



FACULTAD DE GASTRONOMÍA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE  
FABRIQUE PAPILLAS PARA BEBÉS NUTRITIVAS EN LA CIUDAD DE  
QUITO SECTOR CENTRO NORTE, BARRIO EL BATÁN

AUTOR

María Teresa Novoa Padilla

AÑO

2018



FACULTAD DE GASTRONOMÍA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE  
FABRIQUE PAPILLAS PARA BEBÉS NUTRITIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO  
SECTOR CENTRO NORTE, BARRIO EL BATÁN

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar por el título de Licenciado en Gastronomía

Profesor guía

Doris Cristina González Villarreal

Autor

María Teresa Novoa Padilla

AÑO

2018

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido el trabajo, Plan de negocios para la creación de una empresa que fabrique papillas para bebés nutritivas en la ciudad de Quito sector centro norte, barrio el Batán, a través de reuniones periódicas con el estudiante María Teresa Novoa Padilla en el periodo 2018-2, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

---

Doris Cristina González Villarreal

CI 1400439053

## DECLARACIÓN DE PROFESOR CORRECTOR

"Declaro haber revisado este trabajo, Plan de negocios para la creación de una empresa que fabrique comida para bebés, en la ciudad de Quito barrio el Batán, del estudiante María Teresa Novoa Padilla, en el periodo 2018-2, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

---

Sebastián Daniel Barros Calo

CI 1712547346

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

---

María Teresa Novoa Padilla

CI 1721402814

## **AGRADECIMIENTO**

Hija a hora es tu turno de graduarte estas fueron las palabras de mí madre al mostrarle el avance de mi proyecto de titulación. Mi más profundo agradecimiento a mis padres, por apoyarme y darme, en definitiva, la fortaleza necesaria para salir adelante. A mis abuelitos y hermano por compartir conmigo experiencias al momento de realizar mis experimentos. También a Nicole Pazmiño que me apoyado de muchas maneras.

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de titulación está dedicado a todas esas personas que me han acompañado en mi viaje universitario, y que han compartido conmigo buenas y malas experiencias, ya que gracias a ellas estoy donde me encuentro ahora. Con más detalle tributo este trabajo a mi madre Soraya Padilla, a mi padre Francisco Novoa, a mi hermano Francisco Novoa, a mis abuelos maternos Rufina López y Ángel Padilla y abuelos paternos Julio Novoa y Genoveva Espinel. También se lo ofrezco a una persona muy especial, que me ha enseñado a valorar cada momento de la vida, sin importar los obstáculos que se atravesaron en el camino. Dicha persona, me ha permitido siempre ver el lado positivo de las cosas, dándome pautas para que me valore como persona desde cualquier ámbito social, ya sea este en un puesto como empleada, jefa o simplemente desde el lado humano. Te dedico un logro más en mi vida a ti, Nicole Pazmiño.

## **RESUMEN**

El presente trabajo se orientó a la elaboración de un plan de negocios que permita observar las condiciones del mercado de papillas para bebés con la finalidad de facilitar la creación de una empresa que esté ubicada en la ciudad de Quito, sector El Batán. El objetivo de la compañía es la fabricación de comestibles para infantes con ingredientes propios de la región Sierra. Los ingredientes principales de este proyecto son la quinua y el amaranto. El producto está dirigido a niños entre los 8 a 14 meses de edad. El puré está diseñado con el objeto de cubrir las necesidades nutricionales del público objetivo.

Dentro de los métodos utilizados se realizó un análisis del entorno, el mismo que se ejecutó por medio de la técnica PESTEL, dicha herramienta consiste en describir el entorno externo examinando factores políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos, ecológicos y legales.

Para el estudio de competencias se utilizó el modelo estratégico de Fuerzas de Porter, el mismo que consintió comprender las fuerzas de competencia a nivel vertical y horizontal, a través de la percepción de amenazas de productos sustitutos, nuevos entrantes o competidores en la industria, rivalidad entre competidores, poder de negociación de los proveedores y dominio de negociación de los clientes.

El resultado de las investigaciones permitió determinar la prudencia de los ingredientes utilizados para las papillas de bebé, la capacidad del mercado, misma que ubicó a tres empresas como principales competidores. Además, permitió visualizar oportunidades de rentabilidad a un plazo aproximado de cinco años, lo que hace a este proyecto viable.



## **ABSTRACT.**

The present work was oriented to the elaboration of a business plan that allows to observe the conditions of the market of porridge for babies in order to facilitate the creation of a company that is located in the city of Quito, Sector El Batan.

The company's objective is the manufacture of foodstuffs for infants with ingredients typical of the Sierra region. The main ingredients of this company are quinoa and amaranth.

The product is intended for children between the ages of 8 and 14 months of age. The purée is designed in order to meet the nutritional needs of our buyers. Within the methods used, an analysis of the environment was carried out; the same one that was executed by means of the pest technique, this tool is to describe the external environment examining political, economic, socio-cultural, technological factors, Ecological and legal.

For the study of competencies, the strategic model of Porter's forces was used, the same one that consented to understand the forces of competition at vertical and horizontal level, through the perception of threats of substitute products, new starters or Competitors in the industry, rivalry between competitors, negotiating power of suppliers and negotiating domain of customers.

The result of the investigations allowed to determine the prudence of the ingredients used for the porridges, the capacity of the market, which located three companies as main competitors. It also made it possible to view profitability opportunities for a period of approximately five years. What makes this project viable.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
JUSTIFICACIÓN .....	3
OBJETIVOS.....	4
MARCO TEÓRICO .....	5
CAPÍTULO I.....	8
1.1 ESTUDIO DEL MERCADO .....	8
1.1.1 Factor político. ....	8
1.1.2 Factor Legislativo.....	9
1.1.3 Factor Económico.....	10
1.1.4 Factor Social.....	11
1.1.5 Patrón de consumo.....	12
1.1.6 Factor Tecnológico. ....	12
1.1.7 Factor Ecológico .....	13
1.2 Fuerzas De Porter.....	14
1.2.1 Curva de experiencia.....	14
1.2.2 Requisitos de capital.....	17
1.2.3 Economía de Escala.....	18
1.2.4 Proveedores. ....	18
1.2.5 Clientes.....	18
1.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	19

1.3.1 Objetivo de la investigación de mercado .....	19
1.3.1 Delimitación del mercado.....	19
1.3.2 Población y muestra .....	19
1.3.3 Técnicas de recolección de información. ....	20
1.3.4 Resultados de la herramienta investigativa .....	22
1.3.5 Proyección de la demanda. ....	32

## **CAPITULO II .....**

### **2.1. ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....**

2.1.1 Modelo de negocio.....	34
2.1.2 Su origen y distribución.....	35

### **2.2 FODA.....**

### **2.3 Formalización de negocio .....**

2.3.1 Misión .....	37
2.3.2 Visión.....	37
2.3.3 Valores.....	38
2.3.4 Objetivo estratégicos del negocio. ....	38
2.3.5 Estructura Organizacional – Organigrama.....	38
2.3.6 Funciones específicas por puesto.....	38
2.3.7 Contratación de personal y proyección de costos .....	39
2.3.8 Estructura legal de negocio .....	40

### **2.4. Plan de ventas.....**

2.4.1.- Estrategia de precios .....	40
2.4.2 Estrategia para producto.....	41

2.4.3 Estrategia para plaza .....	43
2.4.4 Estrategia para promociones .....	44
<b>CAPITULO III</b> .....	<b>45</b>
3.1 Tamaño .....	45
3.1.1 Análisis de la capacidad instalada .....	45
3.2 Localización .....	46
3.2.1 Análisis de la localización.....	46
3.2.2 Ingeniería del proyecto.....	47
3.2.3 Recetas estándar .....	47
3.2.4 Diagramas de procesos de producción / venta .....	49
3.3 Características tecnológicas .....	52
3.3.1 Selección de maquinaria, equipos y software .....	52
<b>CAPITULO IV</b> .....	<b>55</b>
4.1 Inversión inicial.....	55
4.2 Proyección de BG .....	56
4.3 Proyección de PyG.....	56
4.5 Indicadores Financieros.....	61
<b>CAPITULO V</b> .....	<b>64</b>
5.1 Conclusiones .....	64
5.2 Recomendaciones.....	64

Referencias ..... 63

ANEXOS.....67

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla No. 1</b> .....	15
<b>Tabla No. 2</b> .....	17
<b>Tabla No. 3</b> .....	36
<b>Tabla No. 4</b> .....	39
<b>Tabla No. 5</b> .....	52
<b>Tabla No. 6</b> .....	55
<b>Tabla No. 7</b> .....	56
<b>Tabla No. 8</b> .....	56
<b>Tabla No. 9</b> .....	57
<b>Tabla No. 10</b> .....	58
<b>Tabla No. 11</b> .....	59
<b>Tabla No. 12</b> .....	60
<b>Tabla No. 13</b> .....	61

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> .....	22
<i>Figura 2</i> .....	23
<i>Figura 3</i> .....	23
<i>Figura 4</i> .....	24
<i>Figura 5</i> .....	25
<i>Figura 6</i> .....	26
<i>Figura 7</i> .....	27
<i>Figura 8</i> .....	28
<i>Figura 9</i> .....	29
<i>Figura 10</i> .....	30
<i>Figura 11</i> .....	31
<i>Figura 12</i> .....	38
<i>Figura 13</i> .....	41
<i>Figura 14</i> .....	41
<i>Figura 15</i> .....	42
<i>Figura 16</i> .....	43
<i>Figura 17</i> .....	45
<i>Figura 18</i> .....	46
<i>Figura 19</i> .....	47
<i>Figura 20</i> .....	47
<i>Figura 21</i> .....	48
<i>Figura 22</i> .....	48
<i>Figura 23</i> .....	49
<i>Figura 24</i> .....	49
<i>Figura 25</i> .....	50

## TABLA DE ECUACIONES

<i>Ecuación 1</i> .....	61
<i>Ecuación 2</i> .....	62
<i>Ecuación 3</i> .....	62
<i>Ecuación 4</i> .....	62
<i>Ecuación 5</i> .....	63



## Introducción

Las empresas que comercializan papillas para bebés en Ecuador son las marcas GERBERD (EEUU), Nestlé (Costa Rica), San Jorge, Nutrimoster y Quinoa KIIDS, estas son las más reconocidas del mercado. Los valores de comercialización de las papillas de dichas empresas son: de \$1.00 a \$3.00 dólares promedio por frasco de 4 onzas, este precio varía conforme la marca, ingredientes y tamaño del envase.

La oferta actual del mercado, en la ciudad de Quito, respecto a productos para bebés es limitada. Actualmente, en los datos de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), C1079.21, se registran 20 empresas que distribuyen comida para bebés. En el 2015, el registro de ventas de empresas ecuatorianas mostró que solo 4 firmas lograron vender su producto, estipulando que para el siguiente informe la cifra bajará a 2 compañías. (Superintendencia de Compañías del Ecuador, 2017).

En el Ecuador existen 3 482 nacimientos por mes, esto representa a un 1.89% de cada 1000 habitantes; en la investigación realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el 2017 se informa, que las personas en la actualidad prefieren realizar actividades en exteriores como; salir de paseo, no comer en su hogar, entre otras. Esto hace que los padres opten por alimentos de fácil acceso y con comodidad de transporte. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014).

Las actuales empresas que se dedican a la fabricación de papilla no poseen en el mercado productos elaborados con materia prima de la región Sierra, los mismos que surgen fácilmente en el suelo de los Andes. Estos productos son el amaranto y la quinua. Otros datos determinados por el Distrito Metropolitano de Quito, y más específicamente por la Superintendencia de Compañías (SIC), demuestran que no existen numerosas empresas que se dediquen a la elaboración de productos para bebés, y que a la vez utilicen como materia

prima elementos propios de la región interandina. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2017).

En estas estadísticas pudimos observar que, según la Corporación GPF (Grupo Fybeca) y la Alianza de Emprendimiento e Innovación (AEI) por lo general las empresas buscan personas o compañías que se dediquen a fabricar y comercializar el producto de papilla para bebés, por lo que es necesario la variedad de marcas y sabores debido al déficit de estos productos y a la exigencia de variedad por parte del mercado.

“Por otro lado, estas organizaciones realizan sorteos o competencias con el objetivo de que instituciones más pequeñas participen y procuren ganar para comenzar a comercializar sus productos en grandes farmacias como: Fybeca o Sana Sana”. (Fybeca, 2017)

“Solo existe dos marcas de papillas para bebés que realicen con sabores de sal, que son NutriMonster y Gerber”. (Fybeca, 2017)

**Justificación.**

Este proyecto parte de la creación de un plan de negocios para el desarrollo de una empresa que fabrique comestibles para bebés, misma que estará ubicada en la ciudad de Quito. Esta compañía se encamina a la comercialización de papillas con sabores de amaranto y quinua, estos son ingredientes de la región Sierra del Ecuador.

El trabajo parte de la necesidad de diversificar productos alimenticios para infantes a través de la inclusión de materia prima que sea agradable para el consumidor y cercana a nivel demográfico, lo que permitirá ayudar a pequeños productores locales en su economía.

El crear una nueva marca que realice puré para bebés, con ingredientes de la región Sierra en el Ecuador, dará una opción más a los padres al momento de elegir que alimentos darles a sus hijos. Permitiendo una variedad sabores ligada a lo cultural desde la sensación familiar.

Estos productos estarán dirigidos a un mercado que rodea los 8 a 14 meses. El puré estará diseñado con el objeto de mejorar la calidad de vida de los bebés, brindando todo el poder nutricional necesario con características organolépticas atractivas para el infante.

Por lo tanto, se intentará satisfacer la necesidad del mercado creando una nueva empresa que realice papillas de bebés alternativas; con alto poder nutricional, ya que la quinua es considerada un alimento Superfood, nos referimos a la quinua como superfood ya que se encuentra en la clasificación de pseudo-cereal, es decir, además de ser alto en grasa, poseer 8 aminoácidos esenciales, no contiene gluten e incluye fibra (Yovera, 2013).

Por otro lado, el amaranto posee las mismas características que la quinua aparte de otras particularidades como; alta cantidad de proteínas, omega 3 y 6, Zin, hierro, calcio, k vitamina B, A y E, por lo que también es un alimento SUPERFOOD". (CNN-Chile, 2016).

**Objetivo general.**

Diseñar un plan de negocios que permita la creación de una empresa que fabrique papillas para bebés con productos locales. Dicha empresa se ubicará en el barrio El Batán, sector centro norte de la ciudad de Quito.

**Objetivos específicos.**

- Fundamentar teóricamente la creación de una empresa que se dedique a la elaboración de comida para bebés.
- Realizar un estudio de mercado sobre el grado de aceptación y consumo de papillas para bebés con los productos de la región.
- Elaborar el análisis organizacional de una empresa que se dedique a la elaboración de comida para bebés.
- Realizar el estudio técnico para determinar las características de los productos a vender.
- Elaborar un estudio financiero para la empresa que crea papillas de bebés nutritivas en la ciudad de Quito en el sector centro norte, barrio El Batán.

## Marco Teórico

### La primera empresa

La creación de empresas que se dediquen al cuidado alimenticio de infantes comienza con el empresario Henri Nestlé en 1907. Quien al darse cuenta de que en Europa existía una amplia mortalidad de infantes, donde 3 de cada 4 niños morían gracias a una mala alimentación y déficit de nutrientes, empezó a realizar miles de pruebas para lograr fórmulas y procesos que desencadenen en productos comestibles y sanos. Gracias a eso realizó la primera mezcla compuesta de leche, azúcar y harina de trigo, esta combinación se llamó harina lacteada.

“Al paso de muchos años, por la década de los 80, se lanza al mercado la primera papilla a base de cereales sin gluten”. (Nestlé, 2017)

Otra empresa que marco mucho la diferencia y es reconocida a nivel mundial es la marca GERBERD. Su historia, según el sitio web Vida Digital, (2014), comienza en el año 1928, con la compañía de producción de “Fremont Canning Company”. Aunque Daniel Gerberd afirma que empezó en el año 1927, donde Dorothy Gerber intento realizar coladas para su hija de siete meses llamada Sally. Entonces la señora Gerberd decidió comentarle a su esposo el poder replicar todas las recetas y procesos de coladas y llevarlos a su fábrica Fremont Canning Company donde estaban enlatando frutas y vegetales.

Con el paso del tiempo y la producción la familia Gerberd hizo de su hija, la cara de este producto. Tiempo más tarde, los trabajadores empezaron a consumir este producto y pedir muestras para dárselas a sus hijos. En 1928 ya estaba listo el producto para la comercialización en el mercado nacional de los Estados Unidos.

Después de todos los años recorridos la familia Gerberd tiene más de 190 productos comercializados en más de 80 países siempre dedicados a la salud de los bebés. Como dato curioso, Gerberd en 1994 se unió a Sandoz Ltd, formando parte de Nestlé, empresa pionera en alimentación de infantes. (Youtube, 2011)

### **Los primeros ingredientes**

Los ingredientes utilizados para alimentar a los bebés, antes del periodo de industrialización, eran frutas y granos molidos de manera artesanal.

Las selecciones de estos alimentos dependían de las temporadas de cosecha y se realizaban en ocasiones especiales. Me refiero a las temporadas, gracias a la antigua creencia de dar granos para que una persona se encuentre en excelente estado físico o pueda soportar el frío y crecer con fuerzas. Las papillas más comunes eran las realizadas con frutas como: plátanos, manzanas, peras, sandía, papaya y cualquier otra que el individuo pudiera encontrar.

A nivel mundial, siguiendo las costumbres y preferencias del consumidor, la mayoría de las empresas actualmente fabrican papillas con frutas, ya que son más sencillas de dar un sabor agradable.

Las selecciones de frutas para la elaboración de estos productos son surtidas y muy llamativas. Se busca un punto neutro entre sabores, como por ejemplo plátano con naranja, el plátano nos ayuda en la obtención de la azúcar necesaria y la naranja a la acidez. (BBC Mundo, 2007).

### **Técnicas que usaban las personas en la fabricación de compotas.**

La forma más primitiva de hacer papillas era: “La madre anteriormente para poder alimentar a su hijo, tenía la necesidad de masticar cualquier tipo de alimento que ella fuera a ingerir para podérselo dar en forma de un puré”. (BBC Mundo, 2007). Este método aún es utilizado en algunas comunidades y es reproducido como técnica ancestral.

### **Primeras empresas que se originaron en América Latina**

Una de las empresas más antiguas en Latinoamérica es Alpina. Empresa colombiana y familiar que empezó en el año 1945. Su inicio se da con la fabricación de quesos suizos, Goggel y Banzinger. Cinco años después, pide un préstamo y puede crear su primera planta industrial para realizar derivados de yogurt y kumis.

En 1975 decide vincularse con la Compañía, Un Nuevo Grupo de Accionistas colombianos. Al final de los años 70 se perfecciona la organización de la empresa. Empieza su comercialización en Venezuela y Ecuador en el año 1995, junto con esto empieza la producción y lanzamiento de comida para bebés que se realizaba en la planta de Chinchona y refrescos, en Caloto.

“En el 2000 obtuvo la mejor certificación de ISO 9001, otorgada por el ICNT”.

( Instituto Colombiano de Normas Técnicas, 2016).

La empresa Ordesa ofrece una amplia gama de productos nutricionales para niños y adultos, esta es una empresa que posee como lema: “Optamos fuertemente por la investigación, el esfuerzo y la dedicación”. (Ordesa, 2015).

Además, posee programas de responsabilidad social; uno de ellos es: proyectos para la mejora de la calidad de vida de la infancia. Este se realiza a través de ayudas económicas y donación de alimentos a familias sin recursos o afectadas por el subdesarrollo económico, dos, campañas de educación nutricional entre las empleadas que van a ser madres. Por último, tienen políticas de apoyo a las empleadas que son madres, estas poseen facilidades en consideración de bajas maternal y del periodo de lactancia.

Posee tres marcas: BLEMIL, BLEVIT Y DONNA PLUS.

## **CAPÍTULO I**

### **1.1 ESTUDIO DEL MERCADO**

Para realizar el análisis del entorno se usará como herramienta el PESTEL.

#### **1.1.1 FACTOR POLÍTICO.**

A continuación, se analizarán los datos de aranceles importación en Ecuador, para preparaciones alimenticias diversas según la página, Estadísticas del Comercio para el Desarrollo Internacional de las Empresas (Trade Map). Con la investigación de aranceles de importación para preparaciones alimenticias diversas se obtuvo como resultado una oportunidad. Porque los productos que el Ecuador trae del exterior poseen un porcentaje adicional a su precio de venta, por ejemplo: Chile con (1.9%), Colombia con (0%), Estados Unidos (19.2%), Perú con (0%) y México con (19.1%); como los 5 primeros, además de esto también es una amenaza por el hecho de que países latino americanos no poseen ningún arancel en su contra. (Sandoval, 2003).

#### **Arancel importación para proveedores de un producto de vidrio.**

Al investigar en Trade Map en productos del Ecuador 2016: Producto #7013 con el nombre de Artículos de vidrio para servicio de mesa, cocina, tocador, oficina, para adorno de interiores o usos símil. Podemos observar que poseen un alto porcentaje de aranceles, por lo que el traer su producto será mucho más costoso. Los porcentajes son los siguientes. China con (30%) seguido de Colombia con (0%), tercero esta Estados Unidos De América con (30%), cuarto Brasil (0%) y quinto Francia con (30%). (Servicio ecuatoriano de Normalización, 2017)

“El presente año desde la elección del 2 de abril del 2017. El factor riesgo país ha estado en aumento y alcanzo 729 puntos, esta es la cifra más alta que se ha encontrado en este año”. (El Comercio, 2017).



### 1.1.2 Factor Legislativo

Para la creación de una empresa son necesarios varios certificados y requisitos. A continuación, se explicará cada requisito para la creación de una compañía que se dedique a la elaboración de papillas para bebés en la ciudad de Quito.

Primero; se toma en cuenta las leyes que se debe cumplir y las que más afectan a la empresa.

Según el art. 3 de la Expedición Normativa Sanitaria, (2017). Se debe presentar los documentos necesarios en la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia, (ARCSA). Este certificado será entregado por el Ministerio de Salud Pública (MSP). El certificado otorgado será el permiso de funcionamiento, documento que es otorgado por las autoridades sanitarias nacionales para locales de bienes y servicios. Estos locales han sido inspeccionados en el área sanitaria y al cumplir con todos los requisitos obtendrán el permiso de funcionamiento.

“Para obtener el permiso de funcionamiento es necesario tener los siguientes documentos: cedula de ciudadanía (ecuatoriana) patente municipal, permisos del cuerpo de bomberos y Ruc”. (Ministerio del Interior, 2012).

Para la obtención del Ruc se deberá inscribir el establecimiento en el Servicio de Rentas Internas, (SRI). Para la inscripción será necesario obtener la razón social, nombre comercial, cédula de representante legal, nombre del representante legal, es decir, del dueño del establecimiento, número de establecimiento y número de establecimientos indicado por el SRI.

La inscripción se hará con un registro único de contribuyentes de personas naturales, tipo de establecimiento, indicando la actividad comercial del establecimiento relacionada con el permiso, provincia, cantón, parroquia calle principal, calle secundaria, número de casa o edificio, donde se

encuentra y teléfono, donde se puede comunicar. (Ministerio del Interior, 2012, p17-19).

### **1.1.3 Factor Económico.**

#### **Aranceles importación para preparaciones alimenticias diversas según Trape Map.**

Como se dijo en el análisis político, los costos en aranceles e importaciones en el Ecuador pueden ser una amenaza ya que los precios, gracias de las tributaciones arancelarias subirán. Desde otra perspectiva, esta condición puede ser vista como oportunidad ya que, con los precios altos, los pequeños productores podrán vender a un precio más asequible.

#### **Arancel importación para proveedores de un producto de vidrio.**

Sobre la lista de los mercados proveedores para un producto importado por Ecuador en 2016: Producto 7013, artículos de vidrio para servicio de mesa, cocina, tocador, oficina, para adorno de interiores o usos símil; nos da como resultado, en Trape Map, 5 principales porcentajes de aranceles que corresponden a: China con \$5.549 seguido de Colombia con \$4.379. Estos datos dan la oportunidad de obtener un producto bien comercializado entre empresas.

#### **El crecimiento de la industria de productos alimenticios para bebe.**

En el año 2011 la industria de productos alimenticios para bebés tuvo como cifra \$110.501.160, lo que en aquel tiempo representaba una buena cantidad, pero, con el pasar de los años la industria de papillas está decreciendo notablemente con las siguientes cifras: 2012 \$115.284.061, 2013 con \$114.249.367, 2014 con \$129.895.944, 2015 con \$118.427.506, en 2016 con \$111.231.720. Además, el año actual 2017, se estipula, rodeará la peor de la

historia con \$55.531.884. Por lo que la mayoría de inversionistas no estarán interesados en esta industria pues será una de las peores para invertir.

Desde el ingreso de productos, en el mercado ecuatoriano, de países como Perú y Colombia, la quinua ha tenido un efecto de alza de precio por quintal. Actualmente, el quintal de quinua cuesta producirlo entre \$23.00 a \$28.00, anteriormente se vendía en 80 dólares promedio, pero gracias a que existe una mayor demanda los precios se elevaron al doble o más dependiendo de la calidad. (Maldonado, 2017).

Por otro lado, el amaranto es muy escaso en el Ecuador ya que necesita 80.000 hectáreas de suelo fértil para poder plantarlo, pero solo existen 15.000 hectáreas plantadas. Por lo tanto, el costo del amaranto es alto. Para el mercado interno es de \$60.00 y el mercado exterior es de \$100.00. (Toapanta, 2009, pág; 17).

#### **1.1.4 Factor Social.**

Las papillas de cereales poseen un alto porcentaje de hidratos de carbono, estos hidratos de carbono permiten una dieta equilibrada.

“Los hidratos de carbono poseen energía, vitaminas, minerales y fibra. Y se puede decir que es demasiado importante los cereales ya que para un bebé y en sí para los grandes son el combustible natural de nuestro organismo” (Nestlé Bebe, 2017).

Esto se considera una oportunidad, ya que las personas estarán dispuestas a dar un alimento nutritivo a sus bebés y la empresa producirá papillas con cereales. Según Carlos Gonzales, pediatra, expositor entre otros y con nacionalidad española, da como testimonio que a pesar de las tendencias alimenticias ahora es necesario poseer una alimentación infantil sin

suplementos y papillas para bebés. Ya que esto vuelve a los bebés más cómodos y sin necesidad de practicar la masticación y todo el proceso.

Pese a que Carlos Gonzales es considerado una amenaza, muchas personas siguen a este Doctor por su reconocimiento, él considera que los suplementos alimenticios no son tan necesarios en la vida como para dárselos a los niños.

#### **1.1.5 Patrón de consumo.**

##### **Cambios socio demográficos**

A nivel mundial se ha evidenciado un aumento en el ingreso per cápita, en la urbanización y en el número de mujeres trabajadoras, lo que ha conllevado a un incremento en la demanda de materias primas de alto valor y en el consumo de productos procesados y alimentos preparados.

(Enríquez, 2015 ).

#### **1.1.6 Factor Tecnológico.**

##### **El desarrollo de la industria tecnológica**

En la actualidad, la industria tecnológica ha avanzado, permitiendo una amplia oportunidad en los procesos. Uno de estos es el tratado de libre comercio con los diferentes países, mismo que ha permitido el ingreso de maquinarias de última generación, lo que no solo permite una mayor producción, sino también asegura la inocuidad del producto. Además, dado los cambios sociodemográficos a nivel mundial, se espera que para el futuro la tecnología permita competitividad, contribuya a las normativas nacionales e internacionales y aseguren la comercialización del producto. (Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura, 2013).

Existe mayor facilidad de difusión, comunicación y comercio vía internet gracias a que las redes sociales se han vuelto parte de la vida cotidiana en este siglo. El boom de los teléfonos celulares, que poseen acceso a internet, ha permitido que las personas estén más conectadas y pendientes de cualquier servicio o producto que sale al mercado. En una investigación de Pew Internet &

American Life Projeet, el 90% de consumidores americanos tienen un teléfono celular, y el 57% de ellos tiene capacidad para navegar en internet. (Maeve y Smith, 2013).

Con la corporación internacional de inversiones (CII), institución del grupo del banco internacional de desarrollo. Se ha propuesto algunas alternativas tecnológicas para el aprendizaje y financiamiento de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), como claro ejemplo tenemos a la plataforma llamada Connect Americas, la cual muy parecida a una red social, pero exclusiva para empresarios, proveedores entre otros. Lo que la aplicación hace es dar financiamiento y comercialización de los productos. (Diario Gestión, 2013)

### **1.1.7 Factor Ecológico**

El usar material reciclable y productos orgánicos son dos maneras de proteger el medio ambiente, por lo que actualmente la mayoría de gente prefiere empresas que se preocupen por el mundo gracias a que lo orgánico, por lo general, tiene beneficios para la salud. (FAO, 2014).

Gracias a promociones y a la forma como se venden el uso de otros materiales, que no sean plástico, se está poniendo de moda nuevamente el uso del vidrio. Como datos exactos, publicados por el Ministerio del Ambiente, en el Ecuador circulan alrededor de 4800 millones de botellas por año. Contra 1300 millones de botellas de plástico. Por lo que se puede decir cuál de los dos materiales contamina más.

Desde otra perspectiva, el conflicto surge porque cada uno pelea por defender su producto, por ejemplo, una fábrica de envases plástico indica que la elaboración de su envase está basada en polietileno y polipropileno, por lo que debe pasar por hornos hasta llegar a una temperatura de 200 grados centígrados. Mientras que los envases de vidrios están basados en arena y deben pasar por hornos hasta una temperatura de 1800 grados centígrados, por lo que los productores de plástico indican que el vidrio es más contaminante.

Cuando los productores de vidrio refutan esto, toman como idea que el polietileno es un derivado de petróleo, que es un bien no renovable y además contamina más en el momento de su proceso para retirar de la tierra. Por lo que también pueden decir, conforme con la Cartera del Ambiente que: solo el 30% del plástico es reciclado, mientras el 70% se encuentra en las calles, océanos, playas, bosque y más. Mientras que el vidrio es reciclado en su totalidad. (El comercio, 2012).

## **1.2 Fuerzas De Porter.**

Para analizar el macro entorno utilizaremos las 5 fuerzas de PORTER. Estas explicaran las 5 principales líneas del macro entorno.

### **1.2.1 Curva de experiencia.**

Según La Súper Intendencia de Compañías, en el CIIU C1079.21 se informa que actualmente hay 20 empresas inscritas. Una de las que posee más años de experiencia es, EMPORIOS SA desde 1980. La más joven es NUTRICIÓN INFANTIL NUTRINFA CIA.LTDA, vigente desde 2016.

Por lo tanto, se puede decir que el promedio de años de experiencia, en este, CIIU es de 11 años. Lo que implica una gran amenaza para el plan de negocios a plantear ya que muchas empresas, en la industria de alimentos para bebés, poseen una gran cantidad experiencia en el mercado. Pero se optará como competencia el 35% de empresas que se ubica en el CIIU C1079.21 ya que poseen una experiencia menor a 5 años en el sector.

Tabla No. 1

Empresas en el CIIU C1079.21 que conforma a empresas dedicadas a la alimentación de bebés.

<b>Compañía</b>	<b>F. Constitución</b>	<b>Años en la industria</b>
EMPORIOS SA	01/01/1980	37
TREBOL INDUSTRIAL PROCESADORA DE ALIMENTOS TIPAL CIA. LTDA.	07/12/1988	29
IMPORTADORA Y EXPORTADORA PRODUSA S.A.	12/01/1995	22
ELABORADORA DE ALIMENTOS DE EL ORO S.A. ELAORO	23/06/1997	20
AMERIFOODS S.A.	13/03/2002	15
LATINOVA S.A.	30/07/2003	14
ALIMENTOSLDP CIA. LTDA.	06/07/2007	10
PROTELCO S.A.	26/10/2007	10
MOLIDOR S.A.	28/12/2007	10
OBANDO & REVELO FOOD CIA. LTDA.	04/06/2008	9
MEAD JOHNSON NUTRITION (ECUADOR) CIA. LTDA.	18/11/2008	9
ASISTENCIA DE INVESTIGACION E INDUSTRIALIZACION	17/12/2008	9

<b>DE RECURSOS OSTENSIBLES AIROUMBAKU S.A.</b>		
<b>PEMBERLEYCORP CIA. LTDA.</b>	14/06/2010	7
<b>ALVAREZ CATERING SERVICE S.A. SERCATERING</b>	24/09/2013	4
<b>LANDERGIM S.A.</b>	09/06/2014	3
<b>ANDES KINKUNA S.A.</b>	20/05/2015	2
<b>ECLABOR S.A.</b>	10/03/2016	1
<b>CORPORACIÓN PROFITNESS CIA.LTDA.</b>	31/03/2016	1
<b>NUTRIRE S.A.</b>	17/05/2016	1
<b>NUTRICIÓN INFANTIL NUTRINFA CIA.LTDA.</b>	26/05/2016	1
<b>TOTAL, PROMEDIO</b>		11

Esta tabla posee los nombres, años y fecha de fundación de las empresas que están ubicadas en el CIU C1079.21 con un promedio total de los años de funcionamiento.



**Tabla No. 2**

Competencia directa

NOMBRE DE LA EMPRESA	LA PRODUCTO	PRECIO
<b>San Jorge</b>		\$1.99
<b>Nutrimoster</b>		\$1,77
<b>Quinoa KIDS</b>		\$1,40

Tomado de (Nutrimonsters, 2016), (QUINUA KIDS, 2016), (San Jorge, 2016)

En esta tabla se indica la competencia directa, conformada por tres compañías.

En el gráfico se muestra el nombre de la empresa, la imagen de su producto y el precio al que lo venden.

### 1.2.2 Requisitos de capital

En el sector industrial, el CIU C1079.21 posee un total de capital de \$8.084.652,64; siendo la empresa que más aporta, MEAD JOHNSON NUTRITION (ECUADOR) CIA. LTDA. Con 7.900.500,00. Entre las que menos contribuyen están 4 empresas que son: Elaboradora de Alimentos de El Oro S.A. (ELAORO), PEMBERLEYCORP CIA. LTDA., CORPORACIÓN PROFITNESS CIA.LTDA. Nutrición Infantil, (NUTRINFA CIA.LTDA). Con un capital de \$400,00. (Súper Intendencia de Compañía, 2017).

Esto involucra una amenaza ya que las industrias con menos capital poseen un promedio de \$404.232,63, necesario para poder entrar en competencia, pero, como se dijo anteriormente, esto también puede interpretarse como una oportunidad ya que hay empresas que poseen capital bajo.

### **1.2.3 Economía de Escala**

Alrededor de 5 empresas realizan elaboración masiva de productos. Lo que se transforma en una oportunidad para poder ingresar en el mercado de la producción de papillas.

### **1.2.4 Proveedores.**

Como proveedores se usarán a dos personas. Estas personas están ubicadas en el mercado de la Andalucía con dirección Gonzalo Gallo y Jorge Piedra sector norte Quito, sus nombres son: Gloria Chicaiza y Alberto Revelo. Como fuerza de trabajo se usarán proveedores de papa, zanahoria amarilla, blanca y papa nabo, además de los ingredientes principales como quinua y amaranto.

### **1.2.5 Clientes**

El mercado al que estará dirigido el producto que empresa serán padres que posean infantes de 8 meses a 14 meses.

Se seleccionó esta edad gracias a que la erupción dental es a partir de los 6 meses de edad. (American Dental Association, 2017).

### **1.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.**

#### **1.3.1 Objetivo de la investigación de mercado**

Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda de papillas para bebés con los productos de la región.

#### **1.3.1 Delimitación del mercado**

El producto está dirigido a infantes de 8 a 14 meses de edad. El segmento de mercado escogido son mujeres de 15 a 40 años, en edad fértil, ya que es el segmento propenso a tener hijos y del cual se encontró datos exactos de población según el INEC, (2001). Las encuestas se realizarán en el sector norte de la ciudad de Quito.

#### **1.3.2 Población y muestra**

Población. – La población para este estudio es de 4285 mujeres de 15 a 40 años. (INEC, 2001)

Muestra. - Se aplica un muestro aleatorio para población finita. Para el cálculo de la muestra se usó la siguiente formula.

$$n = \frac{N*X}{((N - 1)E^2 + X)}$$

n= es el tamaño de la muestra

E= es el margen de error tolerable

N= es el tamaño de la población

X= variabilidad conocida

C= Nivel de confianza

Aplicando la fórmula. -

$$n = \frac{4285 * 50\%}{((4285 - 1)5\%^2 + 50\%)}$$

$$n = 353$$

n= 353, resultados, encuestas.

E= 5%

N= 4285 personas

X= 50%

C= 95%

La muestra constituye 353 encuestas que cumplan con los parámetros anteriormente mencionados en la delimitación de mercado.

### 1.3.3 Técnicas de recolección de información.

La técnica de recolección de información usada es la encuesta, la cual estará basada en un cuestionario que comprende las siguientes variables.

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción
- Competencia

#### **Producto**

Se investigará si el cliente está interesado en un producto a base de quinua y amaranto, si comprarían papillas para su bebe que sean saborizadas con: laurel, cilantro, cebolla y orégano. Esta pregunta determinará y seleccionará los sabores más aceptados por el grupo de consumidores y permitirá tener una pauta de elaboración, así como también consentirá cual sería el nombre más aceptado y llamativo para el producto y la empresa en el mercado.

**Precio.** - Se harán preguntas para establecer cuál sería el precio que el cliente está dispuesto a pagar por una papilla de bebe; dato importante para poder determinar el precio de venta al público.

**Plaza.** - Determinar por medio de las preguntas de la encuesta, que sitio es el más usado o visitado por los consumidores para adquirir estos productos

**Promoción.** – Se estructuraron encuestas para conocer si la estrategia de promoción mostrada en la encuesta impactaría o no al consumidor. Así como también cual sería el nombre más aceptado y llamativo para el producto y la empresa en el mercado.

**Competencia.** – En la encuesta se formulan preguntas acerca de las marcas y propiedades de la papilla elaborada por empresas del mercado, con esto se logrará conocer el comportamiento de la competencia en estas áreas.

Indica el conocimiento del consumidor respecto de empresas que se consideran competencia directa a la planteada.

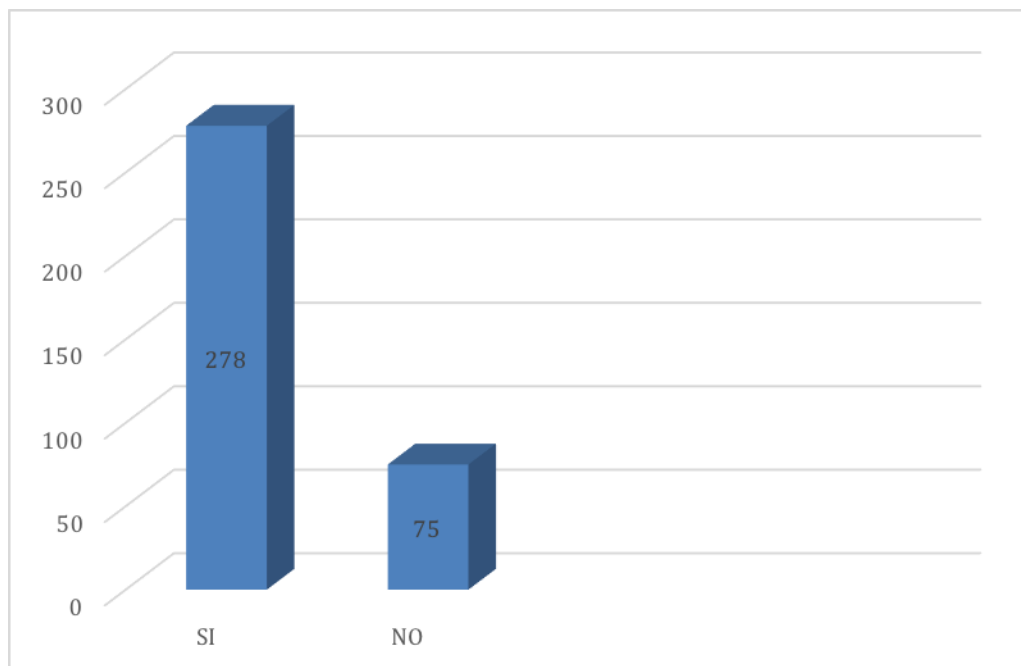
La técnica de recolección de información (encuesta), tendrá varias formas de preguntas orientadas a las variables expuestas arriba. A continuación:

1. Escala ordinal. – (total de preguntas de este modo 1, pregunta número 8). En este tipo de pregunta se desea saber la preferencia del cliente en el lugar de venta al momento de comprar papillas de bebés. Al tabular los resultados se realiza una media. La calificación irá del 1 al 4.
2. Escala de intervalos. – (total de preguntas de este modo 1, pregunta número 5), la escala de intervalos es una pregunta donde se busca una igualdad al momento de seleccionar una opción. Esta pregunta tendrá como resultado una media aritmética. La calificación irá de 1 a 5.
3. Preguntas cerradas. – existen dos tipos de preguntas cerradas, la primera es la pregunta cerrada dicotómica (total de preguntas de este modo 4, pregunta número 1, 4, 7, 9), este tipo de pregunta permite al encuestado seleccionar una respuesta de dos opciones. En la encuesta la pregunta cerrada dicotómica es la más utilizada. Donde se espera saber las preferencias de compra para las papillas de bebé.  
En este tipo de pregunta también existe la pregunta de opción múltiple (total de preguntas de este modo 5, pregunta número 11, 10, 6, 3, 2), en este tipo de pregunta el encuestado deberá seleccionar una respuesta entre 3 o más opciones. Las preguntas son para saber que nombre es

llamativo para la empresa, tiempo de compra de las papillas de bebe, si prefieren papillas dulces, saladas o ambas, que factor es más importante al momento de hacer una papilla y si conoce alguna de las empresas que son considerada competencia directa.

#### 1.3.4 Resultados de la herramienta investigativa

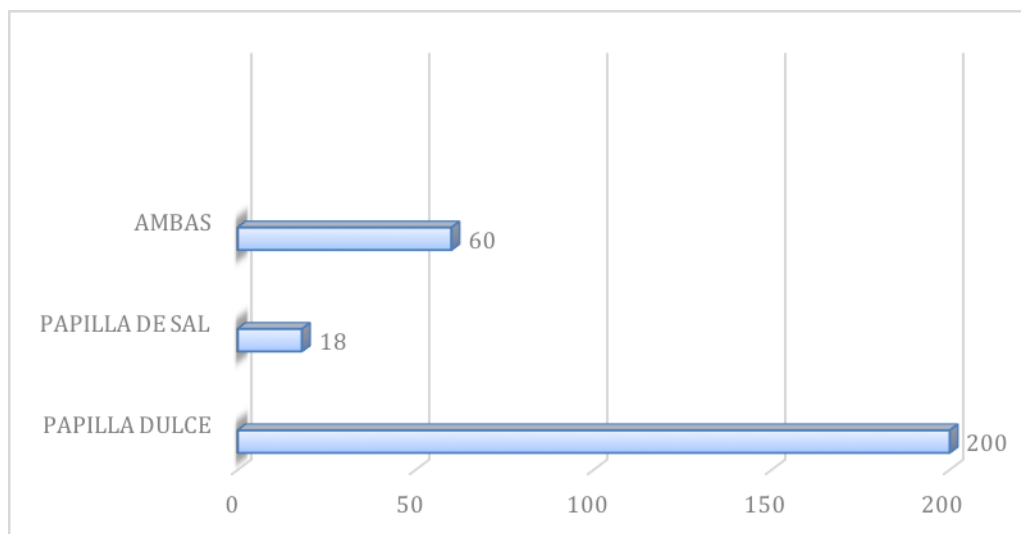
- ¿Usted compra papillas para alimentar a su bebe?



*Figura 1.* Estadística sobre la pregunta 1 de la encuesta realizada. (¿Usted compra papillas para alimentar a su bebe?)

En esta pregunta, del total de la muestra, es decir, (353). 278 indicaron que, si comprarían papillas para su bebé y 75 respondieron que no. Las razones expuestas por los encuestados son: no tienen un sabor agradable, no confió en la fabricación de productos industrializados, yo realizo mis propias papillas, muchas veces los sabores son limitados.

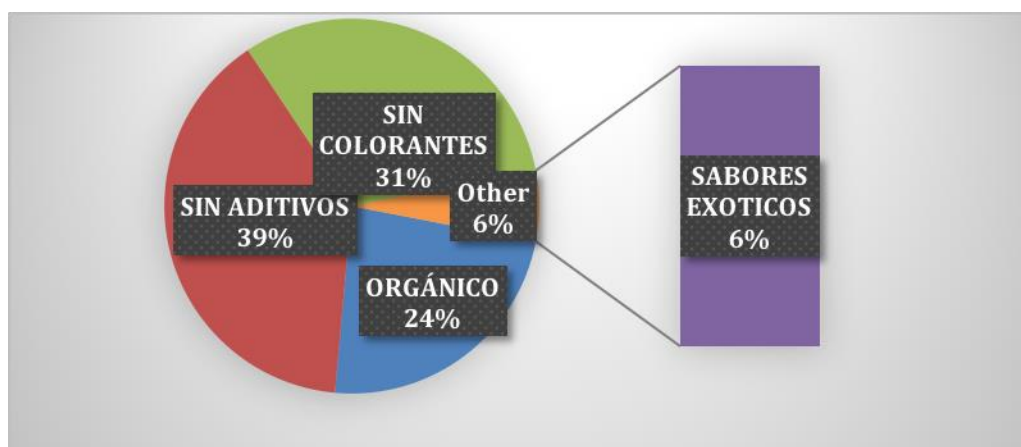
- ¿Qué tipo de papilla es la que usted compra más para el consumo de su hijo?



*Figura 2.* Estadística sobre la pregunta 2 de la encuesta realizada. (¿Qué tipo de papilla es la que usted compra más para el consumo de su hijo?)

275 personas respondieron esta pregunta, 60 respondieron que ambas, 18 contestaron que de sal y 200 prefieren las de dulce. Por lo que nos podemos dar cuenta que el mercado de papillas de sal no es tan llamativo para las madres por el hecho de que no exista tanta variedad de sabores.

- ¿Qué factor es el más importante para usted en una papilla para bebe?



*Figura 3.* Estadística sobre la pregunta 3 de la encuesta realizada. (¿Que factor es el más importante para usted en una papilla para bebe?)

El factor más importante para las personas encuestadas es que las papillas de bebe no tengan aditivos.

- ¿Compraría usted para su bebe papillas hechas de quinua y amaranto?

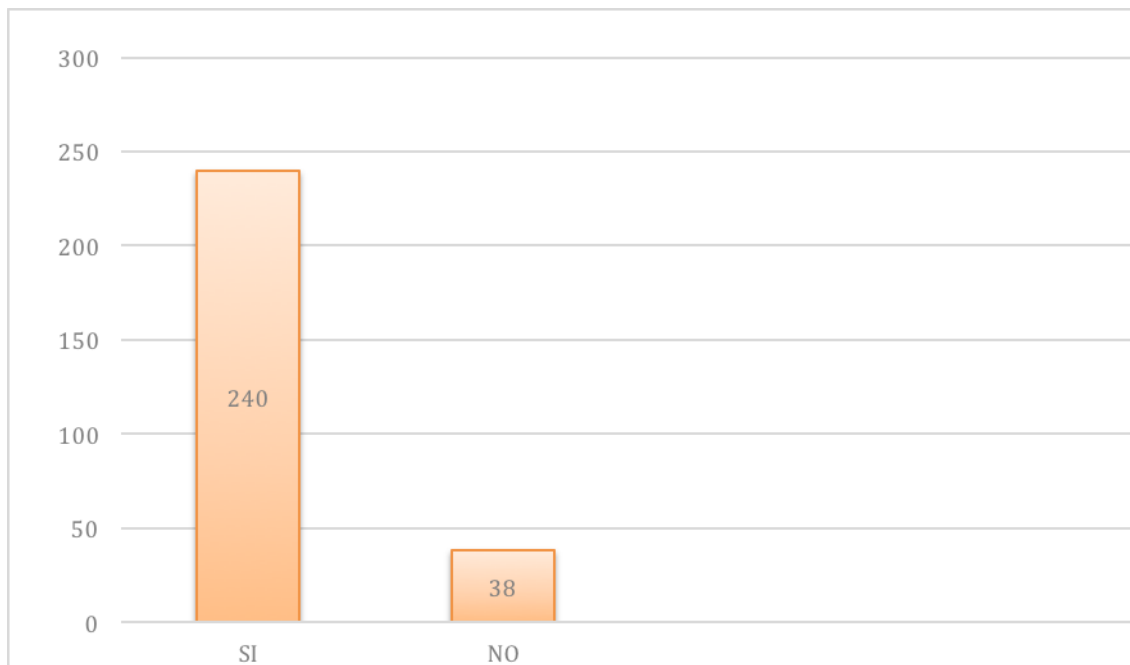
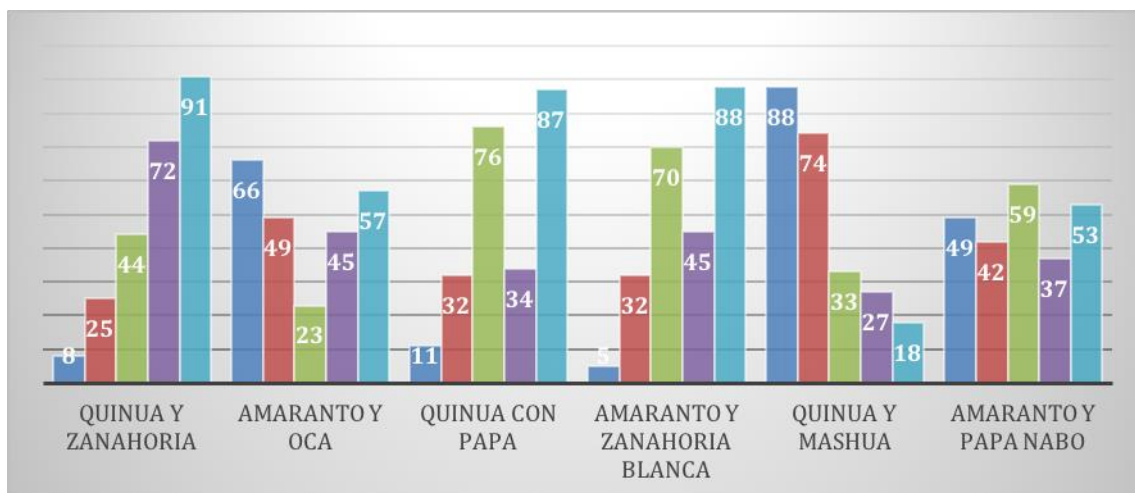


Figura 4. Estadística sobre la pregunta 4 de la encuesta realizada. (¿Compraría usted para su bebe papillas hechas de quinua y amaranto?)

Más de la mitad de las personas encuestas votaron que si comprarían papillas de bebes hechas de quinua y amaranto. 38 respondieron que no. Esto nos da como resultado que 240 personas estarían dispuestas a comprar estas papillas de bebe.



- Califique del 1 al 5 que sabores preferiría darle a su bebe. Siendo 5 el que más le gusta y 1 el de menor agrado.



*Figura 5.* Estadística sobre la pregunta 5 de la encuesta realizada. (Califique del 1 al 5 que sabores preferiría darle a sus bebe. Siendo 5 el que más le gusta y 1 el de menor agrado)

Los promedios de cada uno de los sabores son:

- Quinoa y zanahoria 3.4
- Amaranto y oca 2.5
- Quinoa con papa 3.1
- Amaranto y zanahoria blanca 3.2
- Quinoa y mashua 1.9
- Amaranto y papa nabo 2.6

Tomando en cuenta los promedios se seleccionó como sabores: quinoa y zanahoria, amaranto y zanahoria blanca, quinoa y papa, amaranto y papa nabo.

- ¿Con qué frecuencia compraría a su bebe estas papillas?

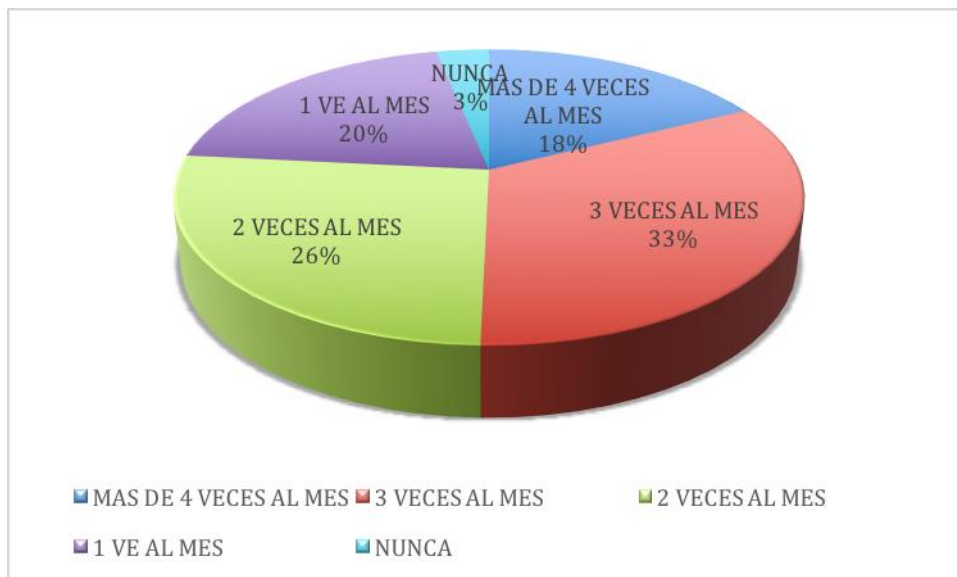


Figura 6 Estadística sobre la pregunta 6 de la encuesta realizada. (¿Con que frecuencia compraría a su bebe estas papillas?)

- MAS DE 4 VECES AL MES 49
- 3 VECES AL MES 91
- 2 VECES AL MES 73
- Q VES AL MES 56
- NUNCA

La mayoría de encuestados escogieron que comprarían estas papillas 3 veces al mes.

- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas papillas artesanales que tendrán un contenido de 4 onza (media taza) y están elaboradas a base de quinua y amaranto?

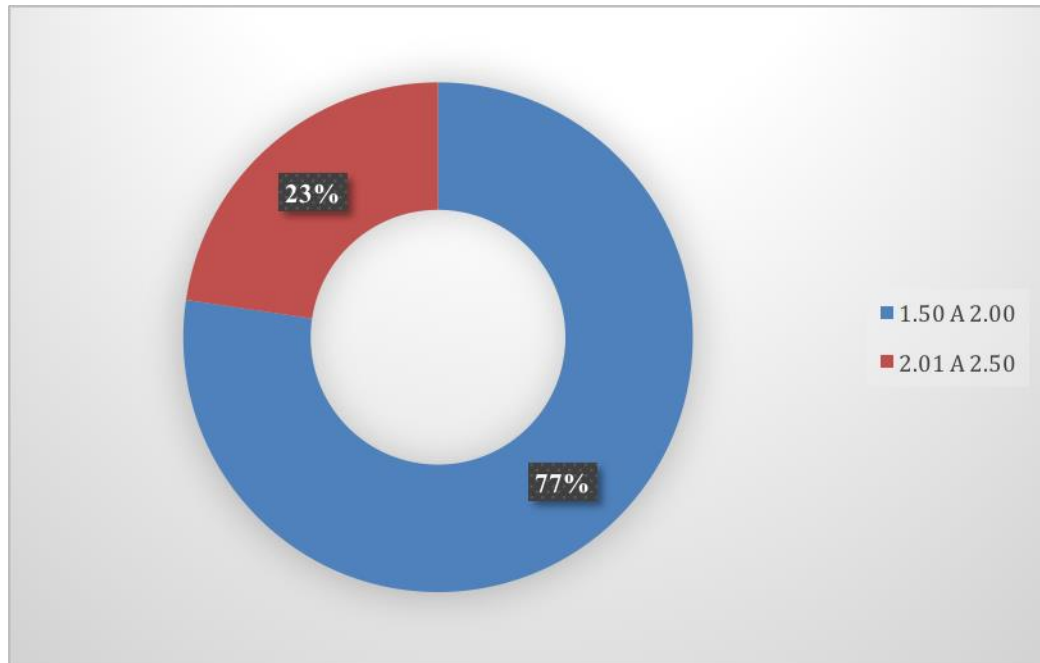


Figura 7 Estadística sobre la pregunta 7 de la encuesta realizada. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas papillas artesanales que tendrán un contenido de 4 onza (media taza) y están elaboradas a base de quinua y amaranto?)

El precio más apto para las papillas de bebés escogido fue de \$1.50 a \$2.00.

- ¿En dónde compara actualmente las papillas para su bebe? (Marque del 4 al 1, siendo 4 el lugar en donde usted compra con más frecuencia y 1 el lugar en donde casi nunca compra).

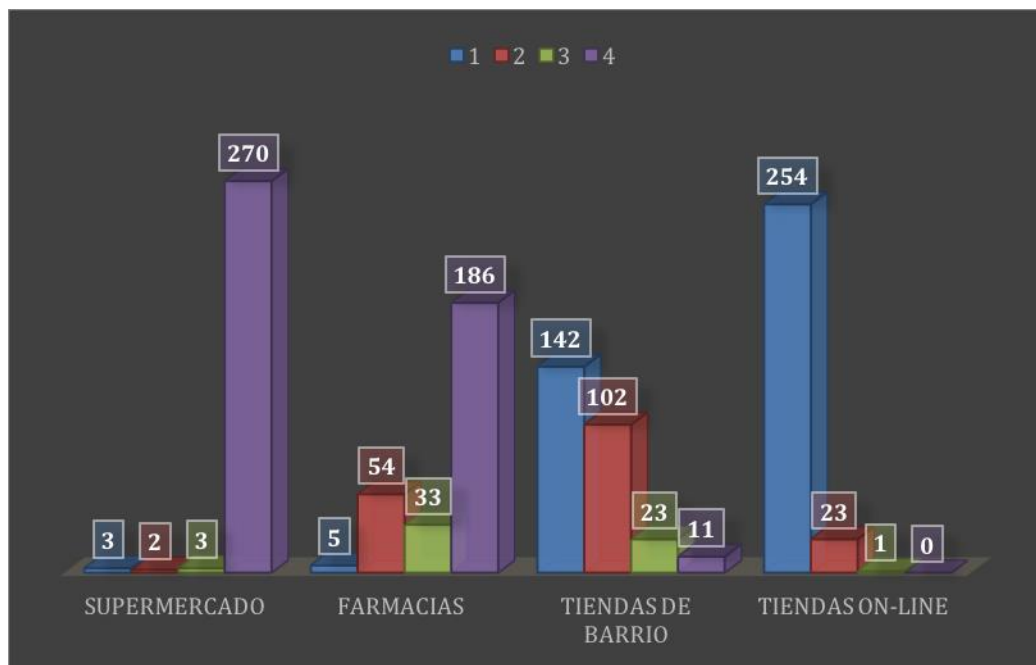
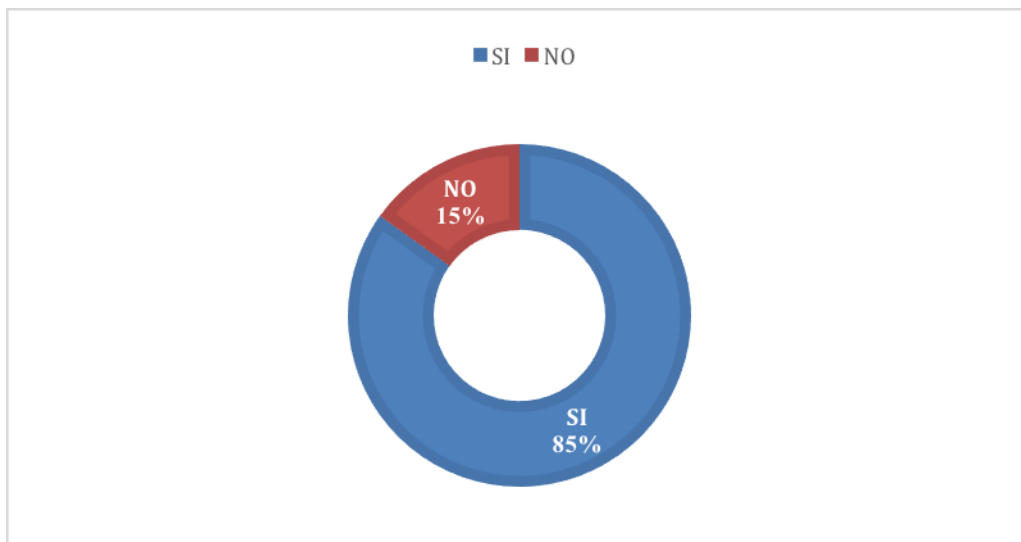


Figura 8 Estadística sobre la pregunta 8 de la encuesta realizada. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas papillas artesanales que tendrán un contenido de 4 onza (media taza) y están elaboradas a base de quinua y amaranto?)

El lugar más concurrido por las personas es los supermercados, seguido de las farmacias. Por lo que las tiendas de barrio y tiendas on-line no se colocan como opciones viables, como solución se ha determinado colocar en la presentación del producto una propaganda que diga “ordene su papilla para bebé por esta página, sin costo”.

- ¿Usted compraría un paquete de 4 papillas de diferente sabor a un precio de promoción?



*Figura 9* Estadística sobre la pregunta 9 de la encuesta realizada. ¿Usted compraría un paquete de 4 papillas de diferente sabor a un precio de promoción?)

Un total de 236 personas afirmaron que si comprarían un paquete de cuatro papillas de diferentes sabores. Además de eso, este paquete tendrá un precio de promoción.

- ¿Qué nombre le gustaría para las papillas de bebe?

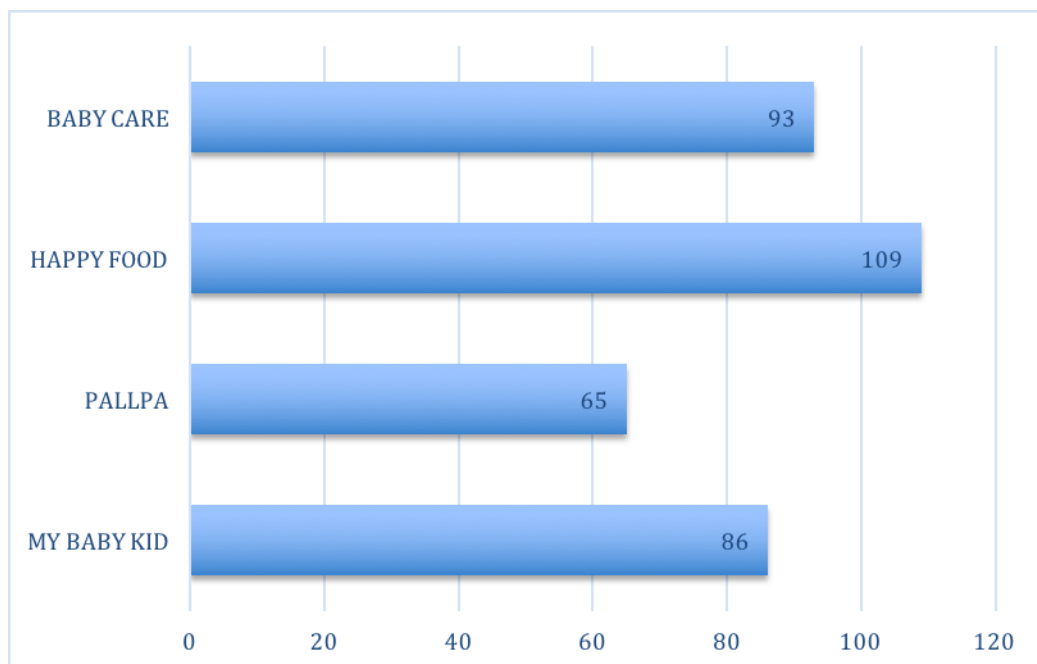


Figura 10 Estadística sobre la pregunta 10 de la encuesta realizada. (¿Qué nombre le gustaría para las papillas de bebe?)

Las personas de la muestra escogieron el nombre de HAPPY FOOD para la empresa y el producto.

- ¿Usted conoce alguna de las siguientes marcas de papilla?

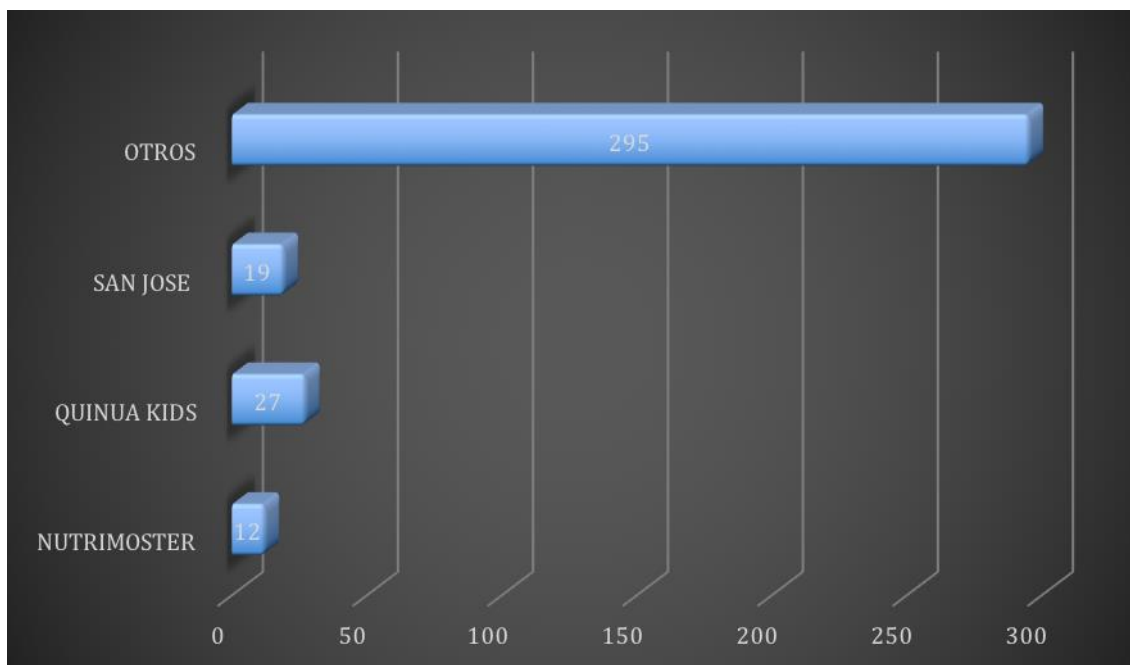


Figura 11 Estadística sobre la pregunta 11 de la encuesta realizada. (¿Usted conoce alguna de las siguientes marcas de papilla?)

Según la tabulación de encuestas la mayoría de encuestados de la muestra conocen la compañía GERBERD. Esta compañía ya está industrializada por lo que es la líder de este mercado.

### 1.3.5 Proyección de la demanda.

**Tabla No. 3**

Proyección de demanda

Sabores	FRECUENCIA	UNIDADES POR SABOR potencial	Unidades proyectadas a vender anual AÑO 1	Unidades proyectadas a vender anual AÑO 2	Unidades proyectadas a vender anual AÑO 3	Unidades proyectadas a vender anual AÑO 4	Unidades proyectadas a vender anual AÑO 5
Quinoa y zanahoria	3,4	9145	2565	2821,5	3104	3414	3755
Amaranto y zanahoria blanca	3,2	8607	2414	2655,4	2921	3213	3534
Quinoa con papa	3,1	8338	2339	2572,9	2830	3113	3425
Amaranto y papa nabo.	2,6	6993	1962	2158,2	2374	2611	2873
<b>TOTAL</b>	<b>12,3</b>	<b>33083</b>	<b>9280</b>	<b>10208</b>	<b>11229</b>	<b>12352</b>	<b>13587</b>

*Información de cuantas papillas de cada sabor se va a vender por 5 años.*

En el cuadro hablamos de la proyección de demanda que van a tener las papillas de bebe. La proyección está destinada a 5 años. El cálculo se realizó de la siguiente manera:

Primero se debe sacar la frecuencia de compra, la cual fue resuelta de la siguiente manera:

Se tomó los resultados de la pregunta 6 de la encuesta, donde la respuesta con mayor número de votos es 3 veces al mes. Lo que se realizó fue multiplicar el 919, es decir, el número de papillas que se va a realizar, por las 3 veces que van a comprar al mes. Este dato se multiplicó por los 12 meses del año, lo que nos dio como resultado 33.084 papillas que serán vendidas al año. Como siguiente paso, es necesario saber la cantidad de papillas vendidas por sabor, por lo que tomamos en cuenta la calificación que tuvieron los sabores de las papillas en la pregunta 5 de la encuesta.

Cuando obtuvimos estos datos lo que se hizo fue aplicar una regla de tres, es decir, si 12.3 es el total de la suma de calificación de las papillas, y 33.083 es el total de papillas a producir en un año, ¿Cuántas papillas de cada sabor se venderán?



En el año, para poder sacar el total, tomamos como dato al 33.083 anual multiplicado por 28.05%, mismo que representa el porcentaje de las personas que van a comprar el producto. Para obtener el total del año se necesita comenzar realizando una regla de tres que permita sacar cuantas papillas de cada sabor se van a vender, por ejemplo: si 9280 es el 12.3 de la frecuencia de consumo, cuánto será 3.4. Teniendo este valor podremos calcular cuál es la frecuencia de consumo de la papilla sabor a quinua y zanahoria, de la misma manera calcularemos los datos posteriores. Para poder sacar el resultado de los siguientes años se tomará como dato el producto del año uno y se multiplicará por 1.1, que representa a la inflación en Ecuador. Para sacar de cada año y cada sabor se realizará el mismo proceso.

## CAPITULO II

### 2.1. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO

#### 2.1.1 Modelo de negocio.

Este es un plan de negocios para la creación de una empresa que fabrique papilla de bebe en la ciudad de Quito, específicamente en la parte norte, sector el Batán. Dicha compañía se dedicará a la fabricación de alimentos de bebe con ingredientes principales como: la harina de amaranto y harina de chocho. Este plan será dirigido a infantes que estén en el rango de edad de 8 meses hasta 14 meses recomendado.

El rango de mercado de 8 a 14 meses fue pensado a partir de la primera dentición de un infante. Los niños atraviesan su primera dentición de 6 a 12 meses de edad. ( Asociación Dental Americana, 2017).

El niño durante este tiempo debe alimentarse con papillas, gracias a que se le es difícil el procesar alimentos sólidos. Por consiguiente, el ingerir este tipo de alimentos logrará que el infante cumpla con la mayoría de los nutrientes necesarios para su nutrición.

También se puede decir que el mercado seleccionado serán padres que necesiten ayuda en cuanto a suplementos para la alimentación de sus hijos, debido a que, no poseen el tiempo necesario para poder hacer preparaciones caseras para sus bebés. Estos productos tendrán un precio asequible y con una presentación llamativa para el padre e infante.

La empresa también contará con ayudas para los pequeños productores, estos serán beneficiados con el producto final si poseen bebés en la familia. Además, tendrán bonos por cada cierto número de compra en la materia prima. Por otra parte, se remunerará de una manera transparente y justa, pagando al productor lo que se merece, tomando en cuenta su sacrificio y esfuerzo.

El proceso que usará la empresa para realizar las papillas de bebés será de manera artesanal, en consecuencia, no poseerá una gran cantidad de producción. Esto se refiere a que se procurará sacar productos que sean de excelente calidad, a pesar de que no se logre una producción en masa. Por lo tanto, el negocio podrá obtener una clientela fija y leal.

Como se indicó, los ingredientes a utilizar son harina de quinua y harina de amaranto. A continuación, hablaremos sobre cada uno de estos ingredientes.

### **Amaranto**

El amaranto, es originario de América y su nombre científico es *Amaranthus*. Este ingrediente posee varios minerales como calcio, hierro y proteína, entre otros. Y su uso es extenso. Parte desde sopas, panqueques, cereal, galletas, pastas, botanas, bebidas y confitería. (Buenrostro y Barros, 1997, p.158).

#### **2.1.2 Su origen y distribución**

En la historia de su origen, se afirma que las hojas de esta planta herbácea y sus semillas fueron utilizadas principalmente, en América del Sur. Este acontecimiento se da gracias a Mac Neish (1964), quien en su estudio indica que los indígenas ya cultivaban estas plantas durante la fase de Coxcatlan, entre los años 5200 a 3400 AC. (Early, 1977).

### **Quinua**

Harina de quinua. - La quinua o quínoa (*Chenopodium quínoa*) es un grano de los Andes. Es rico en hidratos de carbono, fibra y proteína. Posee omega tres y contiene bajo contenido de grasa. Se menciona que era la base de alimentación de los Incas, uno de los alimentos más consumidos en ese tiempo.

Por todo esto deben tener en cuenta que es excelente para la alimentación de infantes. (Epitia, Mapes, Escobedo, Rivas, Martinez, Cortez y Hernandez, 2010, p. 201)

## 2.2 FODA

Tabla No. 4

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Empresa que posee un organigrama estable.</li> <li>2. Estará ubicada en el sector centro.</li> <li>3. Poseerá recetarios para que cada empleado pueda realizar el producto sin necesidad de preguntas.</li> <li>4. Utilizará productos originarios del Ecuador.</li> <li>5. No exportará materia prima, por lo que ayudará en la economía de pequeños productores.</li> <li>6. Producto orgánico con ingredientes andinos.</li> <li>7. Ubicación accesible con muchos medios de transporte, y con centros de salud cerca.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Curva de experiencia en un 35% menor a 5 años</li> <li>2. Solo existe 20 empresas registradas</li> <li>3. Solo 4 Empresas mostraron una cifra considerada en ventas</li> <li>4. Países extranjeros de otro continente poseen un alto porcentaje en aranceles.</li> <li>5. Los permisos para que una empresa entre en operaciones son estrictos y se debe cumplir cada uno de ellos, esto no permite el ingreso de varias empresas en la industria.</li> <li>6. Grandes empresas farmacéuticas como Fybeca, Sana Sana y más buscan empresas que fabriquen papillas de bebe.</li> <li>7. Existe un alto número de nacimientos por mes.</li> <li>8. La tendencia de comer fuera hace que los padres obtén por el transporte fácil para comidas de bebes.</li> </ol>
DEBILIDAD	AMENZAS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No se producirá el producto en masa.</li> <li>2. No se posee gran capital.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Curva de experiencia promedio de 11 años.</li> <li>2. Decrecimiento en la industria</li> </ol>

<p>3. Estará en desventaja con la experiencia de los competidores.</p> <p>4. Solo poseerá dos ingredientes principales.</p> <p>5. La empresa solo contará con dos empleados.</p>	<p>notablemente.</p> <p>3. Países Latino Americanos no poseen aranceles.</p> <p>4. El capital que poseen las empresas registradas en el Ecuador pen activos o ventas es alto.</p> <p>5. Existe una alta competencia en marcas ya posicionadas.</p> <p>6. El riesgo país actualmente es demasiado alto.</p> <p>7. Aumento del precio en la quinua, y el poco abastecimiento de amaranto.</p> <p>8. Muchas personas piensan que el vidrio es igual o más contaminante que el plástico</p>
--	---

*En esta tabla se clasifica el FODA.*

## **2.3 Formalización de negocio**

### **2.3.1 Misión**

Ser una empresa, que busca satisfacer las necesidades de alimentación de un infante realizando papillas de bebés de quinua y amaranto que cumplan con un alto poder nutricional, además de su bajo costo.

### **2.3.2 Visión**

Como empresa emprendedora en papillas para bebé queremos lograr ser una de las primeras opciones que tengan nuestro cliente al momento de dar un alimento complementario en su alimentación, por lo que en 5 años queremos posicionarnos como entre las primeras empresas que realicen papillas de bebés con sabores de sal para infantes a partir de los 6 meses de edad.

### 2.3.3 Valores

- 1.-Responsabilidad. - Cada persona en la empresa se hará responsable de su lugar de trabajo y en sí de las consecuencias que esto implique.
- 2.- Trabajo en equipo. - Habrá un buen lugar de trabajo, además de que existirá compañerismo dentro de la empresa.
- 3.- Honestidad. - Ser transparente al momento del trabajo.

### 2.3.4 Objetivo estratégicos del negocio.

Alcanzar un total de ventas de ingresos de 17 mil dólares en el primer año. También pudiendo comercializarse en la mayoría de hipermercados en el sector.

### 2.3.5 Estructura Organizacional – Organigrama

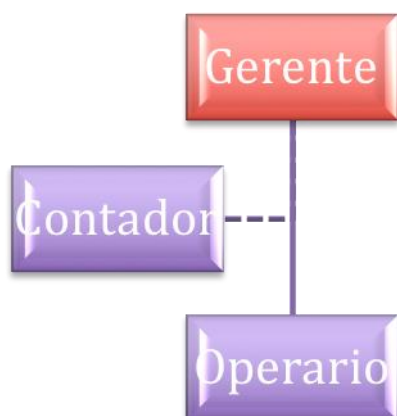


Figura 12. Organigrama de la empresa a realizar.

### 2.3.6 Funciones específicas por puesto

Gerente general. - Ordenar y manipular, designar todas las posiciones de la estructura, realizar evaluaciones periódicas para el cumplimiento de funciones, realizar metas a corto y largo plazo, objetivos de la empresa.

Contador. - Llevará a cargo todos los gastos, ingresos y capital monetario de la empresa.

Operatorios. - Son las personas que están a cargo de la realización del producto, empezara desde la selección de la materia prima, el proceso y el almacenamiento.

### 2.3.7 Contratación de personal y proyección de costos de mano de obra

**Tabla No. 5**

Mano de obra de los trabajadores en la empresa, proyectada para 5 años.

Mano de Obra							
Nombre	Salario	13RO	14TO	Aporte Pa.	F. Reserva	Año 1	Año 2
VENDEDOR	\$187,50	\$15,63	\$31,25	\$22,78	\$15,62	\$3.085,88	\$3.273,30
OPERARIO	\$375,00	\$31,25	\$31,25	\$45,56	\$31,24	\$5.796,75	\$6.171,60
<b>Total</b>						\$8.882,63	\$9.444,90

*En la tabla se muestra la mano de obra que tendrá la empresa, se ve claramente todos los beneficios de ley.*

En el plan de negocio para la creación de la empresa se toma como base el valor de la mano de obra en un empleado tiempo completo y uno medio tiempo, donde se les remunera con el sueldo básico y todos los beneficios de ley. La proyección es realizada para 5 años. Además, los empleados serán poli funcional.

La mano de obra se calcula de la siguiente manera:

- Salario, será igual al que está estipulado por el ministerio de trabajo en Ecuador.
- El 13ro, se calcula dividiendo el salario para 12, que son los meses del año.
- El 14to, es calculado de la siguiente forma. Un sueldo básico dividido para 12.
- El aporte patronal, es el aporte que realiza el empleador al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social), se calcula multiplicando el salario para 12.12%.

- Fondos de reserva, los fondos de reserva se acumulan a partir del año. Por lo que el primer año de contratación no se pagara esta cantidad. Se calcula multiplicando el salario por 8.33%.

La suma de todos los ítems mencionados anteriormente y multiplicándolos por 12 da como resultado el total que va a pagar por empleado al año.

### **2.3.8 Estructura legal de negocio**

- Primero se necesita abrir una cuenta en un banco con la denominación de empresa en construcción, esta cuenta debe tener un capital mínimo de 10 remuneraciones básicas. (Certificado del banco con el capital suscrito).
- Solicitud de aprobación delante de un juez con el documento notariado.
- Publicar un extracto en un periódico.
- Registrar la escritura de construcción de una empresa y aprobación judicial en el registro mercantil de Quito.
- Se necesita obtener el RUC (Registro Único Contribuyente).
- Permiso de funcionamiento del municipio de Quito.
- Registro sanitario.
- LUAE (Licencia Metropolitana Única Para El ejercicio de Actividades Económicas)
- Permiso de funcionamiento de bomberos.
- Rotulación.
- Permiso ambiental
- Permiso de funcionamiento de la intendencia general de policía.

(Peñaherera, 2017).

## **2.4. Plan de ventas**

### **2.4.1.- Estrategia de precios**

El PV (precio de venta) de las papillas de bebe será en promedio entre \$1,50 ctv. A \$2.00. Este producto graba el 12% de IVA por lo tanto el PVP será de \$1.99. Además de eso se promocionará un paquete de pague 3 lleve 4 con un precio de \$5.00 promedio. Este paquete tendrá 4 sabores diferentes.



### 2.4.2 Estrategia para producto



Figura 13. Logo de la empresa.

Logo de la empresa.



Figura 14. Etiquetas de las papillas de bebe con su sabor respectivo.

Happy Food fue seleccionado por los encuestados. Se seleccionó el logo con un bebe y su papilla a un lado, ya que la felicidad del infante al comer este producto será única. El color tomate fue seccionado porque este color trasmite calidez, una energía combinada con diversión. Es una aventura.

Al diseñar las etiquetas, se colocó atrás un paisaje de celeste blanco y verde gracias al contraste de color donde, el verde significa naturaleza, crecimiento y renovación, además de ser asociado con la salud, frescura y paz. El celeste es ubicado gracias a su significación de libertad y paciencia.

La idealización de un bebé en el césped implica ternura y felicidad, la misma que al asociarla con el entorno procura una sensación de correlación con la naturaleza, esta es la idea que se pretende demostrar en el diseño, que él bebe comerá algo natural y fresco. (Bizzocchi, 2013)

## FOUR PACK ADELANTE

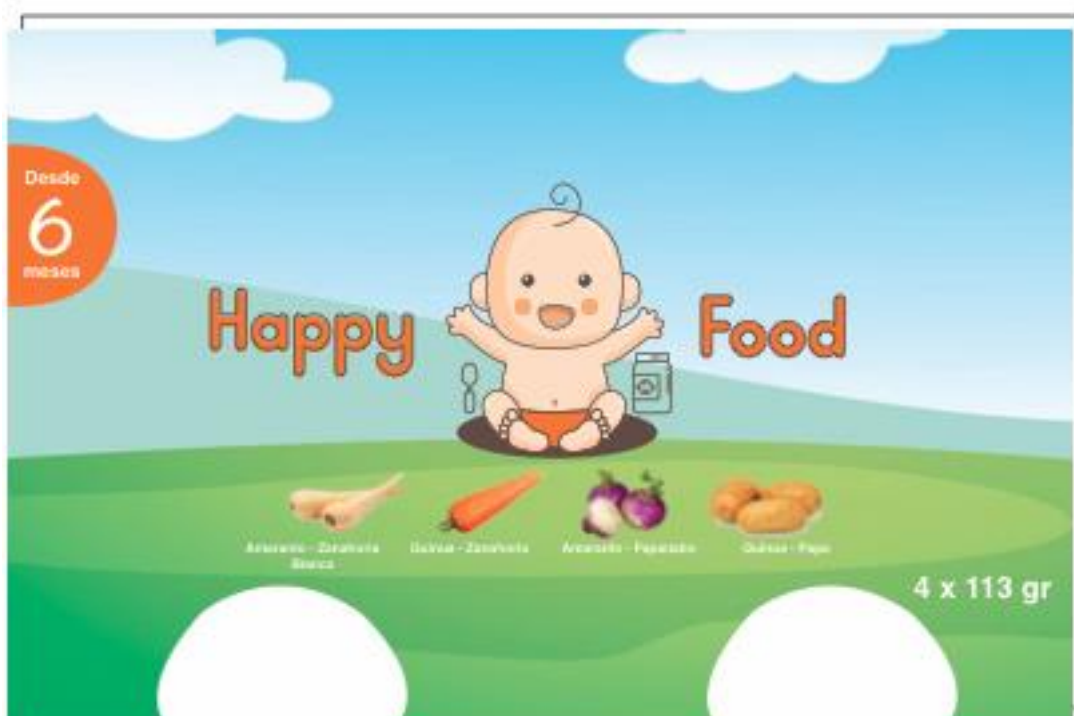
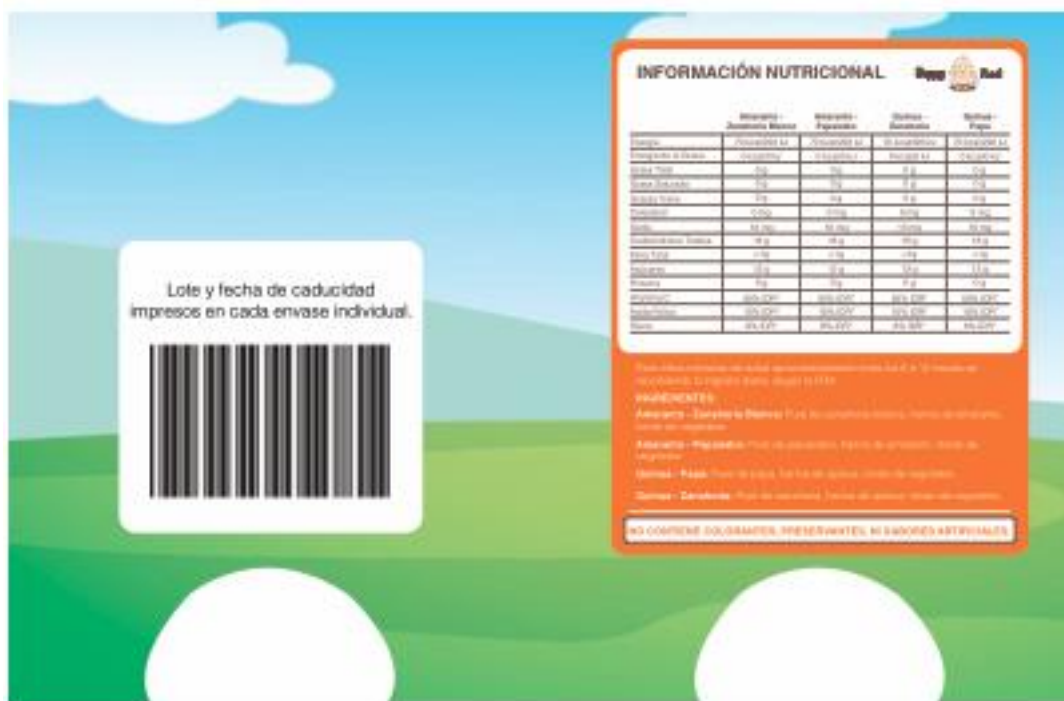


Figura 15. Empaque frontal de la promoción de 4 pack.

## FOUR PACK ATRÁS



Fig

ura 16. Empaque parte trasera de la promoción de 4pack.

Los four pack (paquete de 4 papillas de bebés) tendrán un modelo muy similar a las etiquetas. Diseños creados por: (Granja, 2017).

Las tipografías utilizadas son:

Wida Round Demo, esta letra se encuentra en negrita con tamaño 24. Esta es usada en el logo se seleccionó este tipo de letra ya que es fácil para su lectura.

Helvetica, este tipo de letra esta utilizado en las escrituras de tabla nutricional, ingredientes, etc. Está en negrita y light con un tamaño de puntos que varía entre 2 a 24.94.

### 2.4.3 Estrategia para plaza

La estrategia de plaza comprenderá los supermercados y farmacias, esto como resultado de la pregunta número 8 de la encuesta donde se decidieron estos dos lugares gracias a que 270 personas seleccionaron supermercado y 186

farmacias. Además de ser los sitios más concurridos al momento de comprar alimentos.

#### **2.4.4 Estrategia para promociones**

Las papillas de bebe se promocionarán por internet en redes sociales. Se tiene como ejemplo Facebook, Instagram, twitter además de que saldrán como propagandas al momento de abrir una página. El precio por publicar un anuncio en Facebook se establece según una subasta, por lo que Facebook cobrara únicamente por las veces es que tu anuncio tenga clic o sean impresos. Pero hay un paquete más rápido, que implica acordar un presupuesto ya establecido, y que percibe \$1 dólar diario. (Facebook, 2017).

Otra promoción implicará brindar al consumidor un paquete de pague 3 y lleve 4 papillas de bebe. Este producto contará con todos los sabores que se realice en la empresa. Con esto damos a conocer el producto y los sabores elaborados en la compañía.

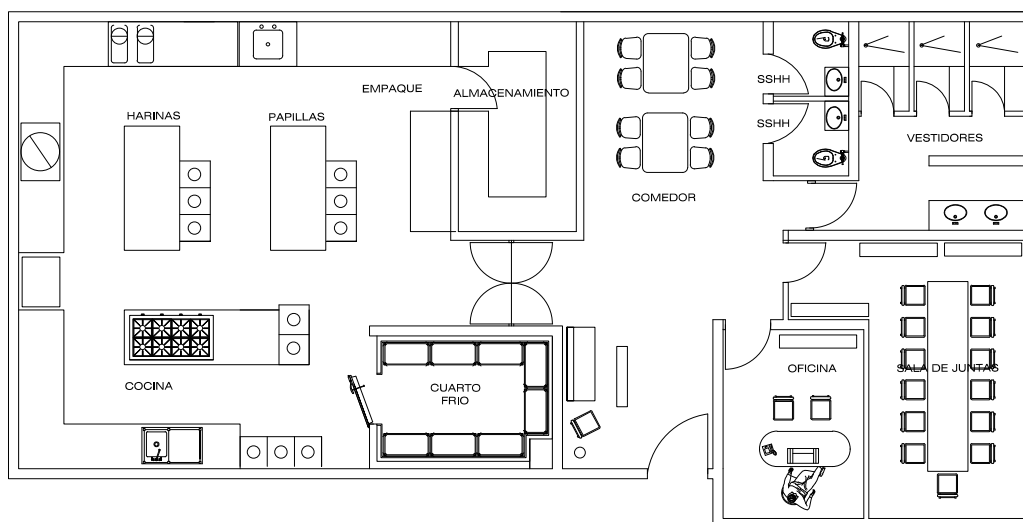
Se repartirá volantes en clínicas, puntos médicos de salud, farmacias, etc. Este volante tendrá el nombre de la empresa, el producto, número, correo electrónico donde se puedan comunicar con la compañía para elegir los sabores disponibles. Esto volantes medirán 15 cm de largo y 7 cm de ancho. Los 1000 volantes tendrán un costo de \$60.00 dólares.

## CAPITULO III

### 3.1 Tamaño

El plan de negocio para la creación de una empresa que fabrique papillas de bebes en la ciudad de Quito tendrá aun tamaño de 150 m2. Se ubicará en la calle Rio Coca, entre Pinzón y Paris, Edificio Cevallos E10-54, Planta baja.

#### 3.1.1 Análisis de la capacidad instalada



*Figura 17.* Diseño de distribución de la empresa.

Diseño: (Marmol, 2017).

La instalación contará con cocina, cuarto frío, almacenamiento una oficina y sala de junta. Happy food estará instalada en la planta baja del edificio Cevallos. La planta posee un tamaño de 189 metros cuadrados. Por lo que el diseño de la empresa estará siguiendo las reglas y normas de construcción que posee la cadena de producción.

Esta cadena de producción explica que la producción debe tener una línea de continuidad, es decir, no se deben cruzar varias distancias para que se realice el siguiente paso en el proceso de elaboración.

## 3.2 Localización

### 3.2.1 Análisis de la localización

La selección de la ubicación se realizó gracias a la densidad poblacional y comercial de la región señalada, determinando este lugar como una avenida concurrida cercana a varias casas de salud como: Clínica El Batán, Dispensario del IESS, etc. Donde existen servicios de: pediatría, laboratorio entre otros. Por lo que elaborar el producto cerca de este sector permitirá llegar a un mercado accesible, facilitando su distribución.

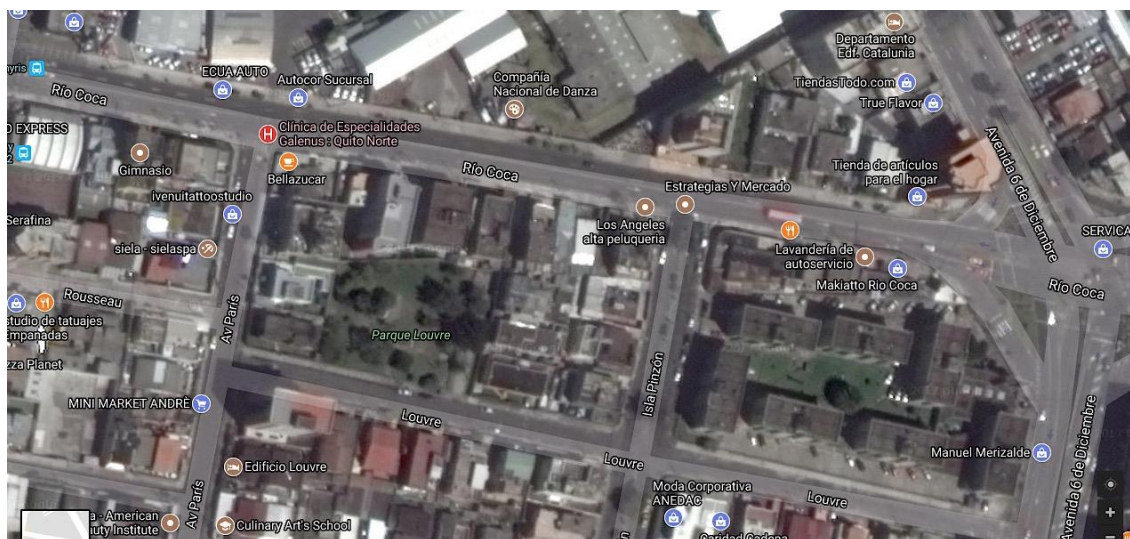


Figura 18. Mapa de la localización de la empresa.

Referencia: (Google Maps, 2017).



### 3.2.2 Ingeniería del proyecto

### 3.2.3 Recetas estándar

FACULTAD DE GASTRONOMÍA ALIMENTOS Y BEBIDAS					
<b>NOMBRE DE LA RECETA</b>		PAPILLA DE BEBE DE QUINUA Y ZANAHORIA			
<b>GÉNERO</b>		COMPLEMENTO ALIMENTICIO PARA BEBES DE 8 A 14 MESES			
<b>PORCIONES / PESO</b>		1017 KL/ 113 GR POR ENVACE			
<b>*PORCIÓN</b>					
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>					
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
0,09	KG	HARINA DE QUINUA		1,73	\$ 0,16
0,09	LT	FONDO DE VEGETALES		\$ 2,37	\$ 0,21
0,765	KG	ZANAHORIA AMARILLA		\$ 0,83	\$ 0,63
0,002	KG	SORBATO DE POTASIO		\$ 15,23	\$ 0,03
					\$ 0,00
		VALOR TOTAL:		TOTAL COSTO UNITARIO	\$ 1,03
<b>FOTOGRAFÍA</b>		<b>PROCEDIMIENTO</b>			
		1. REALIZAMOS LA HARINA DE QUINUA. 2. LAVAMOS, PELAMOS Y CORTAMOS LA ZANAHORIA. 3. SEMI-COCINAMOS LA ZANAHORIA . 4. CALENTAMOS EL FONDO, AGREGAMOS LA ZANAHORIA AL FONDO. 5. AGRAGAMOS LA HARINA DE QUINUA. SE COCINA POR 15 MINUTOS A UNA TEMPERATURA DE 75 GRADOS CENTIGRADOS. 6. LICUAR, CERNIR Y EFRIAR. 7. AGREGAR TROSOS DE ZANAHORIA COCINADA (LA ZANAHORIA DEBE ESTAR BLANDA). 8. ENVASAR EN GRASCOS DE VIDRIO PREVIAMENTE ESTERILIZADOS, ETIQUETAR Y ALMACENAR.			
<b>Enviado Por:</b>				<b>Recibido Por:</b>	
<b>Entregado Por:</b>				<b>Supervisado Po</b>	
<b>Autorizado Por:</b>					

Figura 19. Receta de papilla de quinua y zanahoria

FACULTAD DE GASTRONOMÍA ALIMENTOS Y BEBIDAS					
<b>NOMBRE DE LA RECETA</b>		PAPILLA DE BEBE DE QUINUA Y PAPA			
<b>GÉNERO</b>		COMPLEMENTO ALIMENTICIO PARA BEBES DE 8 A 14 MESES			
<b>PORCIONES / PESO</b>		113 GR			
<b>*PORCIÓN</b>					
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>					
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
0,09	KG	HARINA DE QUINUA		1,73	\$ 0,16
0,09	LT	FONDO DE VEGETALES		\$ 2,37	\$ 0,21
0,765	KG	PAPA		\$ 0,88	\$ 0,67
0,002	KG	SORBATO DE POTASIO		\$ 15,23	\$ 0,03
					\$ 0,00
		VALOR TOTAL:	VALOR TOTAL		\$ 1,07
<b>FOTOGRAFÍA</b>		<b>PROCEDIMIENTO</b>			
		1. REALIZAMOS LA HARINA DE QUINUA. 2. LAVAMOS, PELAMOS Y CORTAMOS LA PAPA. 3. SEMI-COCINAMOS LA PAPA . 4. CALENTAMOS EL FONDO, AGREGAMOS LA PAPA AL FONDO. 5. AGRAGAMOS LA HARINA DE QUINUA. SE COCINA POR 15 MINUTOS A UNA TEMPERATURA DE 75 GRADOS CENTIGRADOS. 6. LICUAR, CERNIR Y EFRIAR. 7. AGREGAR TROSOS DE PAPA COCINADA (LA PAPA DEBE ESTAR BLANDA). 8. ENVASAR EN GRASCOS DE VIDRIO PREVIAMENTE ESTERILIZADOS, ETIQUETAR Y ALMACENAR.			
<b>Enviado Por:</b>				<b>Recibido Por:</b>	
<b>Entregado Por:</b>				<b>Supervisado Po</b>	
<b>Autorizado Por:</b>					

Figura 20. Receta de papilla de quinua y papa

Fi

FACULTAD DE GASTRONOMÍA ALIMENTOS Y BEBIDAS					
<b>NOMBRE DE LA RECETA</b>	<b>PAPILLA DE BEBE DE AMARANTO Y ZANAHORIA BLANCA</b>				
<b>GÉNERO</b>	COMPLEMENTO ALIMENTICIO PARA BEBES DE 8 A 14 MESES				
<b>PORCIONES / PESO *PORCIÓN</b>	113 GR				
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>					
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
0,09	KG	HARINA DE AMARANTO		1,92	\$ 0,17
0,09	LT	FONDO DE VEGETALES		\$ 2,37	\$ 0,21
0,765	KG	ZANAHORIA BLANCA		\$ 0,92	\$ 0,70
0,002	KG	SORBATO DE POTASIO		\$ 15,23	\$ 0,03
		<b>VALOR TOTAL:</b>	<b>VALOR TOTAL</b>		\$ 1,12
<b>FOTOGRAFÍA</b>	<b>PROCEDIMIENTO</b>				
	1. REALIZAMOS LA HARINA DE AMARANTO 2. LAVAMOS, PELAMOS Y CORTAMOS LA ZANAHORIA BLANCA. 3. SEMI-COCINAMOS LA ZANAHORIA BLANCA. 4. CALENTAMOS EL FONDO, AGREGAMOS LA ZANAHORIA BLANCA AL FONDO. 5. AGRAGAMOS LA HARINA DE AMARANTO. SE COCINA POR 15 MINUTOS A UNA TEMPERATURA DE 75 GRADOS CENTIGRADOS. 6. LICUAR, CERNIR Y EFRIAR. 7. AGREGAR TROSOS DE ZANAHORIA BLANCA COCINADA (LA ZANAHORIA BLANCA DEBE ESTAR BLANDA). 8. ENVASAR EN GRASCOS DE VIDRIO PREVIAMENTE ESTERILIZADOS, ETIQUETAR Y ALMACENAR.				
<b>Enviado Por:</b>					
<b>Entregado Por:</b>				<b>Recibido Por:</b>	
<b>Autorizado Por:</b>				<b>Supervisado Po</b>	

Figura 21 Receta de papilla de amaranto y zanahoria blanca

FACULTAD DE GASTRONOMÍA ALIMENTOS Y BEBIDAS					
<b>NOMBRE DE LA RECETA</b>	<b>PAPILLA DE BEBE DE AMARANTO Y PAPA NABO</b>				
<b>GÉNERO</b>	COMPLEMENTO ALIMENTICIO PARA BEBES DE 8 A 14 MESES				
<b>PORCIONES / PESO *PORCIÓN</b>	113 GR				
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>					
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
0,09	KG	HARINA DE AMARANTO		1,92	\$ 0,17
0,09	LT	FONDO DE VEGETALES		\$ 2,37	\$ 0,21
0,765	KG	EL PAPA NABO		\$ 0,92	\$ 0,70
0,002	KG	SORBATO DE POTASIO		\$ 15,32	\$ 0,03
		<b>VALOR TOTAL:</b>	<b>VALOR TOTAL</b>		\$ 1,12
<b>FOTOGRAFÍA</b>	<b>PROCEDIMIENTO</b>				
	1. REALIZAMOS LA HARINA DE AMARANTO 2. LAVAMOS, PELAMOS Y CORTAMOS EL PAPA NABO. 3. SEMI-COCINAMOS EL PAPA NABO. 4. CALENTAMOS EL FONDO, AGREGAMOS EL PAPA NABO AL FONDO. 5. AGRAGAMOS LA HARINA DE AMARANTO. SE COCINA POR 15 MINUTOS A UNA TEMPERATURA DE 75 GRADOS CENTIGRADOS. 6. LICUAR, CERNIR Y EFRIAR. 7. AGREGAR TROSOS DE OCA COCINADA (EL PAPA NABO DEBE ESTAR BLANDA). 8. ENVASAR EN GRASCOS DE VIDRIO PREVIAMENTE ESTERILIZADOS, ETIQUETAR Y ALMACENAR.				
<b>Enviado Por:</b>					
<b>Entregado Por:</b>				<b>Recibido Por:</b>	
<b>Autorizado Por:</b>				<b>Supervisado Po</b>	

Figura 22 Receta de papilla de amaranto y papa nabo



FACULTAD DE GASTRONOMÍA ALIMENTOS Y BEBIDAS					
<b>NOMBRE DE LA RECETA</b>		FONDO DE VEGETALES			
<b>GÉNERO</b>		COMPLEMENTO ALIMENTICIO PARA BEBES DE 8 A 14 MESES			
<b>PORCIONES / PESO *PORCIÓN</b>		5 lt			
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>					
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
6	LT	AGUA			\$ 0,00
0,5	KG	CEBOLLA		\$ 2,76	\$ 1,38
0,25	KG	APIO		\$ 1,23	\$ 0,31
0,25	KG	ZANAHORIA		\$ 0,83	\$ 0,21
0,01	KG	LAUREL	UNA HOJA	\$ 35,00	\$ 0,35
0,01	KG	OREGANO	EN GASA PARA AROMATIZAR	\$ 12,80	\$ 0,13
					\$ 0,00
					\$ 0,00
		<b>VALOR TOTAL:</b>	<b>VALOR TOTAL</b>		\$ 2,37
<b>FOTOGRAFÍA</b>		<b>PROCEDIMIENTO</b>			
		1. COLOCAR AGUA EN UNA OLLA Y PONER A CALENTAR 2. LAVAR LA CEBOLLA, APIO Y ZANAHORIA. 3. PELAR LOS INGREDIENTES. 4. CORTAR LA CEBOLLA, APIO Y ZANAHORIA EN CORTES GRUESOS. 5. AGRGAR LOS INGREDIENTES AL AGUA JUNTO A LA HOJA DE LAUREL Y EN OREGANO ENVUELTO EN UNA GASA. 6. CERNIR, ENFRIAR Y GUARDAR EN CONGELACIÓN. SE GUARDARA CON FECHA DE ELABORACIÓN.			
<b>Enviado Por:</b>				<b>Recibido Por:</b>	
<b>Entregado Por:</b>				<b>Supervisado Po</b>	
<b>Autorizado Por:</b>					

Figura 23. Receta fondo de pollo

### 3.2.4 Diagramas de procesos de producción / venta

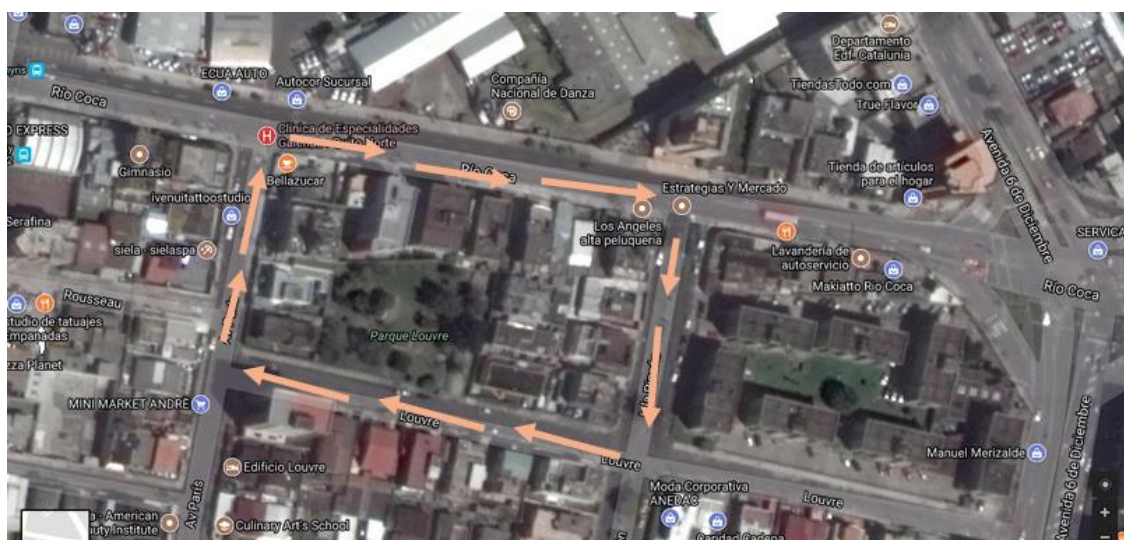


Figura 24 flujo de transito del lugar para entrega de producto.

Flujo de entrega de productos y transito fuera de la empresa. Este flujograma representa la entrega de productos a la empresa. La entrada será pos la calle Rio Coca. Esta calle posee carriles de doble dirección de tránsito vehicular.

Flujograma para la realización de papillas de bebés.

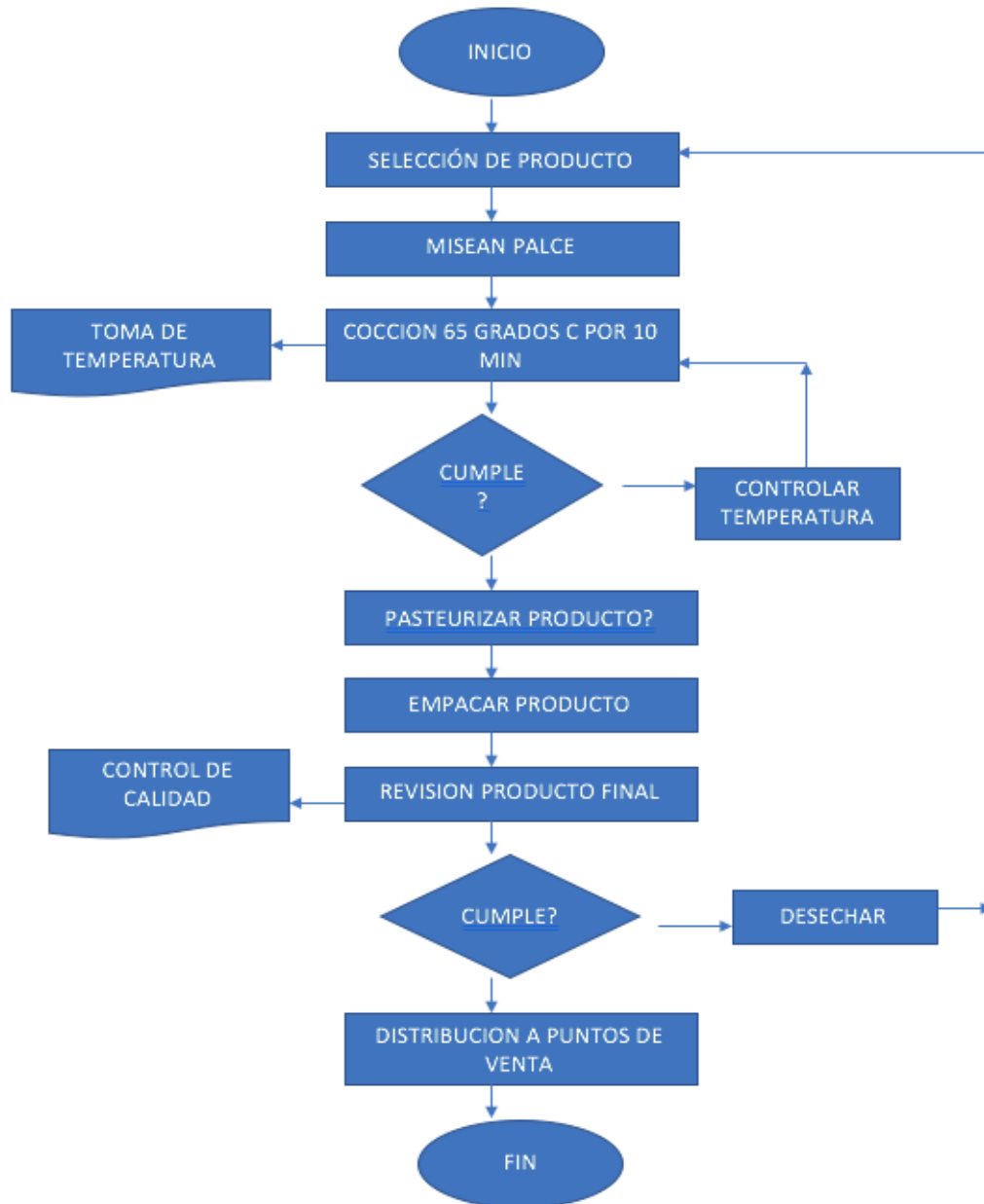


Figura 25 flujograma para recepción de productos.

### Inicio del flujo grama.

Selección del producto: La selección del producto comienza desde la elección del proveedor, opciones de ingredientes aptos para la realización de las

papillas. Estos ingredientes deben poseer las características necesarias para ser usadas en la producción.

Misen place: Este paso comienza con el lavado de los ingredientes como: tubérculos, quinua y amaranto. Después de pelarlos y cortarlos previo a su cocción.

Cocción: Se coloca en una olla el fondo vegetal se cocina los tubérculos y aparte, con el mismo fondo la quinua o el amaranto. Este proceso tiene como norma llegar a una temperatura de 65 grados centígrados en 10 minutos. Si en este tiempo no logra llegar a la temperatura adecuada se necesita lograr controlar los grados o se vuelve a empezar un nuevo lote de cocción.

Pasteurizar el producto: Después de la cocción se pasteurizará la mezcla que y los frascos junto con sus tapas, esto sirve para amatar cualquier tipo de bacteria que exista en ambos materiales. Para poder pasteurizar los frascos se debe calentar a vapor por mínimo 30 minutos, luego se debe poner en un horno pre calentado a 300 grados Fahrenheit mínimo.

Empacar: El proceso de empacar comprenderá asegurarse de que exista un vacío en el lote producido y que estén puestas las etiquetas en cada uno de ellos.

Revisión del producto: Para poder revisar si el producto cuenta con todas las características organolépticas, nutricionales y empacadas perfectas; se realizará una prueba con 3 muestras de cada lote procesado, pero estos deben tener un mínimo de 15 días de ser preparados. Se llenarán formularios para tener constancia del producto. Si el producto cumple se continuará con el siguiente paso, pero si no cumple, se realiza el proceso nuevamente desde selección del producto.

Distribución a puntos de venta: Después de haber aprobado la prueba de calidad, se empezará distribuir para supermercados y farmacias.

## Características tecnológicas

### 3.3.1 Selección de maquinaria, equipos y software

**Tabla No. 6**

Listado de insumos que se utilizara en la empresa y que son necesarios comprar.

MAQUINARIA, UTENCILLOS, EQUIPOS Y SOFTWARE.	CANTIDAD.	USO Y CARACTERISTICAS.	PRECIO.
<b>Fogón industrial</b>	2	Fogón industrial de 2 hornillas, se usará para la cocción de papillas, esterilización de frascos y embazado al vacío.	\$74.99
<b>Refrigerador</b>	1	Se necesitará dos refrigeradores que posean puerta de vidrio para poder observar los lotes y en si cada producto.	\$100
<b>Congelador</b>	1	Se mantendrá una muestra de cada lote para tener un respaldo de las papillas que salen a la venta.	\$167
<b>Mesa de trabajo</b>	5	Pose diferentes usos como: colocar maquinas, realizar pruebas y más.	\$500
<b>Computadora</b>	2	Se instalará un programa para controlar la producción,	\$250

		tiempos de cocción y métodos con sus temperaturas, contabilidad y publicidad de la misma.	
<b>Termómetro</b>	1	Se utilizará para controlar la temperatura adecuada que debe llegar la papilla.	\$4.50
<b>Olla</b>	3	Cocción de papillas para experimentación.	\$40 c/u \$120
<b>Olla de presión</b>	1	Cocción de papillas ya establecidas.	\$381.12
<b>Espátula de goma</b>	5	Para recolección de la mezcla en cada olla.	\$4.56 c/u \$22.80
<b>Cuchara de palo</b>	5	Mezclar	\$1 c/u \$5
<b>Frascos de 8onz</b>	1	Se utilizará para colocar la papilla y comercializarlo.	\$0.16
<b>Horno</b>	1	Se usará para cocción de alimentos, y secado de los frascos.	\$250
<b>Escoba</b>	2	Para limpieza del local	\$1 c/u \$2
<b>Pala</b>	2	Para limpieza del local	\$0.50 c/u \$1

<b>Basureros</b>	8	Para recolectar basura.	\$3,45 pequeños \$7.75
------------------	---	-------------------------	------------------------------

*Cada uno de los materiales que está en la lista fue buscado a un precio cómodo y de medio uso. Gracias a esta condición, se logró hablar con el vendedor para acomodar los precios al momento de la compra.*

## CAPITULO IV

### 4.1 Inversión inicial

Tabla No. 7

Capital necesario para la creación de la empresa.

<b>Capital de Trabajo</b>	
Costo Variable	\$6.884,70
Costo Fijo	\$14.582,63
Depreciación	\$302,67
Amortización	\$80,00
Requerimiento Anual	\$21.084,65
Valor Diario de Operación	\$57,77
<b>Capital Operativo para 90 días</b>	<b>\$5.198,96</b>
<b>Plan de Inversión</b>	
Activos Corrientes	\$5.198,96
Activos Fijos	\$2.779,69
Activos Diferidos	\$400,00
<b>Total Inversión</b>	<b>\$8.378,65</b>

*En la tabla se muestra el capital de trabajo, donde están todos los materiales se comprarán para el funcionamiento de la empresa. El plan de inversión, que se refiere a la suma de los activos fijos, corrientes, diferidos y el financiamiento final.*

En el cuadro se puede ver que la inversión total es de \$8.378,65. Para abrir el negocio se necesitará \$5.198,96 de inmediato, esto será para poder comprar

todos los materiales para la empresa. Los \$3.179,69 siguientes serán usados en activos fijos y diferidos (arriendo, servicios básicos, etc.).

La inversión total se cubrirá con fondos propios sin ayuda de ninguna entidad financiera.

## 4.2 Proyección de BG

**Tabla No. 8**

Happy food BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVO</b>	\$ -
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 5.198,96		
ACTIVOS FIJOS	\$ 2.779,69	<b>PATRIMONIO</b>	\$ 8.378,65
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 400,00		
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<u>\$ 8.378,65</u>	<b>TOTAL DE PASIVO+ PATRIMONIO</b>	<u>\$ 8.378,65</u>

*Balance general de Happy Food.*

EL balance general es un documento contable donde indicar situación financiera que tiene un negocio en una fecha establecida, esta dependerá. Por lo que el balance general demostrara en un cuadro detalladamente las propiedades y obligaciones que tiene un negocio.

El balance general se divide en dos, activos y pasivos. Activos está conformado por bienes y derechos, mientras tanto los pasivos son las obligaciones y deudas que posee la empresa. (UAL, 2016)

## 4.3 Proyección de PyG

**Tabla No. 9**

Gastos fijos mensuales.

<b>Costos fijos Mensuales</b>	
Arriendo	\$150,00
Servicios Basicos	\$100,00
Promocion y Publicidad	\$75,00
Suministros de Aseo	\$100,00
Suministros de Oficina	\$50,00



*Lista de gastos fijos mensuales.*

Los gastos fijos mensuales fueron tomados de un análisis de cobro y consumo que poseen las personas que viven en el edificio y consultorio dental que está funcionando en el mismo, por lo tanto los valores enunciados son los más cercanos a la realidad.

**Tabla No. 10**

Activos Fijos de la Empresa	
Detalle	Valor
Equipos de Cocina	
Cocina - Horno	\$324,99
Refrigerador	\$100,00
Congelador	\$167,00
Ollas - Sartenes	\$501,12
Fregaderos	\$86,54
Mesones	\$500,00
Licuadaora	\$220,00
utencillos	\$130,04
Miscelaneos	
Computadora	\$250,00
Mesas	\$300,00
Sillas	\$200,00
<b>Total</b>	<b>\$2.779,69</b>
Activos Diferidos de la Empresa	
Detalle	Valor
Gastos de constitución	\$ 400,00
<b>Total</b>	<b>\$400,00</b>

Activos fijos de la empresa:

*En el cuadro se muestra un listado de activos fijos con sus respectivos precios.*

Un activo diferido es aquel gasto que será pagado por anticipado, además de no poder ser recuperados. Estos activos poseen una amortización, que esta dependerá de qué tipo de artículo sea. (Teoría básica contable, 2014)

La lista de activos fijos con su precio total y activos diferidos de la empresa.

En activos fijos se posee todos los equipos que serán necesarios para abrir el negocio, como equipos de cocina y misceláneos, además de activos diferidos de la empresa, para estos serán usados los gastos constitucionales de la empresa.

### Tabla No. 11

Depreciación de activos fijos y amortización.

<b>Depreciaciones</b>					
<i>Detalle</i>	<i>Valor Actual</i>	<i>Años</i>	<i>Valor Residual</i>	<i>Valor AM 3 Años</i>	<i>Valos AM 5 años</i>
Cocina - Horno	\$324,99	10	\$32,50	\$29,25	\$29,25
Refrigerador	\$100,00	10	\$10,00	\$9,00	\$9,00
Congelador	\$167,00	10	\$16,70	\$15,03	\$15,03
Ollas - Sartenes	\$501,12	10	\$50,11	\$45,10	\$45,10
Fregaderos	\$86,54	10	\$8,65	\$7,79	\$7,79
Mesones	\$500,00	10	\$50,00	\$45,00	\$45,00
Licuadaora	\$220,00	10	\$22,00	\$19,80	\$19,80
utencillos	\$130,04	10	\$13,00	\$11,70	\$11,70
Mesas	\$300,00	10	\$30,00	\$27,00	\$27,00
Sillas	\$200,00	10	\$20,00	\$18,00	\$18,00
Computadora	\$250,00	3	\$25,00	\$75,00	\$0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.779,69</b>		<b>\$277,97</b>	<b>\$302,67</b>	<b>\$227,67</b>

<b>Amortizaciones</b>			
<i>Detalle</i>	<i>Años</i>	<i>Valor Actual</i>	<i>Am. Anual</i>
Constitucion de marca	5	\$400,00	\$80,00
	5	\$0,00	\$0,00
<b>Total</b>			<b>\$80,00</b>

*Depreciación de activos fijos y total de amortización por año.*

La depreciación es la perdida que van a tener los activos fijos en el paso de los años, por lo que se toma una cierta cantidad de años dependiendo del equipo. Se seleccionará el valor actual y multiplicamos por 0.1 para poder sacar el valor residual. El siguiente paso es sacar el Valor AM a 3 años, esto se logrará

restando el valor actual del valor residual, el resultado de esta resta se dividirá para los años. Y por último, al sacar el Valor AM de 5 años se realiza el mismo proceso anteriormente explicado.

En el caso de la amortización, para calcular el monto anual se resta el valor actual para los años, el mismo que dará como resultado lo que se deba pagar por años en amortizaciones.

**Tabla No. 12**

Estado financiero del proyecto.

DATOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 17.353,19	\$ 19.088,96	\$ 20.997,86	\$ 23.097,64	\$ 25.407,41
Materia prima directa	\$ 1.087,95	\$ 1.196,75	\$ 1.316,42	\$ 1.448,06	\$ 1.592,87
Mano de obra directa	\$ 5.796,75	\$ 6.171,60	\$ 6.356,75	\$ 6.426,67	\$ 6.619,47
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 10.468,49	\$ 11.720,61	\$ 13.324,69	\$ 15.222,91	\$ 17.195,07
<i>Costo operacional</i>					
Mano de obra indirecta	\$ 3.085,88	\$ 3.273,30	\$ 3.371,50	\$ 3.408,59	\$ 3.510,84
Material indirecto de fabricación	\$ 556,79	\$ 612,48	\$ 673,73	\$ 741,10	\$ 815,21
Arriendo	\$ 1.800,00	\$ 1.854,00	\$ 1.909,62	\$ 1.966,91	\$ 2.025,92
Servicios Básicos	\$ 1.200,00	\$ 1.236,00	\$ 1.273,08	\$ 1.311,27	\$ 1.350,61
Suministros de Aseo	\$ 1.200,00	\$ 1.236,00	\$ 1.273,08	\$ 1.311,27	\$ 1.350,61
Depreciación maquinaria	\$ 182,67	\$ 182,67	\$ 182,67	\$ 182,67	\$ 182,67
<i>Costo no operacional</i>					
Suministros de Oficina	\$ 600,00	\$ 618,00	\$ 636,54	\$ 655,64	\$ 675,31
Promoción y Publicidad	\$ 900,00	\$ 927,00	\$ 954,81	\$ 983,45	\$ 1.012,96
Depreciación muebles y enseres	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00
Depreciación equipos de oficina	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ -	\$ -
Amortización	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
TOTAL COSTOS	\$ 743,16	\$ 1.581,16	\$ 2.849,67	\$ 4.537,01	\$ 6.145,94
Utilidad de trabajadores	\$ 111,47	\$ 237,17	\$ 427,45	\$ 680,55	\$ 921,89
Base imponible	\$ 631,68	\$ 1.343,99	\$ 2.422,22	\$ 3.856,46	\$ 5.224,05
impuesto a la renta	\$ 63,17	\$ 134,40	\$ 290,67	\$ 578,47	\$ 783,61
Utilidad en ejercicio	\$ 568,52	\$ 1.209,59	\$ 2.131,55	\$ 3.277,99	\$ 4.440,44

En la tabla se muestra el total de ingresos, todos los gastos que tendrá y la utilidad final por año.

En el cuadro se desea obtener es la utilidad obtenida en un periodo de 5 años, pero uno por uno. Para la obtención de este dato se realizará los siguientes ejercicios.

- Primero, se colocarán los ingresos que tiene la empresa.
- A estos ingresos se les restará la materia prima directa y la mano de obra directa. (datos seleccionados de la tabla N 5 y tabla de los gráficos N16 al 23)
- Esto nos dará como resultado el margen de contribución.
- Al margen de contribución se restará los costos operativos que son: mano de obra indirecta, material indirecto de fabricación, servicios básicos, suministros de aseo, depreciación de maquinaria; también se restará el costo no operacional que son: suministros de oficina, promoción y publicidad, depreciación e muebles, depreciación de equipos de oficina y amortizaciones.
- Esto dará como resultado el total de costos de producción de papillas.  
En el costo total toca restar la utilidad de trabajadores, y el impuesto a la renta.

Al realizar estos procesos obtendremos nuestra utilidad por año, la cual el año 1 es de \$568,00 y el año 5 es de \$4.440,00 dólares americanos

#### 4.4 Estado de Flujo de caja.

**Tabla No. 13**

Flojo neto de fondos del proyecto.

FLUJO NETO DE FONDOS						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta		\$ 568,52	\$ 1.209,59	\$ 2.131,55	\$ 3.277,99	\$ 4.440,44
+ Depreciación de los activos		\$ 302,67	\$ 302,67	\$ 302,67	\$ 227,67	\$ 227,67
+ Amortización de los diferidos		\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
- Inversiones	\$ (8.378,65)					
+ Valor residual de los activos						\$ 277,97
= FLUJO NETO DE FONDOS	\$ (8.378,65)	\$ 951,19	\$ 1.592,26	\$ 2.514,22	\$ 3.585,66	\$ 5.026,09

*Se realiza la utilidad neta de más depreciaciones, más amortizaciones, menos inversiones y más valor residual dando como resultado el flujo neto de fondos.*

El flujo neto de fondos sirve para identificar la liquidez que poseerá el negocio. Se calcula tomando como utilidad neta el resultado de la tabla N 12. A esto se sumará el resultado de depreciación y amortización que se encuentra en la

tabla N 11. Al realizar la operación se obtiene el flujo neto de fondos del proyecto.

Un dato importante es que el flujo neto de fondos siempre empieza desde año 0, ya que inicia en el año con el dato de la inversión, con esta información se realizará el cálculo de los indicadores financieros.

#### 4.5 Indicadores Financieros

VAN y TIR.

##### Tabla No. 14

Indicador financiero VAN Y TIR.

VAN	\$ 404,42
TASA DE DESCUENTO	12,91%
TIR	14%

*En el cuadro se muestra los resultados de los estados financieros.*

El 12,91% se tomó como dato del Banco Central Del Ecuador. Este riesgo país representa a que tan factible es ponerse un negocio. Hay un simulador donde nos indica la inflación, riesgo país, tasa de interés, tasa de desempleo, etc.

(BCE, 2015)

El VAN (Valor Actual Neto), este indicador nos muestra si se va a recuperar la inversión que se realizó al momento de poner el negocio. Para que el VAN sea a favor de la empresa siempre debe ser mayor a 1. La fórmula del VAN es la siguiente:

$$V.A.N. = -A + \sum_{s=1}^n \frac{Q_s}{(1+i)^s}$$

*Ecuación 1 Valor Actual Neto*

Dónde:

A= inversión inicial

Qs= flujo de caja de los años establecidos

n= número de años que dura le inversión

Por lo tanto, al remplazar los datos:

$$VAN = \frac{12,91\%(-\$8.241,88 \left( \frac{\$1.697,94 + \$2.028,44 + \$2.601,64 + \$3.331,26 + \$4.324,03}{4.324,03} \right))}{(1 + 5)^5}$$

*Ecuación 2 Valor Actual Neto*

Por lo que nos da como resultado \$404.42. Esto quiere decir que el negocio es rentable y que se va poder recuperar la inversión en el tiempo que se estimó, logrando alcanzar una ganancia.

El TIR (Tasa de Interés de Retorno), este método nos indica si el proyecto a realizar es rentable o no. Para calcular el TIR se tomará los siguientes datos realizando la fórmula para calcularlo:

$$VPN = \frac{\sum R_t}{(1+i)^t} = 0$$

*Ecuación 3 Tasa de Interés de Retorno*

Dónde:

t= el tiempo de flujo de caja

i= tasa de descuento

Rt= el flujo neto de efectivo

Por lo tanto, al remplazar los datos:

$$TIR = \frac{\left( \frac{\$1.697,94 + \$2.028,44 + \$2.601,64 + \$3.331,26 + \$4.324,03}{4.324,03} - \$8.241,88 \right)}{(1 + 12,91\%)^5}$$

*Ecuación 4 Tasa de Interés de Retorno*

Por lo que da como resultado 14%, es un porcentaje mayor a la tasa de costo de oportunidad. Entonces el negocio es rentable y tiene una buena oportunidad.

Punto de Equilibrio.

Indicador financiero punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 1.231,90	\$ 2.575,18	\$ 4.490,68	\$ 6.883,98	\$ 9.081,24
---------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Se muestra el punto de equilibrio necesario en ventas por 5 años.

Para poder sacar los resultados del punto de equilibrio que se necesita en cada año de la proyección realizada es con la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Total de costos}}{1 - \left( \frac{\text{materia prima directa} + \text{mano de obra directa}}{\text{ingresos}} \right)}$$

Ecuación 5 Punto de Equilibrio

Esta fórmula se la usará por cada año y se obtendrá el punto de equilibrio por año.

## **CAPITULO V**

### **5.1 Conclusiones**

La empresa a plantear obtiene un resultado de ser rentable dando ganancias a la persona que decida iniciar esta empresa, abriendo paso a una nueva línea de productos que no tiene una amplia variedad de oferta para satisfacer la demanda del consumidor.

El mercado no permite el ingreso de pequeñas empresas por el hecho de que los clientes ya están fidelizados con monopolios. Por lo que es un reto al que una persona emprendedora y arriesgada desearía tomar.

Las papillas de bebe con sabor de amaranto y quinua están llamando la atención, ya que es un súper food y podrá complementar de una manera bástate amplia en todos los minerales y vitaminas que tiene estos ingredientes. Además, que el mercado de papillas de sal aún no ha sido explotado al máximo y dará una gran oportunidad para poder insertarse en el mercado.

### **5.2 Recomendaciones**

Aumentar la promoción del producto y de la empresa. Esta puede ser por radio o televisión, pero será preferible hacerlo cuando la empresa este estable y tenga más ganancias.

Dar a conocer al consumidor un nuevo producto con ingredientes de la región andina del Ecuador. Con esto se demostrará de donde vienen los productos y que los ecuatorianos se familiaricen con los productos que existe en su país y además de eso todo lo que los ingredientes son capaces de aportar a la dieta de su bebe y a la de ellos también.

Introducir cada vez más los productos nacionales en la elaboración de alimentos para bebes. Es necesario que exista el sentimiento de ser patriota con la gastronomía ecuatoriana para que esta vaya creciendo.



## REFERENCIAS

- Asociación Dental Americana. (2017). *American Dental Meeting*. Obtenido de <http://www.ada.org/en/meeting>
- American Dental Association. (2017). *Publications*. Obtenido de <http://www.ada.org/en/publications>
- BBC Mundo. (09 de 07 de 2007). Papilla para bebés es "antinatural". Obtenido de [http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid\\_6766000/6766985.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_6766000/6766985.stm)
- Bizzocchi, A. (08 de 01 de 2013). *Los Colores y su Significado*. Obtenido de Ideas Marketing: <http://www.ideaschicago.com/los-colores-y-su-significado/>
- CNN-Chile. (16 de 05 de 2016). *Vida Sana en Directo: Propiedades de la Quinoa y el amaranto*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=uNe2sXDLvMY>
- Diario Gestión. (10 de 29 de 2013). *Todo lo que necesita conocer sobre el financiamiento para MYPES y PYMES*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/empresas/necesita-conocer-financiamiento-mypes-pymes-51498>
- Early, D. (1977). *Cultivation and uses of amaranth in contemporary Mexico*. En P. o. Seminar. Emmaus: Rodale Press.
- El comercio. (22 de 04 de 2012). *Los envases de vidrio ganan espacio entre los consumidores nacionales*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/envases-de-vidrio-ganan-espacio.html>
- El Comercio. (20 de 04 de 2017). El riesgo país alcanzó 729 puntos y es la cifra más alta del presente año. *Redacción negocios*, pág. párr. 4.
- Emprendedor, V. (17 de 05 de 2014). *Millonarios del Mundo: Historia de Gerber ( Dan & Dorothy Gerber)*. Obtenido de <https://vidaemprendedor.com/gerber-una-historia-de-exito-emprendedor/>

- Enríquez, E. T. (09 de 05 de 2015 ). *1,1 millones de madres son jefas de hogar en Ecuador*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-madre-negocios-mama-mujer.html>
- Epitia Rangel Eduardo, Mapes Sanchez Cristina, Escobedo Lopez Diana, Rivas Valencia Patricia, Martinez Trtejo Gullermina, Cortez Espinoza Lorena, Hernandez Casilles Juan Manuel. (2010). Conservación y Uso de los Recursos Genéticos de Amaranto. En *Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias*.
- Expedición Normativa Sanitaria. (03 de 02 de 2017). *Normativa Sanitaria para Control de Suplementos Alimenticios*. Obtenido de [http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/Resoluci%C3%B3n\\_ARCSA-DE-028-2016-YMIH\\_NTS\\_SUPLEMENTOS\\_ALIMENTICIOS.pdf](http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/Resoluci%C3%B3n_ARCSA-DE-028-2016-YMIH_NTS_SUPLEMENTOS_ALIMENTICIOS.pdf)
- Facebook. (2017). *Facebook para empresas*. Obtenido de <https://www.facebook.com/business/learn/how-much-facebook-ads-cost>
- Fybeca. (2017). *Gobierno Corporativo*. Obtenido de <https://www.corporaciongpf.com/gobierno-corporativo/>
- Google Maps. (2017). Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/@-0.1634339,-78.4767525,195m/data=!3m1!1e3>
- Granja, N. P. (25 de 11 de 2017). *Diseños*.
- INEC. (2001). *Poblacion e Indicadores de la Administracion Zonal Según Barrio Sector*. Obtenido de [http://sthv.quito.gob.ec/recursos/indicadores/Demografia\\_barrio.htm](http://sthv.quito.gob.ec/recursos/indicadores/Demografia_barrio.htm)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (01 de 12 de 2014). *La mujer ecuatoriana en números*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/la-mujer-ecuatoriana-en-numeros/>
- Maeve Duggan y Aaron Smth. (16 de 09 de 2013). *Uso de internet celular 2013*. Obtenido de <http://www.pewinternet.org/2013/09/16/cell-internet-use-2013/>
- Maldonado, P. (01 de 12 de 2017). *El precio del quintal de quinua se duplicó para la industria local*. Obtenido de

<http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/precio-del-quintal-de-quinua.html>

Marmol, E. (24 de 11 de 2017). Obtenido de 2017

Ministerio del Interior. (10 de 2012). *Permisos de Funcionamiento*. Obtenido de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/Categori%CC%81as-Permisos-de-funcionamiento.pdf>

Ministerio del Interior. (s.f.). *Manual del Ciudadano*. Obtenido de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/el-ministerio/>

Nestlé. (01 de 12 de 2017). *Nestle a gusto con la vida*. Obtenido de <https://www.agustoconlavida.es/marcas-nestle/nestle-papillas/historia/564>

Normativa Sanitaria para el Control de Suplementos Alimenticios. (03 de 02 de 2017). *La Dirección Ejecutiva de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de [http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/Resoluci%C3%B3n\\_ARCSA-DE-028-2016-YMIH\\_NTS\\_SUPLEMENTOS\\_ALIMENTICIOS.pdf](http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/Resoluci%C3%B3n_ARCSA-DE-028-2016-YMIH_NTS_SUPLEMENTOS_ALIMENTICIOS.pdf)

Nutrimonsters. (2016). Obtenido de <http://www.nutrimonsters.com/comprar/pack-6-papillas-quinua-y-zapallo>.

Ordesa. (2015). © Ordesa. Obtenido de <https://www.ordesa.es/#slide1>

Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura. (2013). *Agricultura Orgánica*. Obtenido de <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq6/es/?height=921.6&width=921.6>

Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura. (2014). Obtenido de <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq6/es/?height=921.6&width=921.6>

QUINUA KIDS. (10 de 2016). *Baby Food*. Obtenido de <http://www.quinuakids.com/>

San Jorge. (2016). *Frutas Mixtas*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&>

cd=&ved=0ahUKEwil9Zq56-7XAhUOMd8KHTCiC-  
 kQjhwIBQ&url=http%3A%2F%2Flevapan.com.ec%2Fproducto%2Fcomp  
 otas-san-jorge-sabor-a-frutas-  
 mixtas%2F&psig=AOvVaw0lcv6TcoVVH7VKHgnze8xc&ust=151242476  
 139208

Sandoval, P. (01 de 01 de 2003). Consumidores prefieren productos importados. *El Universo*, pág. 01.

Servicio ecuatoriano de Normalización. (2017). *Listado de Aranceles*. Obtenido de <http://apps.inen.gob.ec/formularios/ListadoAranceles>

Superintendencia de Compañías del Ecuador. (01 de 12 de 2017). *CIIU4 Superintendencia de Compañías*. Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/home1.php?blue=5e9d17e41f784ae361ada1d0817186f6&ubc=Principal/%20Instructivos%20y%20Manuales>

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (01 de 12 de 2017). SC. Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portalscvs/>

Toapanta, I. (2009). *Microempresa Productora de Harina de Amaranto*. Quito.

Vida Digital. (2014). *Comienzo Sano*. Obtenido de <https://www.comienzosano.nestle.ec/6-8-meses/producto>

Youtube. (06 de 12 de 2011). *2/2 Puré manzana Gerber como se elabora. .* Obtenido de [https://www.youtube.com/watch?v=6QX4x37\\_TTg](https://www.youtube.com/watch?v=6QX4x37_TTg)

Yovera, M. (28 de 10 de 2013). *YOUTUBE- Entrevista sobre la quinua a nutricionista*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=jdamRAViJ74>.

## **Anexos**



*Convocatoria de productos*

**aei** Alianza para el emprendimiento e innovación

Corporación **GPF**  
Integridad crea confianza

Buscamos proveedores de:

**Alimentos:**  
Mermeladas para Celiaco  
Papillas  
Snacks para Bebés  
Alimentos para deportistas (Gomas, barras energéticas, gel)

**Limpieza:**  
Gotas oftalmológicas para lentes de contacto

**Bazar:**  
Gadgets innovadores

**Productos de temporada:**  
Día de la Madre, Temporada playa, Día del niño, Fin de año

**Postula hasta 14 de abril**

1

1 comentario

Anexo 1. Fybeca lanza un llamado a empresas

# Encuesta

La siguiente encuesta estará dirigida a madres que tengan bebés de 8 a 14 meses, para conocer sus gustos y preferencias sobre papillas artesanales para bebés. (La información se usará para un trabajo de titulación en la Universidad de las Américas).

## INFORMACION GENERAL.

Número de hijos \_\_\_\_\_

Edades \_\_\_\_\_

1. ¿Usted compra papilla para alimentar a su bebé?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_ ¿Por qué no? \_\_\_\_\_

Si su respuesta es no, por favor pasar a la pregunta 10.

2. ¿Qué tipo de papilla es la que usted compra más para el consumo de su hijo? (Marque sólo una opción).

Papilla dulce \_\_\_\_\_

Papilla salada \_\_\_\_\_

Ambas \_\_\_\_\_

3. ¿Qué factor es el más importantes para usted en una papilla para bebe?

(Marque sólo una opción).

Orgánico \_\_\_\_\_

Sin aditivos \_\_\_\_\_

Sin colorantes \_\_\_\_\_

Sabores exóticos \_\_\_\_\_

4. ¿Compraría usted para su bebe papillas hechas de quinua y amaranto?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

Si su respuesta es no, por favor pasar a la pregunta 6.

5. Califique del 1 al 5 que sabores preferiría darle a su bebe. Siendo 5 el que más le gusta y 1 el de menor agrado.

- Papilla con sabor a zanahoria con quinua

1 \_\_\_ 2 \_\_\_ 3 \_\_\_ 4 \_\_\_ 5 \_\_\_

- Papilla sabor amaranto y oca

1 \_\_\_ 2 \_\_\_ 3 \_\_\_ 4 \_\_\_ 5 \_\_\_

- Papilla sabor quinua y papa

1 \_\_\_ 2 \_\_\_ 3 \_\_\_ 4 \_\_\_ 5 \_\_\_

- Papilla sabor amaranto y zanahoria blanca

1 \_\_\_ 2 \_\_\_ 3 \_\_\_ 4 \_\_\_ 5 \_\_\_



- Papilla sabor quinua y mashua

1 \_\_\_ 2 \_\_\_ 3 \_\_\_ 4 \_\_\_ 5 \_\_\_

- Papilla sabor amaranto y papa nabo

1 \_\_\_ 2 \_\_\_ 3 \_\_\_ 4 \_\_\_ 5 \_\_\_

6. ¿Con que frecuencia compraría a su bebe estas papillas?

Más de 4 veces al mes \_\_\_

3 veces al mes \_\_\_

2 veces al mes \_\_\_

1 vez al mes \_\_\_

Nunca \_\_\_

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas papillas artesanales que tendrán un contenido de 4 onzas (media taza) y están elaboradas a base quinua y amaranto?

\$1.50 a \$2.00 \_\_\_\_\_

\$2.01 a \$2.50 \_\_\_\_\_

8. ¿En dónde compra actualmente las papillas para su bebe? (Marque del 4 al 1, siendo 4 el lugar en donde usted compra con más frecuencia y 1 el lugar en donde casi nunca compra).

Supermercados \_\_\_\_

Farmacias \_\_\_\_

Tiendas de barrio \_\_\_\_

Tiendas on-line \_\_\_\_

9. ¿Usted compraría un four pack de papillas a un precio de promoción? (El four pack poseerá diferentes sabores).

Si \_\_\_\_

No \_\_\_\_

10. ¿Qué nombre le gustaría para las papillas de bebe?

*(Marque sólo una opción).*

My Baby kid \_\_\_\_ (Mi niño bebe)

Pallpa \_\_\_\_ (Bebe)

Happy food \_\_\_\_ (Comida feliz)

Baby care \_\_\_\_ (Cuidado del bebe)

11. ¿Usted conoce alguna de las siguientes empresas de papillas artesanales?

*(Marque sólo una opción).*

Nutrimonster \_\_\_

Quinoa KIDS \_\_\_

San Jorge \_\_\_

Otros \_\_\_ Nombre \_\_\_\_\_

Anexo 2 encuesta

Refrigerador Multi Puerta

Publicado hace 22 días  
Guayaquil, Guayas

\$100



Se vende cocina de inducción Marca Frigidaire. Con horno.

Publicado hace 2 días  
Guayaquil, Guayas

\$150



Concina a comprar

Horno con Termometro de 3 Latas

Publicado hace 2 días  
Guayaquil, Guayas

\$180



Vendo Congelador

Publicado hace 1 mes  
Guayaquil, Guayas

\$150



Vendo Cocina Industrial de 3 Ornillas

Publicado hace 1 mes  
Guayaquil, Guayas

\$100



FREGADERO TEKA STYLO 1C 1E REVERSIBLE INOX

Publicado hace 15 días  
Guayaquil, Guayas

\$110



Mesonas en acero inox. de pared Nuevos, bajo medida y preferencia del cliente.

Publicado hace 8 hrs  
Guayaquil, Guayas

\$600



Licudadora Industrial Si Tiene Tapa

Publicado hace 24 días  
Guayaquil, Guayas

\$390



VENDO LAPTOP DELL basica..wifi..lector de video vlc

Publicado hace 17 días  
Guayaquil, Guayas

\$140



MACBOOK CORE 2 DUO DE OFERTA!

Publicado hace 1 mes  
Guayaquil, Guayas

\$110



Anexo 3 artículos de

