando a si un tiempo estimado al cliente de servirse de 40 minutos.

En función de la tecnología

Para el trabajo de cocina es necesario la utilización de maquinaria que permita mejorar y agilitar el proceso para la obtención de platos de comida saludable, esto será posible a través de la utilización de los siguientes materiales:

Tabla 30: *Tecnología*

Cocina industrial a gas: de acero inoxidable. Para la preparación de alimentos cocidos.	
Refrigeradora **French Door 679L, InstaView™** y conectividad Wi-Fi, para refrigera los alimentos y mantenerlos en buen estado.	
Horno Steambox, puerta de cristal elevable, nos ayuda a la preparación de alimentos a vapor.	
Balanza de cocina, puedes pesar los alimentos sin necesidad de utilizar tazas medidoras.	
Licuadora, nos servirá para preparar los batidos o recetas comunes que se requieran licuar.	

Procesador de alimentos, esto nos ayuda a picar, cortar y rallar verduras o frutas.

Horno tostador, se puede utilizar para preparar comidas enteras, incluidas carnes y verduras.

Olla de cocción lenta, los sabores se conservan mejor, y el proceso de cocción es mucho más cómodo que si utilizaras una estufa o un horno.

Olla de presión, nos ayuda a la preparación de alimentos más rápido

---

Cafetera, para la preparación de café instantáneo.

Freidora sin aceite, nos ayuda a frituras los alimentos sin necesidad de utilizar aceite y que los alimentos salgan bien crocantes.

Elaborado por: *Los investigadores*

Macro localización

El sector donde se encuentra la infraestructura del local de comida saludable se encuentra ubicado en:

c

Figura 20: *Macro localización*

Fuente: *https://www.google.com.ec/maps*

Elaborado por: *Los investigadores*

Micro localización

El local de comida saludable “Sanitos y Frescos” se encontrará con sus instalaciones, en un lugar muy comercial en el centro sur de la ciudad de Latacunga, estará ubicado en la zona geográfica del Ecuador en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, parroquia Ignacio Flores calles Av. Unidad Nacional y Gabriel Mistral diagonal a Automóvil Club del Ecuador “ANETA”, las instalaciones disponen de todos los servicios básicos como: energía eléctrica, agua potable, internet, servicio de transporte público, servicios de seguridad ciudadana y los medios de comunicación y conectividad. También contará con espacios amplios, sillas de madera, mesas de madera, iluminación, pizarras para que el cliente coloque sus emociones en relación al consumo de comida saludable, áreas verdes para que los niños puedan disfrutar un momento de relajación.

Ingeniería

Proceso Productivo

Es necesario tomar en cuenta no sólo factores cuantitativos, como los costos de transporte de materia prima y del producto terminado, en términos técnicos, existen diversos procesos productivos opcionales, que son los muy automatizados y los manuales. La elección

de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de los insumos.

En la gastronomía de debe considerar los aspectos relacionados con la instalación de un local de comida saludable hasta el plato final, que a continuación se detalla para mejor entendimiento.

Descripción del proceso productivo

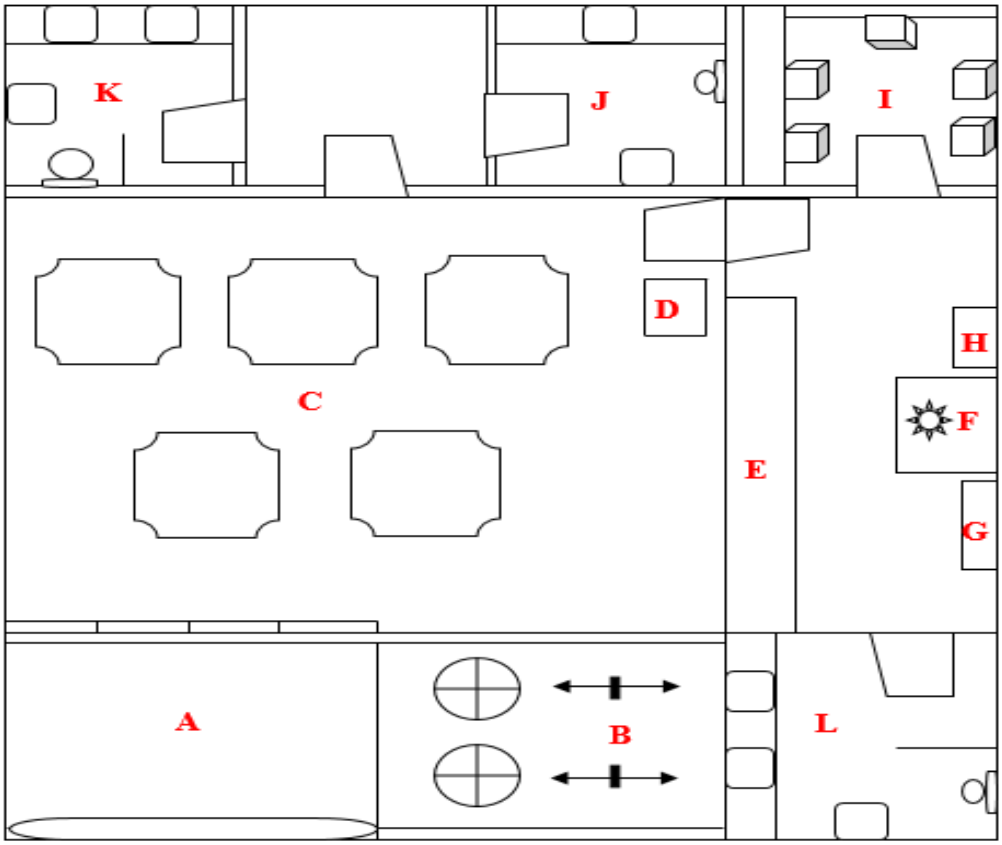
El primer paso se realizará con la preparación del plato de comida saludable.

1. ***Cobrar el servicio:*** una vez que el cliente acabe de consumir el plato, se procede a cobrar por el menú o el plato que se sirvió
2. ***Conocer el plato a preparar:*** En primer lugar, hay que conocer que plato vamos a preparar para ofrecer a los clientes.
3. ***Adquisición de materia prima:*** En primer lugar, se deben elegir correctamente a los proveedores y asegurarse de que éstos servirán las materias primas en un óptimo estado higiénico.

   Todos los insumos destinados a la elaboración de la preparación de los platos saludables deben ser de buena calidad.
4. ***Lavado de materia prima***: Lavar los alimentos, para que pueda eliminar algún tipo de defecto o particulares que pueda causar el daño en el siguiente proceso.
5. ***Selección de materia prima:*** Separa los productos o servicios en categorías de características físicas diferentes tales como tamaño, forma y color
6. ***Preparación de los alimentos:*** Se empezará a preparar todos los alimentos que se vaya a utilizar, para luego empezar a cocinar.
7. ***Armar el plato saludable***: Una vez ya preparados los alimentos, se empezará a armar el plato o el menú que el cliente pida, el cual ira una ensalada, una proteína, un vaso de jugo o batido natural, y una fruta.
8. ***¿Preparación terminado con todos los estándares?*** Es el bien resultante de la preparación del plato. Es decir, aquel plato que se obtiene tras pasar por el proceso de preparación y que queda listo para su entrega al consumidor final.
9. ***Servir el plato:*** Finalmente, serviremos el plato que el cliente lo pidió, brindando nuestro servicio con productos de buena calidad, una buena presentación y sobre todo saludables para el ser humano.

Distribución Del Espacio Del Restaurante

Figura 21: *Distribución del espacio*



Elaborado por: *Los investigadores*

Distribución De Equipos Y Maquinarias

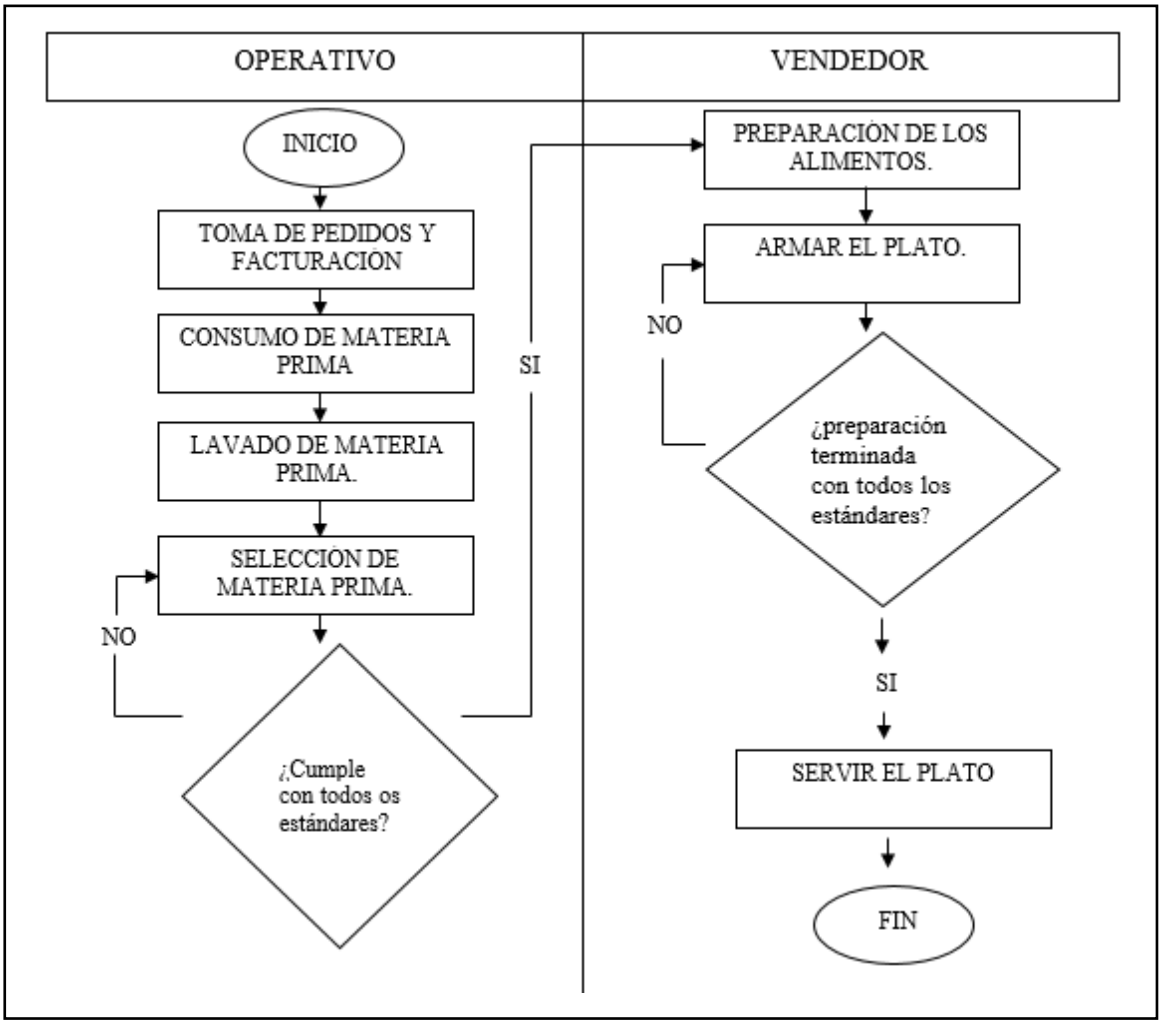
El local de comida saludable "Sanitos y Frescos" se divide en cuatro áreas que son: la cocina, el salón, servicios higiénicos y el área administrativa.

La distribución del local son los siguientes:

- **A.** Entrada al restaurante
- **B.** Área recreativa
- **C.** Multi comedor
- **D.** Barra de servicios
- **E.** Caja
- **F.** Cocina
- **G.** Área de producción
- **H.** Área de cocción
- **I.** Área fría
- **J.** Área de horno
- **K.** Bodega y oficina
- **L.** Baño de damas
- **M.** Baño de caballeros
- **N.** Baño personal

Diagrama De Flujo – Proceso De Preparación

Figura 22: *Flujograma de Producción*



Elaborado por: *Los investigadores*

Filosofía Organizacional

Un servicio al cliente y procurar siempre la mayor calidad de los alimentos que se preparan y sirven tanto en el restaurante como en la entrega a domicilio.

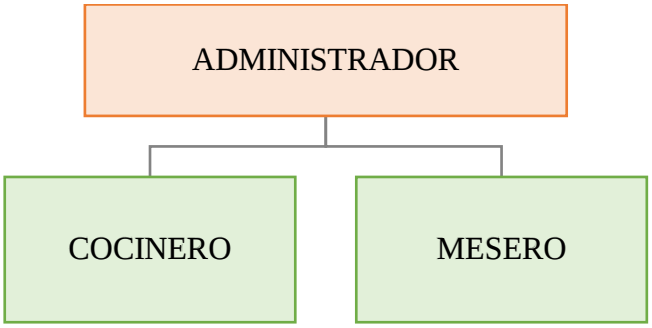
Con el fin de desarrollar esta filosofía, nuestro equipo de trabajo es instruido y capacitado frecuentemente en los siguientes puntos fundamentales:

- **Limpieza:** cada área del restaurante permanecerá impecable en todo momento, interna y externamente. Esto solo se logra con el esfuerzo y trabajo de cada uno de los miembros de nuestro equipo de trabajo.
- **Servicio:** brindar al cliente una atención rápida, oportuna y cortés convirtiéndole esta experiencia en algo único e inolvidable.

- **Calidad:** nuestros productos deben ser de optima cálida, sabor, presentación, temperatura, ningún producto debe servirse al cliente si no cuenta con estos criterios.
- **Preparación:** someterlos a un tratamiento térmico no solo consigue mejorar su cálida gastronómica sino también sus condiciones higiénicas.

Estructura Organizacional De La Empresa

Figura 23: *Estructura Organizacional.*



Elaborado por: *Los investigadores*

Según la Figura 1, se visualiza que el restaurante tiene una estructura vertical, encabezada por el administrador, bajo su direccionamiento están el cocinero y el mesero

Equipo de trabajo

El restaurante ésta conformado por el siguiente personal.

Tabla 31*: Equipo de Trabajo*

Personal Operativo			
Cantidad	**Detalle**	**Sueldo Mensual**	**V.Total ($)**
1	Cocinero	$550,00	$6.600,00
1	Mesero 1	$460,00	$5.520,00
TOTAL		**$1.010,00**	**$12.120,00**

Elaborado por: *Los investigadores*

Ficha De Especificación De Puesto

Tabla 32**:** *Cocinero*

FICHA DE ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO

Título del Puesto:	Cocinero
Departamento:	Operativo
Descripción del Puesto:	Encargado de cocinar platos que deleiten a nuestros clientes por su sabor y servicio oportuno, seguir las instrucciones para cocinar y servir comida bien preparada, debe ser capaz de manejar en la cocina y de varias tareas a la vez.

CRITERIO DE SELECCIÓN

Escolaridad:	**Bachiller. Cursos de Cocina Saludable – Cocinero**
Experiencia profesional:	- Experiencia demostrable como cocinero - Experiencia en el uso de herramientas de corte, utensilios de cocina y bandejas, recipientes para horno - Conocimiento de diversos procedimientos y métodos de cocina (plancha, horno, cocción, etc) - Capacidad de seguir todos los procedimientos sanitaros - Capacidad de trabajar en equipo - Muy buenos dotes de comunicación - Excelente condición física y resistencia
Condiciones de trabajo:	- Beneficios de ley - Área de trabajo totalmente equipada - Horarios establecidos para cumplir sus funciones (8 horas)
Funciones del Puesto:	- Planificar y diseñar menús - Seleccionar y almacenamiento de ingredientes - Coordinación de equipo - Elaboración y presentación de platos
Habilidades del Puesto	- Creatividad e innovación - Conocimientos de técnicas culinarias - Organización y planificación - Limpieza y orden - Resistencia física - Capacidad para trabajar en equipo - Orientación al detalle - Capacidad para trabajar bajo presión

Conocimientos Necesarios:	- Capacidad de Liderazgo. - Apoyo en la gestión administrativa - Comunicación activa.

Elaborado por: *Los investigadores*

Tabla 33: *Mesero*

FICHA DE ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO

Título del Puesto:	Mesero
Departamento:	Mesero
Descripción del Puesto:	La responsabilidad de este puesto incluye poner las mesas, servir las comandas de comida, y retirar los platos y utensilios usados, deberá garantizar que nuestros clientes tengas una experiencia de gran calidad, sirviendo la comida de forma oportuna y precisa.

CRITERIO DE SELECCIÓN

Escolaridad:	**Bachiller**
Experiencia profesional:	- Tomar pedidos - Servir comida en las respectivas mesas - Limpieza de mesas y del local
Condiciones de trabajo:	- Beneficios de ley - Área de trabajo totalmente equipada - Horarios establecidos para cumplir sus funciones (8 horas)
Funciones del Puesto:	- Brindar un servicio de alimentación - Pulir el manejo del salón, vasos y platos - Tomar los pedidos - Limpiar las mesas - Servir el menú
Habilidades del Puesto	- Amabilidad y buen trato - Pulcritud - Buen manejo de tiempos - Excelente memoria - Atención al cliente
Conocimientos Necesarios:	- Capacidad de Liderazgo. - Apoyo en la gestión administrativa - Comunicación activa.

Elaborado por: *Los investigadores*

Capacitaciones Del Equipo De Trabajo

Esta capacitación se va a llevar a cabo mediante una actividad de aprendizaje, lo que incluirá horas prácticas, así como también la parte teórica. Para la parte teórica se hará uso del material de apoyo, talleres, diapositivas, videos. Dentro de nuestro equipo de trabajo se programará semestralmente la realización de capacitaciones al personal, para garantizar un servicio de calidad con conocimientos más sólidos de la preparación de alimentos para que así los clientes se sientan satisfechos con el servicio. Y nuestros colaboradores tengan más conocimiento en cuento a la preparación de cada alimento que se encuentre en auge

Dentro de las actividades para la ejecución de esta propuesta tenemos los temas que fueron elegidos mediante el siguiente cuadro:

Tabla 34*: *Cronograma de Capacitaciones

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR	SEMANAS							
	JULIO				AGOSTO			
	1	2	3	4	5	6	7	8
Manipulación de alimentos.								
Buenas prácticas de manufactura. BPM								
Gastronomía								
Alimentos orgánicos, saludables								
Etiqueta y protocolo.								
Presentación de alimentos								
Servicio al cliente.								

Elaborado por: *Los investigadores*

Capacidad Instalada

Tabla 35: *Capacidad Instalada*

Platos por semana	Clientes por mes	Clientes por año
51	204	2.448
55	220	2.640
55	220	2.640
55	220	2.640
70	280	3.360
70	280	3.360
45	180	2.160

Elaborado por: *Los investigadores*

Para determinar la capacidad instalada se tuvo en cuenta el número de silla dentro de las instalaciones con un total de 20 sillas y un tiempo de funcionamiento del local de 08:00AM a las 22:00PM (840 minutos) y un tiempo de ciclo ya determinado de 60 minutos, el local tiene capacidad en su salón de 144 personas para el transcurso del día.

Para poder determinar la capacidad de productos elaborados en el día, se utilizó los tiempos promedios para elaborar las principales funciones en esta área, dependiendo del menú y la capacidad del equipo utilizado (horno, fogones, calderos, planchas, etc) y la mano de obra (cocinero) persona encargada de la preparación de los alimentos.

Observación: Hora de apertura 08:00 am Hora de cierre 22:00pm

Tiempo de ciclo: 60 minutos y tiempo productivo.

Requerimientos

Una vez determinada la capacidad del local y el diseño para brindar el servicio, terminamos el valor de los costos asociados a la implementación del proyecto de inversión a través de los precios actuales en julio del 2024, los cuales detallaremos a continuación:

Personal Administrativo

Tabla 36: *Mano de Obra Indirecta*

Personal Administrativo			
Cantidad	**Detalle**	**Sueldo Mensual**	**V.Total ($)**
1	Administrativo	$550,00	$6.600,00
TOTAL		**$550,00**	**$6.600,00**

Elaborado por: *Los investigadores*

Tabla 37: *Mano de Obra Directa*

Personal Operativo			
Cantidad	**Detalle**	**Sueldo Mensual**	**V.Total ($)**
1	Cocinero	$500,00	$6.000,00
1	Mesero	$460,00	$5.520,00
TOTAL		**$960,00**	**$11.520,00**

Elaborado por: *Los investigadores*

Equipos, muebles y enseres

A continuación, se describirá el equipo necesario para el emprendimiento describiendo los costos y las unidades de cada una, así podemos cumplir con la capacidad instala y la distribución del área de trabajo.

Tabla 38*: Requerimientos de Equipos*

EQUIPOS			
Cantidad	**Detalle**	**Costo (USD)**	**Costo Total (USD)**
ÁREA OPERATIVA			
1	Cocina Industrial	$720,00	$720,00
1	Refrigerador	$950,00	$950,00
1	Congelador	$400,00	$400,00
1	Juguera	$385,00	$385,00
2	Horno	$345,04	$690,08
3	Licuadora	$95,00	$285,00
1	Procesadora de alimentos	$175,14	$175,14
5	Olla de cocción	$133,19	$665,95
1	Freidora	$156,00	$156,00
1	Celular	$185,00	$185,00
2	Televisor	$645,18	$1.290,36
Subtotal			**$5.902,53**
ÁREA ADMINISTRATIVA			
1	Computador	$985,00	$985,00
Subtotal			**$985,00**
TOTAL			**$6.887,53**

Elaborado por: *Los investigadores*

Tabla 39: *Muebles y Enseres*

Muebles y Enseres			
Cantidad	**Detalle**	**Costo (USD)**	**Costo Total (USD)**
ÁREA OPERATIVA			
6	Juego de mesas de madera	$345,95	$2.075,70
1	Pizarra de tiza	$30,00	$30,00
2	Columpios	$14,00	$28,00
1	Resbaladera	$200,00	$200,00
2	Juegos de mesas de plástico	$35,62	$71,24
2	Piezas de dados	$10,00	$20,00
4	Lámpara de campana	$5,75	$23,00
2	Juguera de tanque	$148,00	$296,00
Subtotal área operativa			**$2.743,94**
ÁREA ADMINISTRATIVA			
1	Escritorio	$90,00	$90,00
1	Sofá	$135,00	$135,00
1	Archivador	$80,00	$80,00
1	Silla ejecutiva	$70,00	$70,00
Subtotal área administrativa			**$375,00**
TOTAL			**$3.118,94**

Elaborado por: *Los investigadores*

Tabla 40: *Suministros y materiales de limpieza*

SUMINISTROS Y MATERIALES DE LIMPIEZA			
Cantidad	**Detalle**	**Costo Unidad (USD)**	**Costo Anual (USD)**
SUMINISTROS OPERATIVOS			
4	Escobas	$1,50	$6,00
50	Limpiones	$0,50	$25,00
6	Basureros	$2,50	$15,00
3	Palas	$2,00	$6,00
5	Trapeador	$3,00	$15,00
10	Desinféctate	$3,50	$35,00
Subtotal			**$102,00**
SUMINISTROS ADMINISTRATIVOS			
6	Galones de jabón líquido	$4,50	$27,00
30	Paquetes de fundas de basura	$0,40	$12,00
1	Basureros	$2,50	$2,50
30	Paquetes de papel higiénico	$12,00	$360,00
20	Toallas de manos	$25,00	$500,00
40	Paquetes de contenedores multi uso	$3,25	$130,00
40	Paquetes de utensilios	$1,50	$60,00
30	Paquetes de servilletas	$0,50	$15,00
20	Vasos de plástico	$0,75	$15,00
Subtotal			**$1.121,50**
TOTAL			**$1.223,50**

Elaborado por: *Los investigadores*

Tabla 41: *Menaje*

Cantidad	**Detalle**	**V. Unitario**	**V. Mensual**	**V. Total**
ÁREA OPERATIVA				
1	Dispensador de agua	$20,00		$20,00
4	Botellón de agua	$3,00	$12,00	$144,00
TOTAL				**$164,00**

Elaborado por: *Los investigadores*

Tabla 42*: Activos referidos*

ACTIVOS DIFERIDOS	
Descripción	**Valor Total**
Permisos Municipales, Salud y Cuerpo de Bomberos	$ 402,80
Adecuaciones	$ 1.000,00
Gastos de constitución	$ 805,60
Garantía de arriendo	$ 1.210,00
Total, Activos Diferidos	**$ 3.418,40**

Elaborado por: *Los investigadores*

Tabla 43: *Servicios básicos*

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Descripción	**Mes**		**Año**
Servicios Básicos	72,92	$	875,04
Arriendo	350,00	$	4.200,00
Total	**422,92**	**$**	**5.075,04**

Elaborado por: Los investigadores

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

ESTUDIO ECONÒMICO Y FINANCIERO

Se ha estimado una inversión total de la misma que se requiere para la puesta en marcha del plan de negocio, la implementación de un local de comida saludable en el Cantón Latacunga - provincia de Cotopaxi. En este cuadro se realizará la propuesta parta el financiamiento de la inversión.

Inversión Inicial

Tabla 44: *Inversión Inicial*

PLAN DE INVERSIÓN	FUENTE Y USOS USD	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
INVERSIÓN (A+B)	**$14.628,34**		
A) INVERSIÓN FIJA	**$11.209,94**		
Equipos de refrigeración	$2.114,70		
Equipos de cocina	$1.621,27		
Muebles y enseres	$3.010,93		
Equipos de computación	$3.242,54		
B) INVERSIÓN DIFERIDA	**$3.418,40**		
Permiso municipal	$402,80		
Adecuaciones	$1.000,00		
Gatos de constitución	$805,60		
Garantía de arriendo	$1.210,00		
CAPITAL DE TRABAJO	**$5.000,00**		
Gastos de Publicidad	$5.000,00	$9.628,34	$10.000,00
TOTAL, INVERSIÓN	**$19.628,34**	**$9.628,34**	**$10.000,00**

Elaborado por: *Los investigadores*

Según el plan de inversión inicial la empresa “Sanitos y Frescos”, requiere de una inversión de $19.628,34 dólares americanos de los cuales $9.628,34 se realizarán con recursos propios de los dueños del emprendimiento y los $10.000,00 dólares americanos restantes se financiarán mediante un préstamo con la banca del Ecuador BanEcuador que nos ofrece las mejores alternativas de pago con una tasa de interés del 9,76% anual, con un plazo de 5 años con un crédito PYMES.

Plan de financiamiento

Financiamiento

PRÉSTAMO BANCARIO	
Monto:	10.000,00
Plazo:	60
Frecuencia:	30
Cuotas:	60
Interés Anual:	9,76%
Pagos por año:	12
Cuota Fija:	166,67

Tabla 45*: Tabla de amortización*

Tabla de Amortización						
	Año 0	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Capital		1.645,82	1.806,45	1.982,76	2.176,28	2.388,68
Interés		976,00	815,37	639,06	445,54	233,14
Pago		2.621,82	2.621,82	2.621,82	2.621,82	2.621,82
Saldo	10.000,00	8.354,18	6.547,73	4.564,96	2.388,68	-

Elaborado por: *Los investigadores*

Se presenta la tabla de amortización del capital de trabajo financiado para el proyecto en simulador BanEcuador tasa de interés de 9,76% para PYMES pequeñas empresas con un plazo de 5 años.

Ingresos proyectados

Según el Banco Central del Ecuador, la tasa de variación anual de los indicadores de crecimiento económico y del IPC es del 1,35% anual. Se esperan ventas para los próximos 5 años, y la previsión se basa en una capacidad instalada de 2448 clientes por año y en el quinto año 2568 clientes.

Tabla 46: *Ingresos Proyectados de venta*

PROYECCIÓN DE VENTAS					
Descripción Ingreso	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Ensalada con Pollo	7.848,68	7.998,47	8.151,11	8.306,67	8.465,19
Ensalada de Pollo con Arándanos	6.671,38	6.798,70	6.928,44	7.060,67	7.231,14
Pescado Sudado al Horno	9.901,73	10.090,69	10.283,26	10.479,51	10.732,53
Fideos de Arroz Salteados con Verduras Estilo Chino	10.215,35	10.410,30	10.608,97	10.811,43	11.072,46
Ensalada de Pasta con Atún	11.535,30	11.755,44	11.979,78	12.208,40	12.441,39
Yogurt con Frutas	9.421,04	9.600,83	9.784,06	9.970,78	10.211,51
Postre de Ensalada de Frutas	6.558,17	6.683,33	6.810,88	6.940,85	7.108,43
Total, Ingresos Anual	**62.151,66**	**63.337,76**	**64.546,50**	**65.778,30**	**67.262,65**

Elaborado por: *Los investigadores*

Estados Financieros

Balance General.

El balance general está constituido por todos los activos y pasivos con los que cuenta la empresa al momento de iniciar. Con un monto de $14.628,34 USD en activos y $ 10.000,00 USD en pasivos y en patrimonio $9.628,34.

Tabla 47: *Balance General*

LOCAL DE COMIDA SALUDABLE "SANITOS Y FRESCOS" BALANCE GENERAL					
ACTIVOS			**PASIVOS**		
Caja-bancos	$	5.000,00	A CORTO PLAZO		
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	**$**	**5.000,00**	A LARGO PLAZO		
Activos Fijos			Préstamos bancarios	$	10.000,00
Equipo de refrigeración	$2.114,70		**TOTAL, PASIVO**	**$**	**10.000,00**
Equipo de cocina	$1.621,27		**PATRIMONIO**		
Muebles y enseres	$3.010,93		Capital Social	$	9.628,34
Equipo de computación	$3.242,54		Utilidad del ejercicio		
Suministros y Materiales de Limpieza	$1.220,50				
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	**$**	**11.209,94**	**TOTAL, PATRIMONIO**	**$**	**9.628,34**
Activos diferidos					
Permiso municipal	$	402,80			
Adecuaciones	$	1.000,00			
Gastos de constitución	$	805,60			
Garantía de arriendo	$	1.210,00			
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	**$**	**3.418,40**			
			TOTAL, PASIVO +		
TOTAL, ACTIVOS	**$**	**19.628,34**	**PATRIMONIO**	**$**	**19.628,34**

Elaborado por: *Los investigadores*

Estado de Resultados.

Se realiza de acuerdo a los ingresos proyectados, costos y gastos estimados se elabora el estado de resultado para los próximos cinco años, observando que el plan de negocios refleja utilidades de acuerdo con los cálculos realizado.

Tabla 48: Estado de resultados

LOCAL DE COMIDA SALUDABLE "SANITOS Y FRESCOS"
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Totales	**$62.151,66**	**$63.337,76**	**$64.546,50**	**$65.778,30**	**$67.262,65**
Materia Prima	$40.096,56	$40.377,23	$40.659,87	$40.944,49	$41.231,10
Mano de Obra Directa	$6.000,00	$6.042,00	$6.084,29	$6.126,88	$6.169,77
Utilidad Bruta	**$16.055,10**	**$16.918,53**	**$17.802,33**	**$18.706,93**	**$19.861,78**
Costos Indirectos de Fabricación	$5.075,04	$5.110,57	$5.146,34	$5.182,36	$5.218,64
Utilidad Operativa	**$10.980,06**	**$11.807,96**	**$12.655,99**	**$13.524,57**	**$14.643,14**
Gastos Mano de Obra Indirecta	$6.600,00	$6.646,20	$6.692,72	$6.739,57	$6.786,75
Gastos Financieros	$976,00	$815,37	$639,06	$445,54	$233,14
Gasto Depreciación Equipo de refrigeración	$200,90	$200,90	$200,90	$200,90	$200,90
Gasto Depreciación Equipo de cocina	$154,02	$154,02	$154,02	$154,02	$154,02
Gasto Depreciación Muebles y enseres	$572,08	$572,08	$572,08	$572,08	$572,08
Gasto Depreciación Equipo de computación	$1.026,80	$1.026,80	$1.026,80	$0,00	$0,00
Gasto Depreciación Suministros de Limpieza	$213,99	$213,99	$213,99	$213,99	$213,99
Gasto Amortización	$683,68	$683,68	$683,68	$683,68	$683,68
Gasto Publicidad	$550,00	$553,85	$557,73	$561,63	$565,56
Utilidad Antes de Impuestos	**$2,59**	**$941,08**	**$1.915,02**	**$3.953,16**	**$5.233,02**
15% de Participación de Trabajadores	$0,39	$141,16	$287,25	$592,97	$784,95
Impuesto a la Renta 25%	$0,55	$199,98	$406,94	$840,05	$1.112,02
Utilidad Neta	**$1,65**	**$599,94**	**$1.220,82**	**$2.520,14**	**$3.336,05**

Elaborado por: *Los investigadores*

Balance General Proyectado.

El balance general proyectado a 5 años se realizó con el 1.5% de inflación de la industria alimenticia.

Tabla 49 *Balance General Proyectado*

LOCAL DE COMIDA SALUDABLE "SANITOS Y FRESCOS" BALANCE GENERAL PROYECTADO						
Descripción	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
ACTIVO						
CORRIENTE						
Caja	5.000,00	6.207,30	7.852,26	9.941,79	12.110,31	14.882,34
NO CORRIENTE						
Equipo de refrigeración	2.114,70	2.114,70	2.114,70	2.114,70	2.114,70	2.114,70
Equipo de cocina	1.621,27	1.621,27	1.621,27	1.621,27	1.621,27	1.621,27
Muebles y enseres	3.010,93	3.010,93	3.010,93	3.010,93	3.010,93	3.010,93
Equipo de computación	3.242,54	3.242,54	3.242,54	3.242,54	3.242,54	3.242,54
Suministros y Materiales de Limpieza	1.220,50	1.220,50	1.220,50	1.220,50	1.220,50	1.220,50
Depreciación Equipo de refrigeración	-	-200,90	-401,79	-602,69	-803,59	-1.004,48
Depreciación Equipo de cocina	-	-154,02	-308,04	-462,06	-616,08	-770,10
Depreciación Muebles y enseres	-	-572,08	-1.144,15	-1.716,23	-2.288,31	-2.860,38
Depreciación Equipo de computación	-	-1.026,80	-2.053,61	-3.080,41	-3.080,41	-3.080,41
Depreciación Suministros y Materiales de Limpieza		-213,99	-427,98	-641,97	-855,96	-1.069,95
DIFERIDOS						
Activos Diferidos	3.418,40	3.418,40	3.418,40	3.418,40	3.418,40	3.418,40
(-) Amortización Acumulada	-	-683,68	-1.367,36	-2.051,04	-2.734,72	-3.418,40
TOTAL, ACTIVO	**19.628,34**	**17.984,17**	**16.777,66**	**16.015,72**	**16.359,58**	**17.306,94**
PASIVO						
NO CORRIENTE						
Préstamo Bancario	10.000,00	8.354,18	6.547,73	4.564,96	2.388,68	-
PATRIMONIO						
Capital Aportado	9.628,34	9.628,34	9.628,34	9.628,34	9.628,34	9.628,34
Utilidad del Ejercicio		1,65	599,94	1.220,82	2.520,14	3.336,05
Utilidad de Ejercicios Anteriores			1,65	601,59	1.822,41	4.342,55

TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	**19.628,34**	**17.984,17**	**16.777,66**	**16.015,72**	**16.359,58**	**17.306,94**

Elaborado por: *Los investigadores*

Flujo de Efectivo.

Con la ayuda de este estado mediante una proyección se determinó entrada y salida de efectivo durante los cinco años, con la finalidad de determinar los flujos anuales que permitan la evaluación de factibilidad del emprendimiento.

Tabla 50: *Flujo de efectivo "Sanitos y Frescos"*

LOCAL DE COMIDA SALUDABLE "SANITOS Y FRESCOS" ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL PROYECTADO						
Descripción	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Saldo Inicial de Efectivo	$5.000,00	$5.000,00	$6.207,30	$7.852,26	$9.941,79	$12.110,31
INGRESOS						
Ventas Totales		$62.151,66	$63.337,76	$64.546,50	$65.778,30	$67.262,65
EGRESOS						
Materia Prima		$40.096,56	$40.377,23	$40.659,87	$40.944,49	$41.231,10
Mano de Obra Directa		$6.000,00	$6.042,00	$6.084,29	$6.126,88	$6.169,77
Costos Indirectos de Fabricación		$5.075,04	$5.110,57	$5.146,34	$5.182,36	$5.218,64
Gastos Administrativos		$6.600,00	$6.646,20	$6.692,72	$6.739,57	$6.786,75
Gastos Financieros		$976,00	$815,37	$639,06	$445,54	$233,14
15% de Participación de Trabajadores		$0,39	$141,16	$287,25	$592,97	$784,95
Impuesto a la Renta 25%		$0,55	$199,98	$406,94	$840,05	$1.112,02
Amortización de Préstamo		$1.645,82	$1.806,45	$1.982,76	$2.176,28	$2.388,68
Gastos Publicidad		$550,00	$553,85	$557,73	$561,63	$565,56
SALDO FINAL DE EFECTIVO	**$5.000,00**	**$6.207,30**	**$7.852,26**	**$9.941,79**	**$12.110,31**	**$14.882,34**

Elaborado por: Los investigadores.

Evaluación Financiera.

Tabla 51: *Indicadores Financieros*

Concepto		Flujo Neto		Flujo Neto Actualizado
Inversión	$	-5.000,00	$	-
Flujo de Efectivo 1	$	1.207,30	$	1.207,30
Flujo de Efectivo 2	$	1.644,95	$	2.852,26
Flujo de Efectivo 3	$	2.089,53	$	4.941,79
Flujo de Efectivo 4	$	2.168,52	$	7.110,31
Flujo de Efectivo 5	$	2.772,03	$	9.882,34
TMAR		11,57%		
VAN		$1.911,10		
TIR		24,02%		
Costo Beneficio		1,98		
Peri.Recupe		3,03		

Elaborado por: *Nataly Acurio, Jimmy Chimbo*

Costo de oportunidad TMAR

Para determinar la Tasa mínima Aceptable de Rendimiento se aplicó la formula

TMAR = Inflación + Premio al Riesgos

TMAR = 1,57% + 10,00%

TMAR = 11,57%

La tasa de inflación anual es de 1,57% al 1 de mayo del 2024. Según el estudio de (Global Entrepreneurship Monitor, 2024), el premio al riesgo en Ecuador para emprendedores por oportunidad y emprendedores por necesidad, así como la relación entre la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) por oportunidad y por necesidad, y la relación entre TEA hombre/mujer, es del 10,00%. La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) para el proyecto es del 11,57%.

Valor actual neto (VAN).

$$\boldsymbol{VAN = 0 = -Inversión\ Inicial + \frac{FNE_1}{(1+\mathrm{i})^1} + \frac{FNE_2}{(1+\mathrm{i})^2} + \frac{FNE_3}{(1+\mathrm{i})^3} + \cdots + \frac{FNE_\mathrm{n}}{(1+\mathrm{i})^\mathrm{n}}}$$

VAN1=	-5.000,00	+	1.207,30	1.644,95	2.089,53	2.168,52	2.772,03
			1,12	1,25	1,39	1,56	1,74

VAN = $1.911,10

TIR

$$TIR_{aprox} = \left(\frac{\Sigma_{ingresos}}{\Sigma_{egresos}} - 1\right) \div n$$

$$TIR = \frac{651.675,87}{515.318,28}$$

TIR= 24.02%

El local e comida saludable “Sanitos y Frescos”, presenta una tasa interna de retorno del 24.02% durante 5 años de vida útil, está por encima de la tasa mínima aceptable, lo que representa como factible para los inversionista con un margen de ganancia y rentabilidad favorable para el emprendimiento.

Periodo Interno de recuperación (PIR).

$$PIR = A + \left(\frac{b - C}{d}\right)$$

$$PIR = A + \frac{b - c}{D}$$

$$PIR = 2 + \frac{2.147,74}{2.089,53}$$

PIR= **3,03**

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto de emprendimiento del local de comida saludable es de 3 años 12 meses.

Costo Beneficio.

$$\text{Relación B/C} = \frac{\text{Valor presente de los ingresos}}{\text{Valor presente de los costos}}$$

$$\text{Relación (B/C)} = \frac{\$ \quad 9.882{,}34}{\$ \quad 5.000{,}00}$$

$$\text{Relación (B/C)} = 1{,}98$$

El costo beneficio debe ser mayor que uno para que se apruebe, este caso es de $ 1,98 es decir que por cada dólar invertido se espera recibir $ 0,98 centavos de ganancia, entonces puedo ver que el proyecto se aprueba considerando según el plan de negocio viable financieramente para su ejecución.

CONCLUSIONES

- Podemos llagar a concluir que las revisiones de fundamentos teóricos nos proporcionan información relevante, clara y concisa que nos ayudó a tomar decisiones oportunas para poder mejorar los procesos de producción para la creación de un plan de negocios de una manera más efectiva.
- Una vez realizado el estudio de mercado en el cantón Latacunga en el sector urbano con una segmentación meta de 55581 personas y con una proyección para el año 2024, se llegó a concluir que después de realizar una muestra de mercado de 385 personas, se realizó la tabulación de resultados obtenido así un 93.1% de aceptación en el mercado, esto nos dice que el proyecto es rentable.
- En cuanto al estudio técnico se analizó al detalle la localización del negocio, dando como resultado que sería optimo comenzar en un sector transitado y comercial, en la Av. Unidad Nacional y Gabriel Mistral, además se analizó los recursos requeridos y la capacidad instalada para determinar las limitaciones que se tendría en cuanto al aspecto técnico.
- Con los estudios económicos y financieros puede tener una idea más clara sobre la situación económica que presentaría la idea de negocio la misma que representa resultados aleatorios en cada uno de los estados financieros, así como también mediante los indicadores financieros como el TMAR de 11,73 y una tasa de interés de retorno del 24.02% que significa que este proyecto es factible para poder implementar, porque el TIR es mayor que el TMAR que es lo ideal.
- Tenemos el calculó de costo beneficio que es de $1,98 es decir que por cada dólar invertido se obtendrá $0.98 centavos de ganancia, tomando en consideración cada uno de los indicadores se puede garantizar que el proyecto de inversión es viable económicamente para poder efectivizarlo.

Bibliografía

(INEC) EL NUEVO ECUADOR . (Febrero de 2024). *Boletín de cifras del SECTOR PRODUCTIVO FEBRERO 2024.* Obtenido de Ministerio de Producción Comercio Exterior, Inversiones y Pesca: https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2024/02/VFBoletinProduccion_FEBRERO2024.pdf

Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing* . Mexico: ISBN: 978-607-32-1722-4 administración y económia .

BCE . (2024). Boletín técnico. *INEC*.

CONICIT. (18 de Junio de 2018). *Alimentación de baja calidad en América Latina.* Obtenido de guías alimentarias: http://www.conicit.go.cr/prensa/boletincyt/boletines_cyt/Boletin_187/Scidevnet-2.aspx

Coronado Meneses, M. (2020). Estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados. *Estado de resultados* , 12.

Cosio Hurtado, J. (2011). *Los proyectos y los planes de negocios.* Bolivia: ISSN: 1994-3733.

Duarte , M. (diciembre de 2009). *Emprendimiento una opción para el desarrollo* . Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf

ENSANUT. (2018). *Encuenta Nacional de Salud y Nutrición - Ensanut.* Obtenido de Ficha de la encuesta: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/ENSANUT_2018/Principales%20resultados%20ENSANUT_2018.pdf

Fernández Ríos , M. (1995). Análisis y descripción de puesto de ytrabajo. *Análisis de puestos de trabajo*, 57. Obtenido de Análisis de puesto de trabajo.

Formichella, M. (enero de 2004). *Emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local.* Obtenido de Ministerio de asuntos agrarios y producción Buenos Aires: http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf

Gallegos, C., & Hernández Víctor. (Julio de 2013). *Información financiera y los estados financieros.* Obtenido de Información financiera: https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/12899/CP2013%20G363c.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García Porquette, W., Caviglia, J., & Jerouchalmi, I. (2003). *Manual para la preparación de pryectos de inversión y evaluación* . Uruguay.

Global Entrepreneurship Monitor. (2024). *EL ESTUDIO MÁS IMPORTANTE DEL MUNDO SOBRE EL ESPÍRITU EMPRESARIAL DESDE 1999.*

Hernandez , & Col. (2006). *Tipo de Investigación* . Obtenido de Marco Metodológico: https://virtual.urbe.edu/tesispub/0095948/cap03.pdf

Herrera , J. (2024). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Plan de negocio*, 30.

Herrera , W. (27 de enero de 2003). *La Población Segundo elemento constitutivo.* Obtenido de NOCIONES GENERALES: file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-LaPoblacionSegundoElementoConstitutivoDelEstadoCol-2348030.pdf

INEC. (2022). *INEC.* Obtenido de Perfil Territorial Nacional : https://censoecuador.ecudatanalytics.com/

Inlago Sánchez, D., & Torres Merlo, O. (2020). Modolo de negocios para la creación de un Fast Food saludable. *Administración de empresas y negocios* , 15.

Jamaica Gonzales , F. (2015). LOS BENEFICIOS DE LA CAPACITACION Y EL DESARROLLO DEL PERSONAL DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS. *Capacitación en las organizaciones*, 4.

Morales , F. (2011|). *XV Congreso internacional de ingeniería de proyectos* . Madrid.

Nacional Financiera Banca de Desarrolllo . (s.f.). *Fundamentos de negocio Finanzas.* Obtenido de El tiempo de recuperación de la inversión : https://www.nafin.com/portalnf/files/secciones/capacitacion_asitencia/pdf/Fundamentos%20de%20negocio/Finanzas/finanzas3_5.pdf

Núñez Jiménez, E. (1997). *Estudio de Mercado* . Obtenido de Instituto Nacional de Administración Pública : https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1430/8.pdf

Organiazación Mundial de la Salud . (2022). *Obesidad y sobrepeso.* Obtenido de Datos sobre el sobrepeso y la obesidad: https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight

POSSO MONTALVO, A., MIELES FABRA, M., & ZUÑIGA OTERO, G. (2004). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA.* Obtenido de https://repository.unad.edu.co/jspui/bitstream/10596/20256/1/amposso.pdf

Raeburm, A. (9 de 2 de 2024). *Diagrama de flujo de trabajo*. Obtenido de Qué es y cómo hacerlo : https://asana.com/es/resources/workflow-diagram

Render, B., & Heizer, J. (15 de Febrero de 2009). *Principios de ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES.* Recuperado el 17 de Julio de 2024, de https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/47cb70cab6ec78aa65b34e6c70ce8822.pdf

Sapag , N., Sapag, R., & Sapag, J. (2014). *Preparación y evaluación de Proyectos* . Mexico: ISBN 978-607-15-1144-7.

Scielo. (14 de 02 de 2024). *Estructura Organizacional* . Obtenido de Artículo Original : http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2665-01692023000400073

Toro Suarez, L. (5 de 2015). *LA IMPORTANCIA DEL TRABAJO EN EQUIPO.* Obtenido de https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13939/LUZ%20YOLANDA%20TORO%20SUAREZ%20TRABAJO%20FINAL.pdf?sequence=2

Toscano Hernandez , R., & Rosero Ortiz, T. (2019). *Introducción a la Económia.* Ecuador : © Ediciones Grupo Compás 2019.

Vargas , R. (2007). Estado de flujo de efectivo. *Origen del estado*.

Weinberger Villarán , K. (junio de 2009). *Herramientas para evaluar la viabilidad de un negocio.* Obtenido de Plan de negocios: https://www.nathaninc.com/wp-content/uploads/2017/10/LIBRO-PLAN-DE-NEGOCIOS-2.pdf