



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS
CARRERA DE ESTADÍSTICA

**“ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA MAYONESA
FIT”.**

Trabajo de titulación

Tipo: Emprendimiento

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO EN ESTADÍSTICA INFORMÁTICA

AUTORES:

MARÍA JOSÉ OROZCO CASTRO
ALEX DANIEL PERALVO GARCÉS

Riobamba – Ecuador

2021



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS
CARRERA DE ESTADÍSTICA

**“ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA MAYONESA
FIT”.**

Trabajo de titulación

Tipo: Emprendimiento

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO EN ESTADÍSTICA INFORMÁTICA

AUTORES: MARÍA JOSÉ OROZCO CASTRO

ALEX DANIEL PERALVO GARCÉS

DIRECTORA: Ing. MARLENE JACQUELINE GARCIA VELOZ

Riobamba – Ecuador

2021

©2021, María José Orozco y Alex Daniel Peralvo Garcés

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el derecho de los autores.

Yo, Orozco Castro María José – Peralvo Garcés Alex Daniel, declaro el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autores asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Riobamba, 20 de agosto 2021



María José Orozco Castro

180373247-6



Alex Daniel Peralvo Garcés

180444007-9

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS
CARRERA DE ESTADÍSTICA

El tribunal de titulación certifica que: el trabajo de titulación: Tipo: Emprendimiento, **ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA MAYONESA FIT**, realizado por los señores OROZCO CASTRO MARIA JOSE, PERALVO GARCES ALEX DANIEL, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Dra. Jaqueline Elizabeth Balseca Castro PRESIDENTE DEL TRIBUNAL:	_____	20 de agosto de 2021 _____
Ing. Marlene Jacqueline García Veloz DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:	_____	20 de agosto de 2021 _____
Ing. Natalia Alexandra Pérez Londo MIEMBRO DE TRIBUNAL	_____	20 de agosto de 2021 _____

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación en primer lugar a Dios por haberme dado la sabiduría y la fortaleza necesaria durante todo el tiempo de angustias y éxitos para poder alcanzar mis objetivos y así poder culminar mi carrera.

A mis padres **Judith Castro** y **José Orozco** que siempre estuvieron conmigo y me apoyaron incondicionalmente tanto moral como económicamente y no me dejaron desmayar en el camino. A mis hermanos **Walter, Marisol** y **Edison** por el apoyo incondicional y a mis sobrinos **Jeanpier, Dayana** y **Joan** por ser mi motivo de inspiración y lucha día a día para culminar esta etapa de mi vida.

María José.

Dedico el presente trabajo a Dios todo poderoso que me brindó fuerzas, entrega y dedicación para poder cumplir con las metas propuestas en cada día, de estar allí como mi ángel de la guarda guiándome en las decisiones importantes de mi culminación de mi formación profesional.

A mi madre Gladys Garcés por cada momento que ha estado junto a mí, inculcándome los modales, el respeto hacia los demás, la entrega, el sacrificio y el amor incondicional. A mi padre Salvador Peralvo que día a día me apoyó tanto económicamente como emocional, que nunca dudo de mi en que pueda culminar la universidad. A mis hermanas que han sido muy importantes para mi vida y a Angelita Garcés y Walter Guerrero que me apoyaron incondicionalmente desde el inicio.

Alex.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por haberme dado toda la sabiduría necesaria en este camino, también por haberme dado fortaleza para no desmayar en cada circunstancia pasada y en especial agradecer a mis padres por ser los principales promotores de hacer mis sueños realidad, gracias a ellos por confiar y creer en mí, por ser el apoyo incondicional y haber estado conmigo en cada paso que di para la culminación de mi etapa estudiantil.

Agradecer también a Josue Guevara por su apoyo incondicional y por haber sido partícipe en este proyecto, aportando en el mismo con sus conocimientos de nutrición y dietética.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por abrirme las puertas para formarme como profesional y a mis queridos profesores que día a día alimentaron de conocimiento.

María José

Agradezco a la Escuela Superior Politécnica De Chimborazo por toda la formación que he tenido en todo el período educativo semestre a semestre, a mis docentes por instruirme, guiarme para poder cumplir con la meta propuesta, a Dios por darme otra oportunidad de vivir y en especial a mis padres que me han apoyado día a día sin importar el momento para seguir adelante.

Alex.

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN.....	xv
SUMMARY... ..	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
1. ASPECTOS GENERALES	2
1.1. Planteamiento del emprendimiento	2
<i>1.1.1. Enunciado del emprendimiento</i>	<i>2</i>
<i>1.1.2. Descripción</i>	<i>2</i>
1.2. Justificación	3
1.3. Objetivos	4
<i>1.3.1. Objetivo general.....</i>	<i>4</i>
<i>1.3.2. Objetivos específicos</i>	<i>4</i>
CAPÍTULO II	
2. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. Antecedentes	5
<i>2.1.1. Historia</i>	<i>5</i>
<i>2.1.2. Clientes</i>	<i>7</i>
2.2. Bases teóricas	7
<i>2.2.1. Mayonesa.....</i>	<i>7</i>
<i>2.2.2. Vida útil de la mayonesa</i>	<i>7</i>
<i>2.2.3. Limón.....</i>	<i>8</i>
<i>2.2.4. Beneficios del zumo de limón</i>	<i>8</i>
<i>2.2.5. Vinagre</i>	<i>8</i>
<i>2.2.6. Beneficios del vinagre de manzana.....</i>	<i>9</i>
<i>2.2.7. Huevo.....</i>	<i>9</i>
<i>2.2.8. Beneficios del huevo cocido</i>	<i>9</i>
<i>2.2.9. Queso light.....</i>	<i>10</i>
<i>2.2.10. Sal</i>	<i>11</i>
<i>2.2.1. Ingredientes típicos de la mayonesa</i>	<i>11</i>
2.3. Bases conceptuales.....	12
<i>2.3.1. Población.</i>	<i>12</i>

2.3.2.	<i>Muestra</i>	12
2.3.3.	<i>Estadística descriptiva o análisis exploratorio de datos.</i>	12
2.3.4.	<i>Análisis Descriptivo Univariante</i>	13
2.3.5.	<i>Variables</i>	13
2.3.6.	<i>Representación Gráfica</i>	13
2.3.7.	<i>Diagrama de sectores</i>	13
2.3.8.	<i>Técnicas de Muestreo</i>	13
2.3.9.	<i>Muestreo Aleatorio Simple</i>	14
2.3.10.	<i>Muestreo aleatorio Estratificado</i>	14
2.3.11.	<i>Estudio de Mercado</i>	14
2.3.12.	<i>Investigación Mixta</i>	15
2.3.13.	<i>Estudio Exploratorio</i>	15
2.3.14.	<i>Inferencia hipotética-deductiva</i>	15
2.3.15.	<i>Tipo de variables</i>	15
2.3.15.1.	<i>Variables Cualitativas</i>	15
2.3.15.2.	<i>Variables Cuantitativas</i>	16
2.3.16.	<i>Análisis de correspondencias Múltiple</i>	16
2.3.1.	<i>Estudio de Factibilidad</i>	16
2.3.2.	<i>Estudio de Mercado</i>	16
2.3.3.	<i>Estudio Técnico</i>	17
2.3.4.	<i>Estudio de Medio Ambiente</i>	17
2.3.5.	<i>Estudio Económico Financiero</i>	18
2.4.	Base legal	18
CAPÍTULO III		
3.	MARCO METODOLÓGICO	19
3.1.	Metodología	19
3.1.1.	<i>Tipo de Investigación</i>	19
3.1.2.	<i>Diseño de la Investigación</i>	19
3.1.3.	<i>Diseño Experimental</i>	19
3.1.4.	<i>Planteamiento de la hipótesis</i>	20
3.1.5.	<i>Instrumentos de investigación</i>	20
3.1.6.	<i>Fuentes de Investigación</i>	20
3.1.7.	<i>Operacionalización de las variables</i>	21
3.1.8.	<i>Población de estudio</i>	22
3.1.9.	<i>Tamaño de la muestra</i>	22
3.1.10.	<i>Método de muestreo</i>	23
3.1.11.	<i>Técnicas de recolección de datos</i>	23
3.1.12.	<i>Tabulación y Análisis de resultados</i>	24
3.1.13.	<i>Modelo Estadístico</i>	35

CAPÍTULO IV

4.	ENTORNO JURÍDICO	43
4.1.	Identificación de la idea	43
4.2.	Estudio de mercado	47
4.2.1.	<i>Demanda.....</i>	<i>47</i>
4.2.2.	<i>Proyección de la Demanda</i>	<i>48</i>
4.2.3.	<i>Mix de Mercado</i>	<i>51</i>
4.2.3.1.	<i>Producto.....</i>	<i>51</i>
4.2.3.2.	<i>Precio</i>	<i>51</i>
4.2.3.3.	<i>Distribución</i>	<i>52</i>
4.2.3.4.	<i>Promoción</i>	<i>52</i>
4.2.3.5.	<i>Marca.....</i>	<i>52</i>
4.2.3.6.	<i>Slogan y Logotipo.....</i>	<i>52</i>
4.2.4.	<i>Segmentación del Mercado</i>	<i>53</i>
4.2.5.	<i>Competencia</i>	<i>53</i>
4.2.6.	<i>Análisis del Sector</i>	<i>53</i>
4.2.6.1.	<i>Tipos de clientes</i>	<i>54</i>
4.2.6.2.	<i>Proveedores</i>	<i>54</i>
4.2.6.3.	<i>Tipo de Producto</i>	<i>54</i>
4.3.	Estudio Técnico	54
4.3.1.	<i>Determinación del tamaño de la empresa</i>	<i>54</i>
4.3.2.	<i>Capacidad del Emprendimiento</i>	<i>55</i>
4.3.3.	<i>Localización.....</i>	<i>55</i>
4.3.4.	<i>Proceso de producción</i>	<i>55</i>
4.3.5.	<i>Flujograma de producción</i>	<i>56</i>
4.3.6.	<i>Diseño de la Planta.....</i>	<i>58</i>
4.3.7.	<i>Descripción del Diseño de Planta</i>	<i>58</i>
4.3.8.	<i>Requerimientos de Talento Humano</i>	<i>59</i>

CAPÍTULO V

5.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	60
5.1.	Análisis de la inversión.....	60
5.1.1.	<i>Estructura de los costos de producción</i>	<i>60</i>
5.1.2.	<i>Mantenimiento</i>	<i>60</i>
5.1.3.	<i>Mano de Obra directa.....</i>	<i>61</i>
5.2.	Estudio administrativo legal.....	62
5.2.1.	<i>Organización de la Empresa</i>	<i>62</i>
5.2.2.	<i>Organigrama estructural de “MAYO FIT”</i>	<i>63</i>
5.3.	Proceso de selección y contratación del talento humano	63

5.3.1.	<i>Descripción de puestos de trabajo</i>	63
5.3.2.	<i>Marco legal para la creación de “MAYO FIT”</i>	64
5.4.	Estudio Ambiental	64
5.4.1.	<i>Impacto Ambiental</i>	64
5.4.2.	<i>II. Acciones remediales 3R</i>	64
5.5.	Estudio económico – financiero	65
5.5.1.	<i>Análisis de la inversión</i>	65
5.6.	II. Estados de fuentes y usos	66
5.6.1.	<i>Tabla de amortizaciones</i>	66
5.6.2.	<i>Presupuestos de costos de Producción</i>	67
5.6.3.	<i>Presupuestos de costos Administración</i>	67
5.6.4.	<i>Presupuestos de costos de venta</i>	67
5.6.5.	<i>Estado de resultados</i>	68
5.6.6.	<i>Estado de situación financiera</i>	68
5.6.7.	<i>Flujo de caja</i>	69
5.7.	Estudio de la evaluación Económica, Financiera, Social y Ambiental	69
5.7.1.	<i>Evaluación económica</i>	69
5.7.2.	<i>Prueba ácida</i>	69
5.7.3.	<i>Flujo Neto de Efectivo (FNE)</i>	70
5.7.4.	<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	70
5.7.5.	<i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i>	71
5.7.6.	<i>Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR)</i>	71
5.7.7.	<i>Periodo Real de Recuperación de la Inversión (PRI)</i>	72
5.7.8.	<i>Real Beneficio de Costo (R/C)</i>	72
5.7.9.	<i>Evaluación Social</i>	73
5.7.10.	<i>Evaluación Ambiental</i>	74
	CONCLUSIONES	75
	RECOMENDACIONES	76

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Clientes distribuidos por edad	7
Tabla 1-3:	Matriz de consistencia.....	21
Tabla 2-3:	Operacionalización de variables	21
Tabla 3-3:	Sexo.....	24
Tabla 4-3:	Edad.....	25
Tabla 5-3:	Frecuencia de añadir mayonesa a sus comidas	26
Tabla 6-3:	Daño que causa el consumo en exceso de la mayonesa.....	27
Tabla 7-3:	Frecuencia del consumo de la mayonesa	28
Tabla 8-3:	En qué se basan en la compra de una mayonesa	29
Tabla 9-3:	Salsa que sea rica en proteínas y baja en grasa	30
Tabla 10-3:	Aceptabilidad de una mayonesa baja en grasa.....	31
Tabla 11-3:	Tamaño del producto.....	32
Tabla 12-3:	Lugar de adquisición del producto	33
Tabla 13-3:	Precio del producto	34
Tabla 14-3:	Sugerencia del producto	35
Tabla 15-3:	Combinación de variables y p-value	36
Tabla 16-3:	Resultado, regla de decisión.....	37
Tabla 17-3:	Matriz de indicadores	39
Tabla 18-3:	Matriz de Burt	40
Tabla 19-3:	Perfiles de Filas	42
Tabla 1-4:	Lluvia de ideas	43
Tabla 2-4:	Selección de la idea	43
Tabla 3-4:	Nombre del Emprendimiento	44
Tabla 4-4:	Análisis FODA.....	44
Tabla 5-4:	Proyección del crecimiento poblacional	44
Tabla 6-4:	Proyección de la demanda Futura	44
Tabla 7-4:	Proyección de la Oferta.....	44
Tabla 8-4:	Proyección de la Demanda Insatisfecha.....	50
Tabla 9-4:	Competencias indirectas.....	52
Tabla 10-4:	Tamaño de la empresa.....	44
Tabla 11-4:	Capacidad del Emprendimiento	44
Tabla 1-5:	Consumos de servicios básicos	60

Tabla 2-5:	Combustibles.....	60
Tabla 3-5:	Mantenimiento	60
Tabla 4-5:	Depreciación Activos Fijos	61
Tabla 5-5:	Área de producción	61
Tabla 6-5:	Área administrativas de ventas.....	61
Tabla 7-5:	Activos fijos de producción	61
Tabla 8-5:	Organización de la empresa	61
Tabla 9-5:	Área de ventas	61
Tabla 10-5:	Área de Terminado.....	62
Tabla 11-5:	Costos Salariales	63
Tabla 12-5:	Impacto Ambiental.....	64
Tabla 13-5:	Inversión del proyecto.....	61
Tabla 14-5:	Fuentes y usos del proyecto	61
Tabla 15-5:	Tabla de amortización del préstamos.....	61
Tabla 16-5:	Tabla de amortización de los gastos diferidos	61
Tabla 17-5:	Costos de producción	61
Tabla 18-5:	Gastos administraticos	61
Tabla 19-5:	Costos de venta	61
Tabla 20-5:	Estado de resultados.....	68
Tabla 21-5:	Balance General	68
Tabla 22-5:	Flujo de caja	69
Tabla 23-5:	Prueba Ácida	69
Tabla 24-5:	Egresos en Gastos	69
Tabla 25-5:	Flujo Neto de Efectivo	70
Tabla 26-5:	Valor Actual Neto	69
Tabla 27-5:	Tasa Interna de Retorno	71
Tabla 28-5:	Costo promedio ponderado del capital.....	71
Tabla 29-5:	Periodo real de recuperación de la inversión	72
Tabla 30-5:	Relación beneficio de costo.....	72
Tabla 31-5:	Punto de Equilibrio	72
Tabla 32-5:	Unidades.....	73
Tabla 33-5:	Aporte Social.....	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	Género.....	24
Gráfico 2-3:	Edad.....	25
Gráfico 3-3:	Frecuencia de añadir mayonesa a sus comidas.....	26
Gráfico 4-3:	Daño que causa el consumo en exceso de la mayonesa.....	27
Gráfico 5-3:	Frecuencia del consumo de la mayonesa.....	28
Gráfico 6-3:	En qué se basan en la compra de una mayonesa.....	29
Gráfico 7-3:	Salsa que sea rica en proteínas y baja en grasa.....	30
Gráfico 8-3:	Aceptabilidad de una mayonesa baja en grasa.....	31
Gráfico 9-3:	Tamaño del producto.....	32
Gráfico 10-3:	Lugar de adquisición del producto.....	33
Gráfico 11-3:	Precio del producto.....	34
Gráfico 12-3:	Sugerencia del producto.....	35
Gráfico 13-3:	Mapa de percepción.....	41
Gráfico 1-4:	Proyección del crecimiento poblacional.....	48
Gráfico 2-4:	Proyección de la demanda Futura.....	49
Gráfico 3-4:	Proyección de la Oferta.....	50
Gráfico 4-4:	Proyección de la Demanda Insatisfecha.....	51
Gráfico 1-5:	Punto de Equilibrio.....	73

ÍNDICE DE ANEXOS

- Anexo A:** Encuesta de Factibilidad
- Anexo B:** Matriz de Indicadores
- Anexo C:** Notificación Sanitaria
- Anexo D:** Patente Municipal Preforma
- Anexo E:** Permiso del cuerpo de Bomberos
- Anexo F:** RUC
- Anexo G:** Permiso de Funcionamiento
- Anexo H:** Ingredientes y proceso de elaboración
- Anexo I:** Avícola Cecilita

RESUMEN

El presente trabajo de emprendimiento propone analizar la elaboración de la MAYONESA FIT a través de productos saludables que no incorporen aditivos industriales, bajos en grasas, pero con mayor cantidad de proteínas favoreciendo la calidad de una vida nutritiva. Para la investigación se realizó un estudio de mercado en la que se aplicó una encuesta a 383 personas del cantón Riobamba, dando como resultado una demanda existente del 94%, la mayor parte de género femenino de 24 años de edad aproximadamente, se hizo un análisis de correspondencia múltiple para observar los pares de variables que son dependientes, luego del análisis se procedió a realizar la matriz de indicadores, matriz de Burt, dando como resultado que el 56% de los encuestados no han escuchado una mayonesa baja en grasas, el 60% estarían dispuestos a adquirir esta mayonesa, el 44% les gustaría que la mayonesa fit sea de tamaño de 250gr y el 62% pagarían \$2 por la mayonesa baja en grasas y con más proteína. También en el análisis técnico se detalló la materia prima, la fabricación del producto, la localización de la empresa, diseño, el proceso de producción, así como la capacidad de producción. Se determinó la factibilidad de la elaboración y comercialización del producto al ejecutar el análisis financiero dando como resultado un VAN de \$20.781,61, un TIR del 36% y el período real de recuperación de la inversión de 3 años, 4 meses y 11 días. Se recomienda que la elaboración del producto sea con todas las medidas de sanitización y personal capacitado para que el producto no pierda su buena calidad.

Palabras claves: <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD> <EMPRENDIMIENTO> <ESTUDIO DE MERCADO> <MATRIZ DE BURT> <VALOR ACTUAL NETO (VAN)> <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)>



0883-DBRAI-UPT-2021

2021-03-30

SUMMARY

This entrepreneur work proposes to analyze the elaboration of MAYONNAISE FIT through healthy products that do not include industrial additives, low in fat, but with a greater quantity of proteins favoring the quality of a nutritious life. For the research, a market study was carried out in which a survey was applied to 383 people from Riobamba canton, resulting in an existing demand of 94%, most of them female, approximately 24 years of age, a multiple correspondence analysis was made to observe the pairs of variables that are dependent, after the analysis we proceeded to perform the matrix of indicators, Burt's matrix, resulting in that 56% of the respondents have not heard of a low-fat mayonnaise, 60 % would be willing to buy this mayonnaise, 44% would like the mayonnaise Fit to be 250gr in size and 62% would pay \$ 2 for the mayonnaise that is low in fat and with more protein. Also, in the technical analysis the raw material, the making of the product, the location of the company, design, the production process, as well as the production capacity were detailed. The feasibility of the elaboration and commercialization of the product was determined by executing a financial analysis, resulting in a NPV of \$ 20,781.61, an IRR of 36% and the actual period of recovery of the investment is 3 years, 4 months and 11 days. It is recommended that the product is made with all sanitation measures and trained personnel so that the product does not lose its good quality.

Keywords: <FEASIBILITY STUDY> <ENTREPRENEURSHIP> <MARKET STUDY>
<BURT MATRIX> <NET PRESENT VALUE (VAN)> <INTERNAL RATE OF RETURN (TIR)>

INTRODUCCIÓN

La preocupación crece por los grandes defectos en la salud por consumo de productos alimenticios que contienen aditivos químicos. Por esta razón se ha incentivado la elaboración de productos que no incorporen aditivos industriales favoreciendo de esta manera la calidad de vida nutritiva y sensorial. Entre ellos se destacan alimentos que contengan una mínima cantidad de grasa.

En el Ecuador existe una deficiencia alimentaria, la cual no está cubierta de una manera específica, entre las razones más destacadas obtenemos:

- Desnutrición crónica (retardo en talla).
- Falta de micronutrientes.
- Sobrepeso y Obesidad.

Estas enfermedades a largo plazo pueden derivar en muchas otras, en gran mayoría de los casos por falta de recursos económicos en la familia. Otro caso es la falta de una cultura alimentaria buena (alimentación sana y nutritiva). Otro factor es el estilo acelerado de vida el cual nos lleva a consumir comida rápida en grandes cantidades para ahorrar tiempo y eso con lleva a que nuestro organismo posea altas cantidades de grasas que perjudican nuestro cuerpo.

Es por esta razón que se decidió dar una opción de alimentación sana y rica en proteínas la cual es la mayonesa fit que se lo puede utilizar como salsa ya sea para bocaditos, ensaladas, sándwich, y una variedad de comidas, pero con un porcentaje menos de colesterol y consumir más proteína de lo habitual.

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. PLANTEAMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO

¿La falta de un producto (mayonesa) que al consumirlo no sea perjudicial para la salud y evite enfermedades catastróficas en las personas?, Mayonesa Fit, es un producto el cual tiene un proceso de elaboración saludable, que no contenga grasa (aceite) y con más proteína de lo tradicional.

El ayuno de las personas carece de nutrientes y esto se debe a varias cosas. Entre los problemas más comunes la alimentación usual que cada uno tiene se debe a la publicidad que se genera en la radio, televisión, internet entre otras, la oferta y demanda con la poca conciencia medioambiental de las grandes empresas. La mayoría de las personas por falta de tiempo consumen comida rápida y éstas contienen grasas saturadas y endulzantes artificiales los cuales son perjudiciales para la salud, provocando sobrepeso, enfermedades cardiovasculares, digestión lenta, entre otras.

Mediante el proceso de elaboración se añade otros alimentos procesados que hacen que el producto tenga una duración de más tiempo para el consumo.

En su gran mayoría el consumo de salsas especialmente la mayonesa, es utilizada en distintas preparaciones de comidas debido que da un sabor, color y textura agradable para el consumo de éstas. Por esta razón el grupo emprendió en la elaboración de una “Mayonesa fit”.

1.1.1. Enunciado del emprendimiento

Elaboración y comercialización de una mayonesa fit.

1.1.2. Descripción

Mayonesa fit es elaborada a partir de los siguientes ingredientes: huevos, queso mozzarella light, vinagre de manzana y sal.

Para 250 gr de mayonesa se usó: 2 huevos medianos cocidos, 100gr de queso mozzarella light (50% menos grasa), 1 ½ cucharadas de zumo de limón, ½ cucharadas de vinagre de manzana y sal al gusto.

Su elaboración consiste en: unir todos los ingredientes en un vaso de licuadora, licuamos hasta que quede una mezcla lisa y sin grumos, servimos o guardamos en un recipiente cerrado en el refrigerador. Como resultado se obtuvo un producto el cual al tener queso y huevos cocidos proporciona más proteína y menos grasa.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Con el transcurso del tiempo el ser humano ha experimentado cambios en sus patrones culturales de alimentación, si nos remontamos en el pasado se lo realizaba de forma predominante dentro del hogar y dependía exclusivamente de técnicas culinarias de procesamiento artesanales en el colectivo local. Por otra parte, al visualizar los patrones alimentarios en la actualidad en la población mundial, la mayor parte de los alimentos son procesados de manera industrial en volúmenes elevados de producción, de esta manera el ser humano al transcurso del tiempo a roto sus culturas artesanales en la elaboración de alimentos.

Conocemos que el procesamiento industrial principalmente incrementa la vida de un producto o alimento elaborado, a la par dicho procedimiento permite modificar sabores y características organolépticas, aumentando y favoreciendo la aceptación de éste al paladar de los consumidores. Esto ha llevado al desarrollo de alimentos industrializados con alta densidad energética, debido a sus elevados contenidos de grasa, carbohidratos, sodio y bajos en nutrientes esenciales en beneficio del organismo del ser humano. De la misma manera la tecnología de alimentos permite adicionar nutrientes a veces deficientes en la dieta, influyendo positivamente en el estado nutricional del ser humano.

La alimentación moderna de las personas es menos natural debido al excesivo consumo de alimentos procesados, dejándole de dar importancia al consumo de alimentos sanos, todo esto desencadenado por el ritmo acelerado en la vida cotidiana del hombre; llevando con el pasar de los años a ser parte indispensable en la dieta diaria de una población nacional como mundial. En Ecuador la malnutrición resultante del consumo de alimentos industrializados ha conducido al sobrepeso y obesidad no solo a nivel del hogar, sino también a nivel individual, focalizado no solo en el sector urbano sino también en el sector rural.

Por ello se elaborará un producto con bases nutricionales y proteínas saludables para el consumo de las personas, concientizando de esta manera a la población a consumir saludablemente dejando de lado todos aquellos productos con altas cantidades de grasa que no contribuyen con nutrientes para el desarrollo correcto del organismo humano.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Analizar si la elaboración de la mayonesa fit que tiene un proceso saludable es viable en la ciudad de Riobamba.

1.3.2. Objetivos específicos

- Realizar una mayonesa con un menor porcentaje de grasa a partir de ingredientes saludables.
- Determinar el grado de aceptación del producto a través de una técnica muestral.
- Desarrollar un análisis estadístico descriptivo a los resultados obtenidos.
- Elaborar un estudio de mercado para identificar los segmentos de consumidores dentro de nuestro objetivo establecido.
- Ejecutar un plan de análisis financiero.
- Determinar el precio de venta.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. *Historia*

La historia de la mayonesa se remonta en los años 1756-1763 cuando los franceses atacaron la fortaleza inglesa de Saint Philip. El ataque era una operación regular del ejército francés que estaba bajo el mando del coronel Rochambeau. La artillería era vital para la captura del fuerte sitiado y Rochambeau la dirigió con tal destreza que sus hombres tomaron el fuerte de Saint Philip sin sufrir grandes bajas. Después de la victoria, Rochambeau fue ascendido a general de la brigada y se le otorgo la Orden de Caballero de San Luis en 1756. Para la celebrar la victoria Richelieu ofreció un banquete en su honor. En el menú se incluyó una salsa nueva que fue creada por el chef Richelieu. Algunos dicen que estaba por hacer una salsa estándar de huevo y crema, pero no pudo conseguir la crema. Otros dicen que se había propuesto a inventar una salsa nueva desde el principio (Borja Ticas and Villatorio Ventura 2013, p. 6).

En reconocimiento a la victoria del puerto de Mahon, el chef realizo un aderezo con aceite de huevo y oliva llamada Mahonnaise. Otra versión asegura que fue Richelieu quien impulsó la creación de la mayonesa, al exigirle al chef que le preparara una comida de inmediato, con lo que el cocinero tuvo que improvisar con lo que tenía a mano: huevos y aceite. Tiempo después se le cambio el nombre por mayonnaise, que en el idioma español se le conoció como mayonesa (Borja Ticas and Villatorio Ventura 2013, p. 6).

Otro autor francés Prosper Montaigne opina que la palabra “mayonesa” deriva de “moyeunaise”, que a su vez procedería del francés antiguo “moyeu” que tenía el significado de yema de huevo. Lo que parece fuera de toda duda es su carácter netamente Mediterráneo, dada la naturaleza de sus ingredientes: yema de huevo, aceite de oliva, sal y vinagre (Borja Ticas and Villatorio Ventura 2013, p. 6).

Cualquiera que sea el origen, lo cierto es que la mayonesa se popularizó rápidamente primero en Francia y luego en toda Europa y en los EE. UU. El término “mayonesa”

apareció por primera vez en un libro de cocina en 1841 (Borja Ticas and Villatorio Ventura 2013, p. 6).

Los aderezos son aquellos productos elaborados que se utilizan para sazonar la comida y otorgarle mejor aroma y sabor. También se los denomina salsas o aliños. Entre los más difundidos figuran la mayonesa y el ketchup o cátsup, que durante larguísimo tiempo fueron elaborados en forma casera, hasta que sus versiones industrializadas conquistaron el gusto de millones de consumidores (Daniel Franco 2013, p. 47).

En el Ecuador el estudio del efecto de acidulantes en la conservación de la mayonesa no ha tenido la mayor trascendencia, es por esto por lo que el estudio de los ácidos acético, málico láctico y cítrico es de suma importancia en los procesos de elaboración y conservación de la mayonesa (DARWIN H. BASANTES H 2012, p. 8-9).

Un alimento es un sistema físico químico y biológico activo por lo que la calidad de este es un estado dinámico que se mueve a niveles más bajos respecto al tiempo. Existe un tiempo determinado después de haber sido producido en que el producto mantiene un nivel requerido de sus propiedades sensoriales y de seguridad, bajo ciertas condiciones de almacenamiento este tiempo constituye a lo que se denomina conservación (DARWIN H. BASANTES H 2012, p. 9).

Por ello en la industria de los alimentos es importante conservar los alimentos para mantenerlos en el mercado sin ningún problema de seguridad o de rechazo por los consumidores. La conservación de un producto depende de factores ambientales, de la humedad, de la temperatura de exposición, del proceso térmico al que se somete y de la calidad de la mercancía entre otros (DARWIN H. BASANTES H 2012, p. 9) .

El efecto de estos factores se manifiesta como el cambio en las cualidades del alimento que evitan su venta: cambios de color, olor, textura, sabor y pérdida de nutrientes. Para los estudios acelerados se debe planear cuidadosamente el diseño experimental que contemple las variables por experimentar y controlar las variables que no se desean evaluar para evitar que interfieran en las mediciones, y por ende en los resultados. Es esencial establecer aquellas variables críticas y disponer de métodos de cuantificación de respuesta rápida, pero confiable (DARWIN H. BASANTES H 2012, p. 9).

2.1.2. Clientes

El canton Riobamba tiene 225.741 habitantes de los cuales el 52.67% de la población son representados por mujeres, mientras que el 47,33 % de la población son hombres. Lo que se encuentra distribuido de la siguiente manera:

Tabla 1-2: Clientes distribuidos por edad

Segmentación por edad		
Edad	%	Total
De 0 a 14 años	28%	64,253
De 15 a 64 años	64%	143,419
De 65 años y mas	8%	18,069
Población total	100%	225.741

Fuente: INEC

Si bien es cierto, el producto a ofrecer está dirigido al público en general, sin importar edad y género, se tomará de referencia el 64% de la población, quienes son personas de ambos géneros entre 15 a 64 años, es decir, población con poder adquisitivo.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Mayonesa

La mayonesa es un condimento en forma de salsa obtenido por emulsificación de aceite vegetal comestible en una fase acuosa consistente en vinagre mientras lo que produce la emulsión de aceite en agua es la yema de huevo. La mayonesa puede obtener ingredientes facultativos de conformidad con la selección (DARWIN H. BASANTES H 2012, p. 13).

2.2.2. Vida útil de la mayonesa

La mayoría de las emulsiones que se encuentran en los alimentos están compuestas por aceite y agua, pero pueden contener otros compuestos que no necesariamente se encuentren emulsionados. Según las concentraciones del aceite y del agua, las emulsiones sencillas son de aceite en agua como la mayonesa que es una salsa formada por la emulsión de aceite vegetal en huevo entero o yema de huevo, sazonada con especias y otros ingredientes. Una emulsión de aceite en agua es aquella en la que el aceite se encuentra en forma de pequeñas gotas como la fase dispersa y el agua en la fase continua o fase dispersante; en el estudio realizado se elaboró mayonesa con diferentes acidulantes y concentraciones en las cuales se determinó la vida útil del mejor tratamiento que fue la mayonesa elaborada con ácido cítrico al 3% de concentración, esta se

escogió por medio de pruebas estadísticas evaluadas sensorialmente (DARWIN H. BASANTES H 2012, p. 19).

La vida útil de la mayonesa se determinó tomando en cuenta el índice de peróxidos a como indicador del deterioro que sufre el aceite en la emulsión debido a que es uno de los ingredientes que se encuentra en mayor porcentaje. Así también se tomaron en cuenta los métodos acelerados a temperaturas de 50, 55 y 60°C (DARWIN H. BASANTES H 2012, p. 19).

2.2.3. *Limón*

Es un fruto de sabor ácido son tantas sus propiedades que este pequeño defecto, se transforma en una virtud luego de conocer las ventajas nutritivas y curativas que nos otorga. El limón ocupa un primer lugar entre los frutos curativos, preventivos y de aporte vitamínico, transformándolo en un gran eliminador de toxinas y un poderoso bactericida. Posee vitamina C en abundancia que refuerza las defensas del organismo para evitar enfermedades, sobre todo de las vías respiratorias que van desde un simple catarro, ronquera, amigdalitis, hasta pulmonías, bronquitis, congestiones, gripe, pleuresías, asma, etc (HERNÁNDEZ 2015, p. 19).

2.2.4. *Beneficios del zumo de limón*

Según (HERNÁNDEZ 2015, p. 19) El limón se le atribuye los siguientes beneficios.

- Contiene notables propiedades curativas: beneficioso para la circulación, ayuda a la digestión, blanqueador, astringente, y por su alto contenido en vitamina C ayuda prevenir resfriados y a fortalecer el sistema inmunológico.
- Previene algunos tipos de cáncer. Reduce los altos niveles de colesterol, astringente, antiviral y antibacteriano. Es muy eficiente en dietas de adelgazamiento.
- Es estimulante para las funciones del páncreas y del hígado.
- Se utiliza en muchos remedios caseros: gárgaras para el alivio del dolor de garganta, úlceras de boca y gingivitis, - Actúa contra las grasas por este motivo es un ingrediente frecuente de las dietas y curas de adelgazamiento e incluso de muchos detergentes anti grasa.

2.2.5. *Vinagre*

Vinagre es un líquido ácido que procede de la fermentación acética del alcohol. El vinagre: no contiene sal, no contiene grasa, evita la contaminación bacteria de los alimentos, tiene cero

calorías, es un preservante natural y saludable de los alimentos, resalta el sabor de las comidas, salsas y aderezos, es un ingrediente muy versátil en la limpieza de muchos materiales, ayuda como remedio casero en la prevención de enfermedades y neutraliza los malos olores (HERNÁNDEZ 2015, p. 20).

2.2.6. Beneficios del vinagre de manzana

Los estudios sobre el uso del vinagre de manzana para perder peso no siempre han demostrado una pérdida de peso significativa y sostenible en diversos grupos de personas. Aunque el uso ocasional del vinagre de manzana es seguro para la mayor parte de las personas, conlleva algunos riesgos como irritar la garganta si se bebe a menudo o en grandes cantidades; puede interactuar con ciertos suplementos o medicamentos, incluidos los diuréticos y la insulina, esto puede contribuir a niveles bajos de potasio (Malca-Diaz et al. 2020, p. 79–80).

2.2.7. Huevo

El huevo es un cuerpo orgánico producido por las hembras de numerosos animales llamados ovíparos, y gracias a ellos se pueden reproducir. Con esta designación comprendemos solamente los huevos de gallina. Los huevos de otras aves se designan indicando la especie de la que proceden (Jara Zúñiga 2011, p. 4).

Es uno de los alimentos de origen animal más apreciado por todos los pueblos del mundo. Donde quiera que se encuentre el hombre, come huevos, y por buenas razones. El huevo es un producto bajo en calorías, en grasas y, con todos los aminoácidos indispensables; es una fuente excelente de proteínas de alta calidad. Contiene 12 minerales y 13 vitaminas (Jara Zúñiga 2011, p. 4).

2.2.8. Beneficios del huevo cocido

El huevo es un alimento con un elevado valor nutricional. Contiene proteínas, vitaminas y minerales, y otras sustancias con efectos positivos sobre la salud, en el entorno de un bajo contenido calórico (un huevo de tamaño medio aporta unas 70 kcal), por lo que en general es considerado un alimento altamente recomendable en el marco de una dieta variada y equilibrada. Esto es de especial interés para cualquier deportista, pero más para aquellos que practican disciplinas en las que hay un estricto control del peso corporal y debe vigilarse la ingesta calórica (López Sobaler, Aparicio Vizueté and Ortega 2017, p. 32).

2.2.8.1. Proteínas

Por las proteínas que aporta y su elevada calidad, el huevo siempre ha sido bien valorado, especialmente en el colectivo de deportistas. Dos huevos de tamaño medio (equivalente a 100 g de porción comestible) proporcionan proteína suficiente para cubrir más de un 30% de las ingestas recomendadas (IR) de proteínas de un adulto medio (López Sobaler, Aparicio Vizueté and Ortega 2017, p. 32).

La proteína del huevo contiene todos y cada uno de los aminoácidos esenciales, por lo que durante muchos años ha sido considerada la proteína de mejor calidad con la que se comparaban el resto de los alimentos. En la actualidad se considera que la proteína patrón es aquella que contiene todos los aminoácidos esenciales y en la cantidad adecuada para cubrir las necesidades de los niños de 1 a 3 años (López Sobaler, Aparicio Vizueté and Ortega 2017).

La calidad de una proteína se valora mediante la puntuación de aminoácidos, que compara el contenido en aminoácidos con la proteína patrón, y mediante la puntuación de aminoácidos corregida por su digestibilidad (protein digestibility-corrected amino acid score, PDCAAS), que tiene en cuenta además la digestibilidad fecal real de la proteína (CHAVEZ 2009, p. 4).

En este sentido, el huevo tiene una puntuación del 100% en cuanto a la puntuación de aminoácidos, ya que no contiene ningún aminoácido limitante, y una puntuación corregida por la digestibilidad del 97%, algo superior al de otras proteínas de origen animal, como las de lácteos, carnes y pescados, y bastante superior a la de otras proteínas de origen vegetal (Jorge W. Congacha Aushay 2015, p. 14).

2.2.9. Queso light

Es un queso con bajo déficit calórico y rico en esteroides de origen vegetal, su elaboración es a partir de leche de vaca tratada con un descolesterolizante. Tomando en cuenta el alto interés de la sociedad por los alimentos light se da a conocer las propiedades benéficas del fitoesterol y del descolesterolizante como su función de auxiliar alimentario (León 2004, p. 6).

2.2.9.1. Queso mozzarella light y su elaboración

El Queso Mozzarella Light Kiosko es ideal para quienes siguen regímenes de alimentación bajos en calorías o para quienes quieren controlar su peso sin dejar de lado el sabor y característica textura del queso mozzarella (ALPINA 2010).

El Queso Mozzarella Light puede ser elaborado a partir de leche de búfala o de vaca. Este proceso es elaborado a partir de leche de vaca semidescremada con el fin de disminuir el contenido final de grasa cerca del 50%, conservando el mismo número de nutrientes como proteína, calcio y fósforo (ALPINA 2010).

2.2.9.1. ¿Cuál es el beneficio del queso mozzarella light?

Incorpora proteínas, calcio y fósforo convirtiéndolo en el mejor aliado de quienes gustan de comer de forma más saludable. El Queso Mozzarella Light Kiosko puede ser parte de platos fríos o calientes por su sabor suave y fresco, como pastas, pizza, sopa y risottos (ALPINA 2010).

2.2.10. Sal

La sal es tan importante que el término salario proviene del latín *salarium*, que correspondía a la calidad de sal que se entregaba como pago a los trabajadores romanos para que conserven sus carnes y otros alimentos, además de esto es el condimento más utilizado de todos. Lo utilizamos al preparar todos los platos, excepto los postres. La sal, por su contenido en Sodio (Na), es fundamental en el proceso de la digestión y gracias al sodio, mantiene el equilibrio de los ácidos del cuerpo (CHAVEZ 2009, p. 4).

2.2.1. Ingredientes típicos de la mayonesa

Físicamente la mayonesa consiste en una fase interna discontinua de gotas de aceite dispersas en una fase acuosa externa, continua de vinagre, yema de huevo y otros ingredientes. El vinagre, el azúcar, la sal determinan el sabor de la mayonesa. La yema de huevo puede contribuir al sabor de la mayonesa, pero su función principal es la de la agente emulsionante. La consistencia de la mayonesa depende de la igualdad entre volúmenes de la fase acuosa y oleosa y para producir un cuerpo suficientemente firme es necesario un contenido de aceite del 65 a 80% (TICAS and VENTURA 2015, p. 10).

2.2.1.1. Constituyentes expuestos y valores que aportan

Consiste en una emulsión semi - sólida de aceite en agua, a pesar de contener entre un 70 - 80% de grasa. La mayonesa está constituida por una emulsión de aceite vegetal comestible en no menos de 5,0% de huevo entero o líquido o en no menos de 2,5% de yema de huevo fresca o líquida, sazonada con vinagre y/o jugo de limón, con o sin condimentos, aceites esenciales, extractos aromatizantes, envasada en un recipiente bromatológicamente apto (LEMA 2015, p. 3).

2.3. BASES CONCEPTUALES

2.3.1. Población.

Es un conjunto de medidas o el recuento de todos los elementos o individuos que presentan una característica común. El término población se usa para denotar el conjunto de elementos del cual se extrae la muestra. Los elementos que integran la población o la muestra pueden corresponder a personas, animales, objetos o cosas. Además, el elemento puede ser una entidad simple (un estudiante) o una entidad compleja (un curso), y se denomina *unidad* investigada (Jorge W. Congacha Aushay 2015, p. 14).

2.3.2. Muestra

Se define como un conjunto de medidas o la suma de una parte de los elementos pertenecientes a una población. Los elementos se seleccionan aleatoriamente, es decir, todos los elementos que componen la población tienen la misma posibilidad de ser seleccionados. Para que una muestra sea representativa de la población se requiere que las unidades sean seleccionadas al azar, ya sea utilizando el sorteo, las tablas de números aleatorios, la selección sistemática o cualquier otro método que sea el azar (Jorge W. Congacha Aushay 2015, p. 14).

2.3.3. Estadística descriptiva o análisis exploratorio de datos.

Nos ayudan a organizar la información que nos dan los datos de manera de detectar algún patrón de comportamiento, así como también apartamientos importantes al modelo subyacente. Nos presentan los datos de manera que sobresalga su estructura. Explorar los datos, debe ser la primera etapa de todo análisis de datos (Hidalgo Orozco 2019, p. 20).

2.3.4. *Análisis Descriptivo Univariante*

Consiste en el análisis descriptivo de cada una de las variables estudiadas con el objetivo de describir y resumir información de cada variable mediante la ayuda de tablas y gráficas de frecuencia, además del cálculo de estadísticas entre las cuales están las medidas de tendencia central, medidas de dispersión, medidas de forma, entre otras (V́ctor Fabian Pesántes Angulo 2012, p. 15).

2.3.5. *Variables*

La variable es una característica o atributo para observar, es decir son cada una de las características o cualidades que poseen los individuos de una base de datos. Las variables pueden ser de tipo cuantitativas o cualitativas (PILAMUNGA 2016, p. 17).

Las variables cuantitativas toman valores que son expresadas numéricamente, estas a su vez se clasifican en variables discretas y continuas. Las variables discretas toman cualquier valor entero mientras que las continuas cualquier valor numérico fraccionario. Por otro lado, las variables cualitativas miden los atributos o simplemente una característica de un individuo, en esta cuestión se clasifican el variables nominales y ordinales (PILAMUNGA 2016, p. 17–18).

2.3.6. *Representación Gráfica*

La representación gráfica de una distribución de frecuencias depende del tipo de datos que la constituya (Cazorla Huaraca and Cortez 2014, p. 16).

2.3.7. *Diagrama de sectores*

Esta representación gráfica consiste en dividir un círculo en tantos sectores circulares como modalidades presentes el carácter cualitativo, asignando un ángulo central a cada sector circular proporcional a la frecuencia absoluta n_i , consiguiendo de esta manera un sector con área proporcional también a n_i (Cazorla Huaraca and Cortez 2014, p. 17).

2.3.8. *Técnicas de Muestreo*

Las encuestas por muestreo tienen el objetivo el realizar inferencias acerca de una población a partir de información obtenida de una muestra la misma que ha sido seleccionada de esta

población. Dicha información debe tener un coste mínimo, pero debe estar en la capacidad de dar conclusiones óptimas acerca de la población (PILAMUNGA 2016, p. 18).

2.3.8.1. Encuesta

La encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano. Se ha creado el estereotipo de que la encuesta es lo que hacen los sociólogos y que éstos son especialistas en todo (SANGO 2018, p. 27).

2.3.9. Muestreo Aleatorio Simple

Llamado también muestreo aleatorio restringido, es aquel donde la población se estratifica, es decir, se forman grupos, en tal forma que el elemento tendrá una característica que sólo le permitirá pertenecer al mismo. Este proceso se realiza cuando la población es heterogénea, presentando una gran variabilidad, siendo, por tanto, un diseño más eficiente que el muestreo aleatorio simple, con la ventaja de que se puedan utilizar muestras mucho más pequeñas. Mediante la selección aleatoria en cada estrato se conformará la muestra. Debe para su selección considerar los siguientes casos: Igual tamaño. Cuando los elementos que conforman la muestra se reparten por igual en los diferentes estratos muestrales (Jorge W. Congacha Aushay 2015, p. 20).

2.3.10. Muestreo aleatorio Estratificado

Llamado también muestreo aleatorio restringido, es aquel donde la población se estratifica, es decir, se forman grupos, en tal forma que el elemento tendrá una característica que sólo le permitirá pertenecer al mismo. Este proceso se realiza cuando la población es heterogénea, presentando una gran variabilidad, siendo, por tanto, un diseño más eficiente que el muestreo aleatorio simple, con la ventaja de que se puedan utilizar muestras mucho más pequeñas. Mediante la selección aleatoria en cada estrato se conformará la muestra. Debe para su selección considerar los siguientes casos: Igual tamaño. Cuando los elementos que constituyen la muestra se reparten por igual en los diferentes estratos muestrales (Jorge W. Congacha Aushay 2015, p. 20).

2.3.11. Estudio de Mercado

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante

herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado (SANGO 2018, p. 28).

2.3.12. Investigación Mixta

Este estudio trata sobre el quehacer investigativo en la Universidad Ecotec. A través de encuestas, entrevistas y otros instrumentos, se observó y analizó el problema, y se verificó que la investigación como proceso andragógico (es decir, el proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes-adultos) sólo se realiza en el 17,54% de las asignaturas y en el 82,36% de las asignaturas no se investiga de forma significativa por distintas razones (Cedeño 2013, p. 18).

2.3.13. Estudio Exploratorio

Un estudio exploratorio es una pequeña versión de una investigación mayor, es un estudio de menor escala que permite evidenciar cuestiones de orden metodológico, descubrir posibles problemas técnicos, éticos, logísticos, y, además, mostrar la viabilidad y coherencia de los instrumentos y técnicas a utilizar antes de iniciar la recolección de información para la investigación (Muñoz Aguirre 2011, p. 494).

2.3.14. Inferencia hipotética-deductiva

Es el método de mayor producto del razonamiento, le es de gran ayuda al estudiante para desarrollar su pensamiento crítico, ya que a partir de sus preconceptos y de los instrumentos de conocimiento que tenga puede solucionar problemas que se halla trazado desde su razonamiento, para que así mismo encuentre situaciones que no conozca que le lleven a plantear un nuevo modelo, o a reconocer que debe buscar otras teorías que le solucionen su nuevo problema (Forero Quintero 2017, p. 3).

2.3.15. Tipo de variables

2.3.15.1. Variables Cualitativas

Las variables cualitativas producen datos que se pueden clasificar de acuerdo con similitudes o diferencias en clase; por lo tanto, con frecuencia se denominan datos categóricos. Las variables

como género, año y especialidad son variables cualitativas que producen datos categóricos (Menhenhall, Beaver and Beaver 2016, p. 10).

2.3.15.2. Variables Cuantitativas

Las variables cuantitativas, con frecuencia representadas por la letra x, producen datos numéricos (Menhenhall, Beaver and Beaver 2016, p. 10).

2.3.16. Análisis de correspondencias Múltiple

El AC combina y representa dos variables categóricas. Pero se puede adaptar para estudiar más de dos variables. Presentemos primero el procedimiento para dos variables, que después generalizaremos (Cuadras 2014, p. 173).

2.3.1. Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitosa (SANGO 2018, p. 28).

Un proyecto de factibilidad contiene:

Estudio de mercado

Estudio técnico

Estudio de medio ambiente

Estudio económico -financiero (SANGO 2018, p. 28).

2.3.2. Estudio de Mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados (SANGO 2018, p. 28).

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos (SANGO 2018, p. 28).

Los objetivos del estudio de mercado son (SANGO 2018, p. 28):

Definir claramente la demanda

Conocer la oferta actual y potencial.

Establecer que podemos vender

Saber a quién podemos venderlo

Conocer cómo podemos venderlo

Conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes

Conocer la competencia y contrarrestar sus efectos

Evaluar resultados de estrategia de comercialización

Conocer los precios a los que se venden los servicios (SANGO 2018, p. 28).

2.3.3. Estudio Técnico

Contendrá toda aquella información que permite establecer la información que permite establecer la infraestructura necesaria para atender su mercado objetivo, así como cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación de la entidad (SANGO 2018, p. 28).

2.3.4. Estudio de Medio Ambiente

Hoy en día existe una creciente preocupación por los impactos ambientales que puedan generar los diferentes proyectos de desarrollo ejecutados a todos los niveles de la actividad económica de la sociedad. Las repercusiones ambientales de tales proyectos pueden presentarse tanto en el ámbito nacional como internacional. Las políticas y/o proyectos dependiendo del sector en que se ubiquen, pueden generar una gran variedad de impactos ambientales, donde la importancia y la ponderación de tales efectos dependen en gran parte de la magnitud y del grado de irreversibilidad del daño ambiental causado por estos (SANGO 2018, p. 28).

2.3.5. Estudio Económico Financiero

La evaluación económico-financiera de un proyecto permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio, además de brindar elementos para decidir el tamaño de planta más adecuado. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean (SANGO 2018, p. 28).

2.4. BASE LEGAL

Rise

- Iniciar un negocio
- Tipo de contribuyente
- Inscripción en el RUC
- Emisión de comprobantes
- Declaración de impuestos
- Pago de impuestos

Rotulado de productos alimenticios para consumo humano NTE INEN 1334-1:2014 (*Portal – Servicio de Rentas Internas Del Ecuador, n.d.*).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. METODOLOGÍA

3.1.1. *Tipo de Investigación*

Por el método de investigación, es mixta, debido a la utilización de variables tanto cualitativas como cuantitativas para la recolección de información, según el nivel de profundización en el objeto de estudio, es exploratorio ya que se va a generar hipótesis que impulse el desarrollo de la investigación, según la manipulación de variables, es un diseño experimental ya que al aplicar la técnica muestral no se manipulara ninguna variable, según el tipo de inferencia estadística es hipotética-deductiva por la fundamentación con hipótesis, según el periodo temporal transversal, se analizará datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo sobre una población muestral (Hernández Sampieri et al. 2014) (Patten and Newhart 2018)

3.1.2. *Diseño de la Investigación*

Se utilizará el método de investigación mixta y según la manipulación de variables es un diseño experimental. (Berger et al. 2018).

3.1.3. *Diseño Experimental*

3.1.3.1. *Identificación de variables*

Variable independiente:

- Aceptación del producto

Variables dependientes:

- Edad
- Sexo
- Añadir mayonesa a sus comidas
- Consumo excesivo de la mayonesa
- Frecuencia de consumo
- Base de la compra de la mayonesa

- Producto saludable
- Tamaño del producto
- Lugar de adquisición
- Precio
- Sugerencia

3.1.4. Planteamiento de la hipótesis

H_0 : Existe aceptación por parte del mercado de consumo de la mayonesa fit en Riobamba

H_1 : No existe aceptación por parte del mercado de consumo de la mayonesa fit en Riobamba

3.1.5. Instrumentos de investigación

Los instrumentos utilizados para el proyecto son:

- **Encuestas:** Este instrumento nos ayudará a conocer la cantidad de personas que acompañan sus comidas con salsa como la mayonesa en el cantón Riobamba, dando así a conocer si nuestra mayonesa tendría aceptabilidad en la ciudad.
- **Tabulaciones:** se realizará el análisis de los resultados de estas encuestas mediante tabulaciones, su correspondiente gráfico y análisis.

3.1.6. Fuentes de Investigación

3.1.6.1. Fuentes Primarias

Se obtuvo información mediante la técnica de recolección de datos como la encuesta en línea. Esta técnica fue utilizada para la obtención de datos y observar mediante el análisis que tan aceptable sería la elaboración de la mayonesa fit en la ciudad.

3.1.6.2. Fuentes Secundarias

Para esta fuente en nuestro proyecto se obtiene mediante la información ya existente como: los datos del INEC 2010, revistas, páginas web y tesis ya existentes en la ESPOCH.

Matriz de consistencia

Tabla 1-3: Matriz de consistencia

Emprendimiento	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
Elaboración y comercialización de una Mayonesa fit.	<p>OBJETIVO GENERAL: Analizar si la elaboración de la mayonesa fit que tiene un proceso saludable es viable en el mercado.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar una mayonesa con un menor porcentaje de grasa a partir de ingredientes saludables. • Determinar el grado de aceptación del producto a través de una técnica muestral. • Desarrollar un análisis estadístico descriptivo a los resultados obtenidos. • Elaborar un estudio de mercado para identificar los segmentos de consumidores dentro de nuestro objetivo establecido. • Ejecutar un plan de análisis financiero. 	<p>HIPÓTESIS GENERAL: Existe aceptación por parte del mercado de consumo de la mayonesa fit en Riobamba.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</p> <p>H₀: Las variables en estudio influyen en la aceptividad del producto.</p> <p>H₁: Las variables en estudio no influyen en la aceptividad del producto.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>Edad Sexo Añadir mayonesa a sus comidas Consumo excesivo de la mayonesa Frecuencia de consumo Compra de la mayonesa Producto saludable Tamaño del producto Lugar de adquisición Precio Sugerencia</p> <p>INDICADORES: Proporción de niños. VAN (Valor Actual Neto) TIR (Tasa Interna de Retorno)</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE: Aceptación del producto</p> <p>INDICADORES: Proporción de aceptabilidad.</p>

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

3.1.7. Operacionalización de las variables

Tabla 2-3: Operacionalización de variables

VARIABLE	CONCEPTO	INDICADOR	INSTRUMENTO
Aceptación del producto	Cualitativa dicotómicas.	Porcentaje observado en cada categoría	Encuesta
Edad	Cuantitativa discreta	Porcentaje de edad de los clientes	Encuesta
Sexo	Cualitativa dicotómicas.	Porcentaje de hombres y mujeres	Encuesta

Añadir mayonesa a sus comidas	Cualitativa dicotómicas.	Porcentaje observado en cada categoría	Encuesta
Consumo excesivo de la mayonesa	Cualitativa dicotómicas.	Porcentaje observado en cada categoría	Encuesta
Frecuencia de consumo.	Cualitativas politómicas	Porcentaje observado en cada categoría	Encuesta
Compra de la mayonesa	Cualitativas politómicas	Porcentaje observado en cada categoría	Encuesta
Producto saludable	Cualitativa dicotómicas.	Porcentaje observado en cada categoría	Encuesta
Tamaño del producto	Cuantitativa discreta	Porcentaje observado en cada categoría	Encuesta
Lugar de adquisición	Cualitativas politómicas	Porcentaje observado en cada categoría	Encuesta
Precio	Cuantitativa discreta	Porcentaje del precio en dólares	Encuesta
Sugerencia	Cualitativas politómicas	Porcentaje observado en cada categoría	Encuesta

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

3.1.8. Población de estudio

Según el censo de Población y Vivienda en el año 2010 el total de personas que habitan en el cantón Riobamba es de 225.741, sin embargo, la población para esta muestra está dirigida específicamente para las personas de 15 años a mas ya que son personas con poder adquisitivo. Es decir, nuestra población es de 161.488 que son las personas económicamente activas.

3.1.9. Tamaño de la muestra

Ecuación 1: Tamaño de muestra

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

Siendo:

Z = Es el valor obtenido mediante niveles de confianza = 1.96.

N = Tamaño de la población.
 p = Probabilidad de éxito o porción esperada
 q = Probabilidad de fracaso
 e = Representa el límite aceptable de error muestral = 0.05.

3.1.10. Método de muestreo

Método de Muestreo Aleatorio simple

$$n = \frac{161.488 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (161.488 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 383.2506 \cong \mathbf{383}$$

3.1.11. Técnicas de recolección de datos

La técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta ya que es una fuente de información primaria y con ella se pudo obtener los resultados en nuestro estudio y saber la opinión que las personas tienen del producto.

Análisis de Fiabilidad de la encuesta

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

α : Coeficiente de confiabilidad del cuestionario

k : número de ítems del instrumento

$\sum_{i=1}^k S_i^2$: Sumatoria de las varianzas de los ítems

S_t^2 : Varianza total del instrumento

Supuestos

- 1.- La prueba es paralela consigo misma.
- 2.- No está limitado por el número de aplicaciones.
- 3.- Alfa de Cronbach ya está estandarizado, eso nos quiere decir que va desde 0 a 1.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,765	5

Las 5 variables de interés de la encuesta aplicada se obtuvo una fiabilidad del 76.5%, por lo que el instrumento de investigación es confiable.

3.1.12. Tabulación y Análisis de resultados

Sexo

Tabla 3-3: Sexo

RESPUESTAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Femenino	199	52%
Masculino	184	48%
TOTAL, GENERAL	383	100%

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

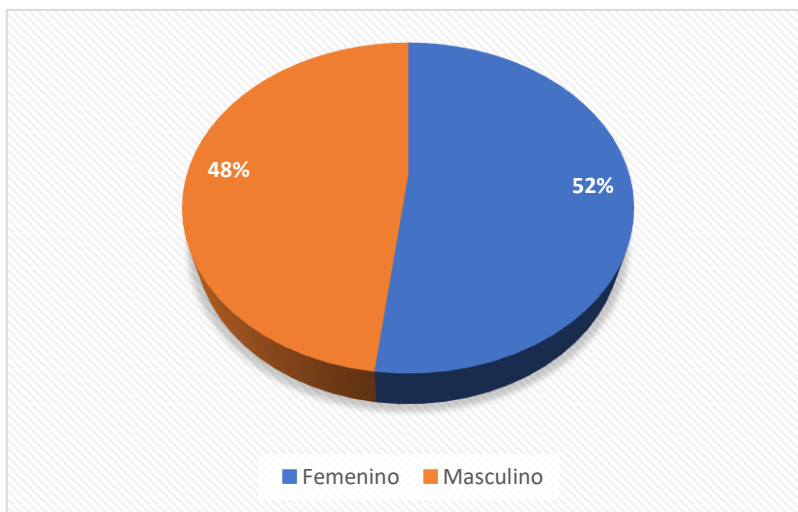


Gráfico 1-3: Género

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Fuente: Encuesta, 2020

Análisis descriptivo e interpretativo:

Del total de encuestados (383) en la ciudad de Riobamba el 52% de los encuestados es decir 199 personas son de sexo femenino y 48% es decir 184, personas son de género masculino.

Edad

Tabla 4-3: Edad

RESPUESTAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
15-19	35	9%
20-24	143	38%
25-29	104	27%
30-34	35	9%
35-39	30	8%
40-44	20	5%
45 a MAS	16	4%
TOTAL, GENERAL	383	100%

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

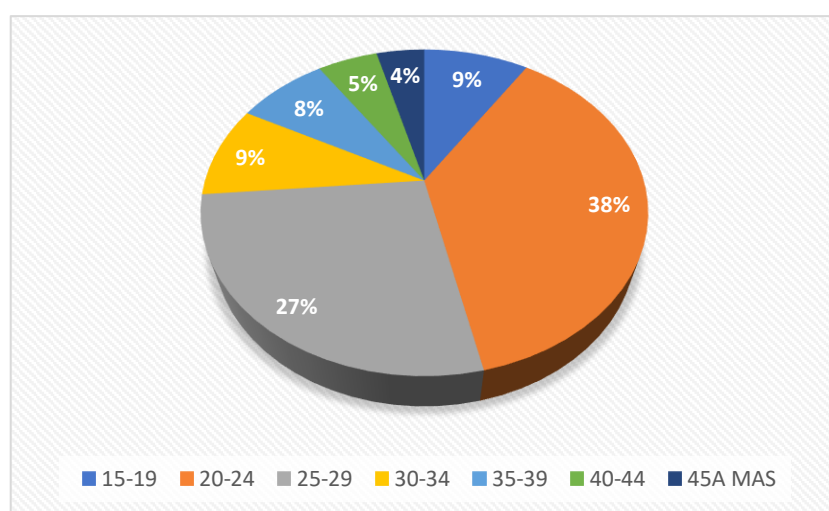


Gráfico 2-3: Edad

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J- Peralvo, Alex, 2021

Análisis descriptivo e interpretativo:

Después de la aplicación de la encuesta en la ciudad de Riobamba a 383 personas arrojó que el 9% es decir 35 personas tienen una edad entre 15-19 años, 38% es decir 143 personas entre 20-24 años, 27% es decir 104 personas entre 25-29 años, 8% es decir 30 personas entre 35-39 años, 5% es decir 20 personas entre 40-45 años y 4% es decir 16 personas entre 45 años a más.

Pregunta N°1: ¿Usted acostumbra a añadir a sus comidas salsas como la mayonesa?

Tabla 5-3: Frecuencia de añadir mayonesa a sus comidas

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	163	42%
NO	87	23%
A VECES	133	35%
TOTAL	183	100%

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

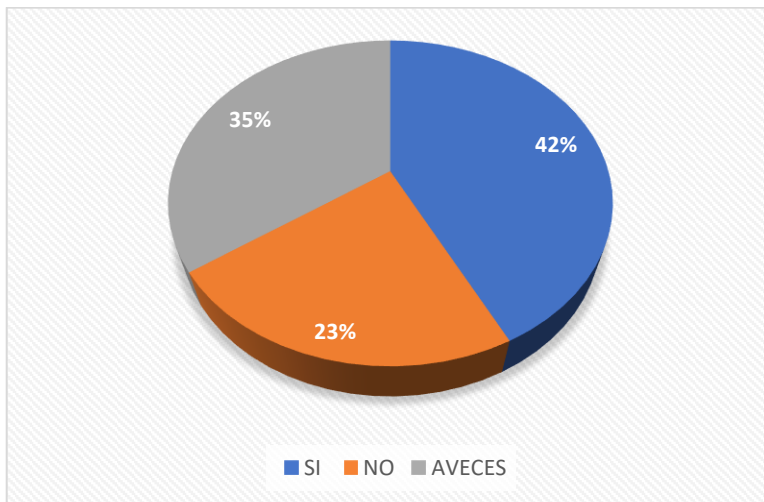


Gráfico 3-3: Frecuencia de añadir mayonesa a sus comidas.

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis descriptivo e interpretativo:

Después de la aplicación de la encuesta en la ciudad de Riobamba a 383 personas arrojo que el 42% de los encuestados, si añaden a sus comidas salsas como la mayonesa, mientras que el 23% no lo hace.

Pregunta N°2: ¿Sabe usted el daño en la salud que causa el consumo de mayonesa en exceso?

Tabla 6-3: Daño que causa el consumo en exceso de la mayonesa

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	228	50%
SI	155	50%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

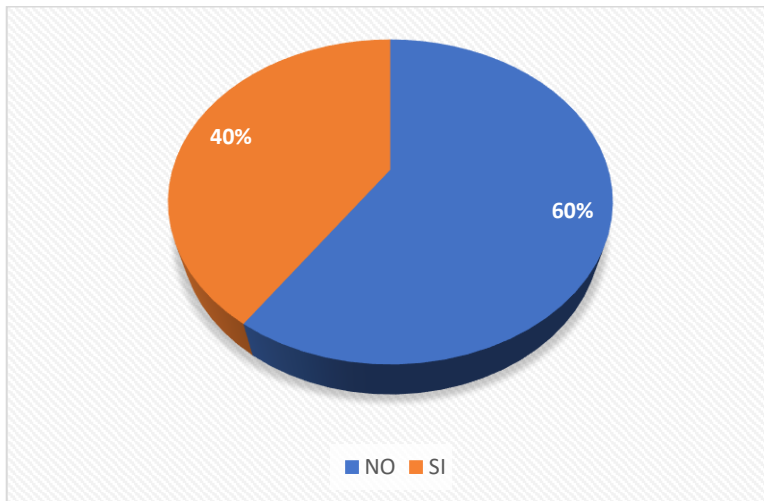


Gráfico 4-3: Daño que causa el consumo en exceso de la mayonesa

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis descriptivo e interpretativo:

Del total de las personas encuestadas (383) el 60% de ellas asegura no saber el daño que causa el consumo excesivo de la mayonesa. Sin embargo, el 40% sabe el daño perjudicial del consumo de esta.

Pregunta N°3: ¿Con qué frecuencia consume usted mayonesa?

Tabla 7-3: Frecuencia del consumo de la mayonesa

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	120	31%
Mensual	87	23%
Nunca	16	4%
Rara vez	74	19%
Semanal	86	23%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

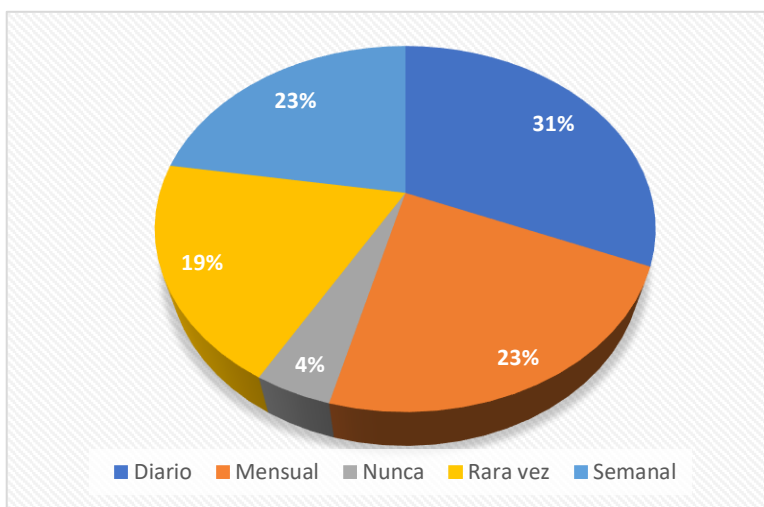


Gráfico 5-3: Frecuencia del consumo de la mayonesa

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis descriptivo e interpretativo:

En la encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba a 383 personas el 31% afirmó que diariamente consume mayonesa con sus comidas, mientras que el 4%, no consume. Sin embargo, el 23% de los encuestados consume mayonesa mensual y semanalmente, y el 19% solo la consume rara vez.

Pregunta N°4: Al momento de realizar la compra de una mayonesa usted se basa en:

Tabla 8-3: En qué se basan en la compra de una mayonesa

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El precio	128	33%
Elaboración	72	19%
Etiquetado nutricional	38	10%
Marca	135	35%
Otros	10	3%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J-Peralvo, Alex, 2021

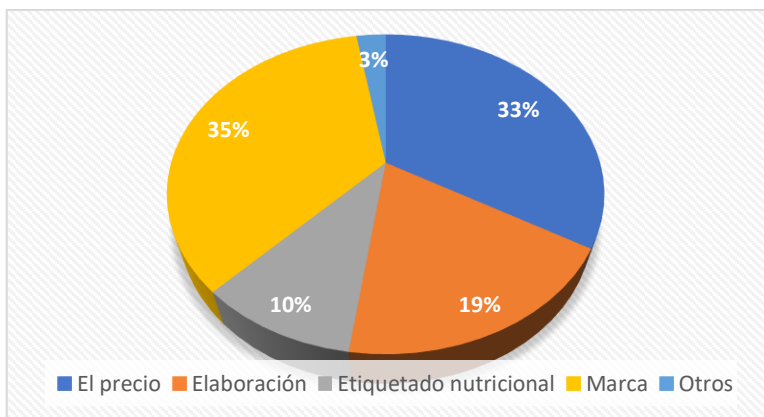


Gráfico 6-3: En qué se basan en la compra de una mayonesa

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis descriptivo e interpretativo:

Del total de los 100% encuestados el 35% al comprar mayonesa se basa en la marca, el 33% en el precio, mientras que el 19% se basa en la elaboración y tan solo el 10% se basa en el etiquetado nutricional del producto.

Pregunta N°5: ¿Ha escuchado usted sobre una salsa (mayonesa) que sea rica en proteínas y baja en grasa?

Tabla 9-3: Salsa que sea rica en proteínas y baja en grasa

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	334	87%
SI	49	13%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

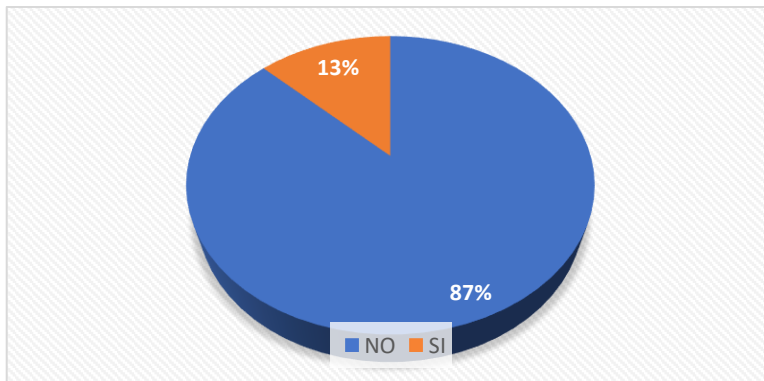


Gráfico 7-3: Salsa que sea rica en proteínas y baja en grasa

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis descriptivo e interpretativo:

El análisis de las 383 personas encuestadas arrojó que el 87% de estas no ha escuchado una salsa (mayonesa) que sea rica en proteínas y baja en grasa. Mientras que el 13% si lo ha hecho, esto afirma que al lanzar nuestro producto al mercado seria nuevo y novedoso para la mayoría de las personas.

Pregunta N°6: Si existiera una mayonesa baja en grasa ¿Le gustaría probarla?

Tabla 10-3: Aceptabilidad de una mayonesa baja en grasa.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	22	6%
SI	361	94%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

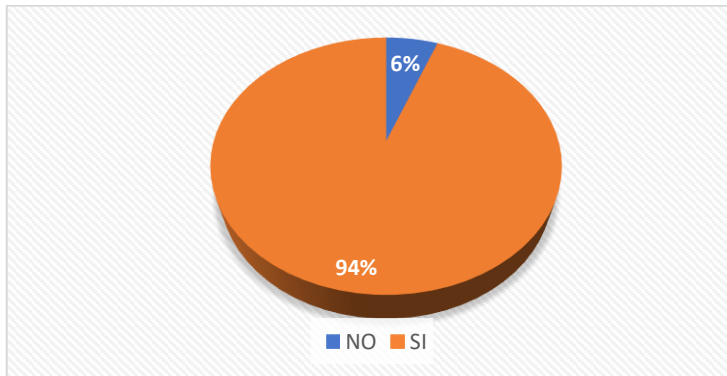


Gráfico 8-3: Aceptabilidad de una mayonesa baja en grasa

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis descriptivo e interpretativo:

De los 383 encuestados se encontró que 22 personas es decir el 6% respondieron que si existiera una mayonesa baja en grasa no le gustaría probarla, y 361 encuestados que representa el 94% si le gustaría probar una mayonesa baja en grasa.

Pregunta N°7: ¿Qué tamaño sería el más acertado por usted para adquirir el producto?

Tabla 11-3: Tamaño del producto

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100 gr	106	28%
250 gr	226	59%
500 gr	51	13%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

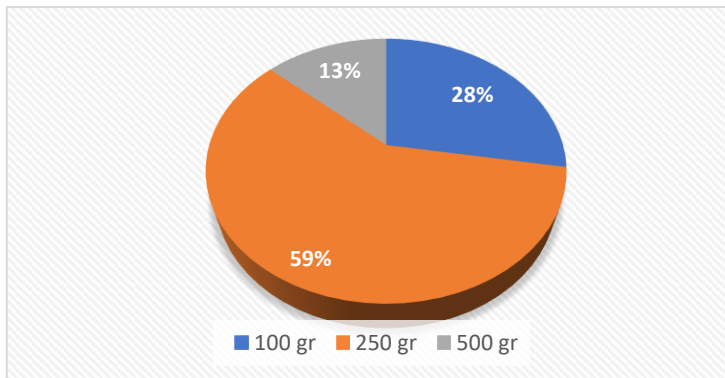


Gráfico 9-3: Tamaño del producto

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis descriptivo e interpretativo:

De los 383 encuestados se encontró que 106 personas es decir el 28% respondieron que sería un tamaño óptimo de adquisición del producto de 100 gr, 226 personas que sería un tamaño óptimo de adquisición del producto de 250 gr y 51 personas es decir el 13% respondieron que el tamaño óptimo de adquisición del producto de 500 gr.

Pregunta N°8: ¿Dónde le gustaría adquirir el producto (mayonesa) rica en proteínas y baja en grasa?

Tabla 12-3: Lugar de adquisición del producto

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Internet	39	10%
Supermercados	122	32%
Tiendas	222	58%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

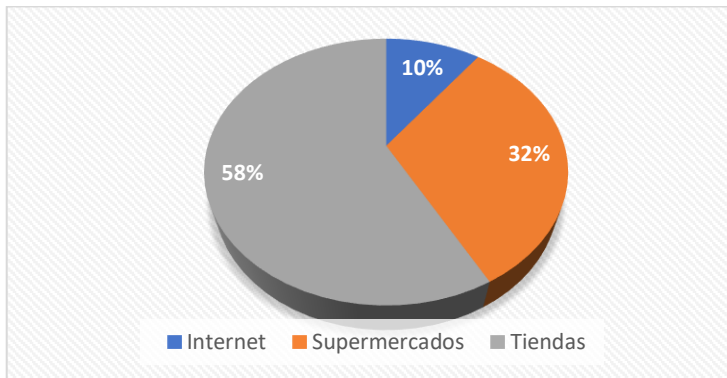


Gráfico 10-3: Lugar de adquisición del producto

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis descriptivo e interpretativo:

De los 383 encuestados se encontró que 39 personas es decir el 10% respondieron que le gustaría adquirir el producto por internet, 122 personas es decir el 32% le gustaría adquirir en supermercados y el 58% es decir 222 personas le gustaría adquirir en una tienda.

Pregunta N°9: ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este producto saludable?

Tabla 13-3: Precio del producto

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1\$	82	21%
2\$	238	62%
3\$	63	17%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

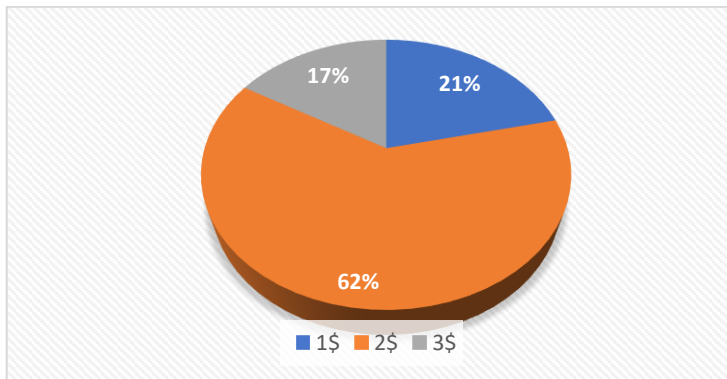


Gráfico 11-3: Precio del producto

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis descriptivo e interpretativo:

De los 383 encuestados se encontró que 82 personas es decir el 21% respondieron que estarían dispuesto a pagar por un producto saludable 1\$, 238 personas es decir el 62% estarían dispuestos a pagar 2\$ y 63 personas es decir el 17% respondieron que estarían dispuestos a pagar 3\$.

Pregunta N°10: Al comprar el producto y que éste sea de su agrado, ¿a quién sugeriría probarlo?

Tabla 14-3: Sugerencia del producto

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Amigos	132	34%
Familiares	161	42%
Otros	19	5%
Vecinos	71	19%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

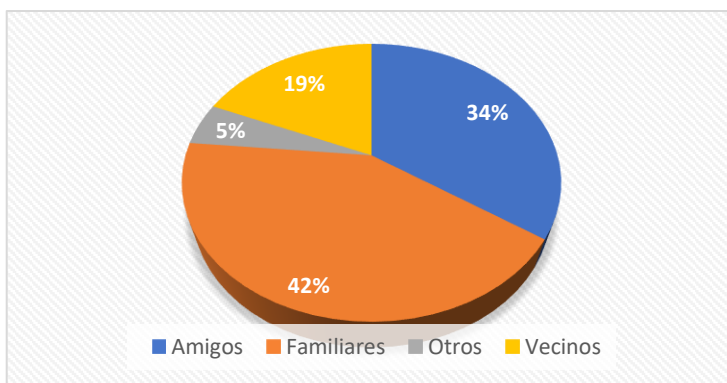


Gráfico 12-3: Sugerencia del producto

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis descriptivo e interpretativo:

De los 383 encuestados se encontró que 132 personas es decir el 34% respondieron que les gustaría sugerir a sus amigos comprar el producto, 161 personas es decir el 42% sugerirían a sus familiares, 71 personas es decir el 19% sugerirían a sus vecinos y 19 personas es decir el 5% le sugerirían la compra del producto a otros.

3.1.13. Modelo Estadístico

3.1.13.1. Test de independencia (Chi cuadrado)

Antes de realizar el análisis de correspondencias múltiple se procede a realizar la prueba de independencia para observar los pares de variables que son dependientes.

Notación de las variables a utilizar.

X_1 = Añadir mayonesa a sus comidas

X_2 = Consumo excesivo de la mayonesa

X_3 = Frecuencia de consumo

- X_4 = Base de la compra de la mayonesa
- X_5 = Producto saludable
- X_6 = Aceptación del producto
- X_7 = Tamaño del producto
- X_8 = Lugar de adquisición
- X_9 = Precio
- X_{10} = Recomendación del producto

Test de independencia (Chi cuadrado) entre los pares de variables.

1. Planteamiento de hipótesis estadísticas

H_0 : Los datos son independientes

H_1 : Los datos son dependientes

2. Nivel de significancia

$$\alpha = 0.05$$

3. Estadístico de prueba

$$X^2 = n \sum_{k=1}^k \lambda_k^2$$

$$gl = (I - 1) * (J - 1)$$

Combinación del par de las variables y resultados

Tabla 15-3: Combinación de variables y p-value

Combinaciones	P_Value
X1,X2	0,000771182
X1,X3	7,86E-10
X1,X4	0,711228411
X1,X5	0,389003272
X1,X6	0,001964012
X1,X7	0,082218536
X1,X8	0,022997756
X1,X9	0,859290944
X1,X10	0,395083753
X2,X3	0,005825752
X2,X4	4,95E-08
X2,X5	4,35E-84
X2,X6	6,99E-83
X2,X7	4,78E-81
X2,X8	2,37E-80
X2,X9	2,35E-80
X2,X10	4,41E-80

X3,X4	6,03E-08
X3,X5	0,158226109
X3,X6	2,91E-05
X3,X7	0,015433287
X3,X8	0,007094134
X3,X9	0,056285037
X3,X10	0,004004082
X4,X5	3,86E-07
X4,X6	1,01E-06
X4,X7	1,06E-05
X4,X8	2,40E-05
X4,X9	2,31E-05
X4,X10	7,11E-07
X5,X6	1,53E-93
X5,X7	1,97E-80
X5,X8	4,62E-80
X5,X9	1,73E-80
X5,X10	1,78E-79
X6,X7	2,57E-80
X6,X8	1,54E-80
X6,X9	1,38E-81
X6,X10	9,89E-81
X7,X8	3,12E-78
X7,X9	8,86E-86
X7,X10	1,88E-83
X8,X9	3,73E-80
X8,X10	2,95E-78
X9,X10	8,15E-77

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

4. Regla de decisión

$Si X_c^2 > X_t^2 \rightarrow H_0$ se rechaza (Son dependientes)

Tabla 16-3: Resultado, regla de decisión

N°	Combinaciones	Resultado	P_Value
1	X1,X2	Son dependientes	0,000771182
2	X1,X3	Son dependientes	7,86E-10
3	X1,X4	Son independientes	0,711228411
4	X1,X5	Son independientes	0,389003272
5	X1,X6	Son dependientes	0,001964012
6	X1,X7	Son independientes	0,082218536
7	X1,X8	Son dependientes	0,022997756
8	X1,X9	Son independientes	0,859290944

9	X1,X10	Son independientes	0,395083753
10	X2,X3	Son dependientes	0,005825752
11	X2,X4	Son dependientes	4,95E-08
12	X2,X5	Son dependientes	4,35E-84
13	X2,X6	Son dependientes	6,99E-83
14	X2,X7	Son dependientes	4,78E-81
15	X2,X8	Son dependientes	2,37E-80
16	X2,X9	Son dependientes	2,35E-80
17	X2,X10	Son dependientes	4,41E-80
18	X3,X4	Son dependientes	6,03E-08
19	X3,X5	Son independientes	0,158226109
20	X3,X6	Son dependientes	2,91E-05
21	X3,X7	Son dependientes	0,015433287
22	X3,X8	Son dependientes	0,007094134
23	X3,X9	Son independientes	0,056285037
24	X3,X10	Son dependientes	0,004004082
25	X4,X5	Son dependientes	3,86E-07
26	X4,X6	Son dependientes	1,01E-06
27	X4,X7	Son dependientes	1,06E-05
28	X4,X8	Son dependientes	2,40E-05
29	X4,X9	Son dependientes	2,31E-05
30	X4,X10	Son dependientes	7,11E-07
31	X5,X6	Son dependientes	1,53E-93
32	X5,X7	Son dependientes	1,97E-80
33	X5,X8	Son dependientes	4,62E-80
34	X5,X9	Son dependientes	1,73E-80
35	X5,X10	Son dependientes	1,78E-79
36	X6,X7	Son dependientes	2,57E-80
37	X6,X8	Son dependientes	1,54E-80
38	X6,X9	Son dependientes	1,38E-81
39	X6,X10	Son dependientes	9,89E-81
40	X7,X8	Son dependientes	3,12E-78
41	X7,X9	Son dependientes	8,86E-86
42	X7,X10	Son dependientes	1,88E-83
43	X8,X9	Son dependientes	3,73E-80
44	X8,X10	Son dependientes	2,95E-78
45	X9,X10	Son dependientes	8,15E-77

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5. Toma de la decisión

Existe suficiente evidencia estadística para no rechazar H_0 en las combinaciones 3, 4, 6, 8, 9, 19 y 23 es decir, que estos pares de variables son independientes. Sin embargo, existe suficiente evidencia estadística para decir que las demás combinaciones rechazaron H_0 , es decir, que estos

pares de variables son dependientes por lo que se puede realizar el análisis de correspondencias múltiple.

Para el análisis de correspondencias múltiples se utilizará solo las variables de interés es decir las variables: X_5, X_6, X_7, X_8 y X_9 .

3.1.13.2. Análisis de correspondencias múltiple

Matriz de Indicadores Z:

La matriz de indicadores es un resumen de la matriz inicial, en la que damos el valor 1 cuando se presenta una característica y 0 cuando no se presenta; vea toda la matriz en el *Anexo B*.

Tabla 17-3: Matriz de indicadores

X5		X6		X7			X8			X9		
SI	NO	SI	NO	100 GR	250 GR	500 GR	TIEN DAS	SUP. MERC	INTER NET	1\$	2\$	3\$
1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1
:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Matriz de Burt

$$B_u = Z^t Z$$

En la matriz de Burt se puede encontrar en la diagonal principal los valores marginales de la súper matriz de indicadores Z y las tablas de contingencia entre las cinco variables (X_5, X_6, X_7, X_8 y X_9).

En el color celeste se encuentra la tabla de contingencia entre la variable X_5 y X_6 , de color naranja se encuentra la tabla de contingencia entre la variable X_5 y X_7 , de color morado se encuentra se encuentra la tabla de contingencia entre X_5 y X_8 y en el color plomo se encuentra la tabla de contingencia de entre las variables X_5 y X_9 .

Tabla 18-3: Matriz de Burt

		X5		X6		X7			X8			X9		
		SI	NO	SI X6	NO X6	100 GR	250 GR	500 GR	TIEN DAS	SUP. MERC	INTER NET	1\$	2\$	3\$
X5	SI	49	0	35	14	14	25	10	30	16	3	14	25	10
	NO	0	334	326	8	92	201	41	192	106	36	68	213	53
X6	SI X6	35	326	361	0	97	216	48	213	113	35	72	229	60
	NO X6	14	8	0	22	9	10	3	9	9	4	10	9	3
X7	100 GR	14	92	97	9	106	0	0	57	35	14	40	45	21
	250 GR	25	201	216	10	0	226	0	136	73	17	32	167	27
	500 GR	10	41	48	3	0	0	51	29	14	8	10	26	15
X8	TIEN DAS	30	192	213	9	57	136	29	222	0	0	53	141	28
	SUP. MERC	16	106	113	9	35	73	14	0	122	0	23	78	21
	INTER NET	3	36	35	4	14	17	8	0	0	39	6	19	14
X9	1\$	14	68	72	10	40	32	10	53	23	6	82	0	0
	2\$	25	213	229	9	45	167	26	141	78	19	0	238	0
	3\$	10	53	60	3	21	27	15	28	21	14	0	0	63

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis:

Se observó que del total de 383 individuos o personas encuestadas, el 56% de ellas es decir 213 personas no han escuchado una mayonesa baja en grasas, el 60% (229) estarían dispuestos a adquirir esta mayonesa, el 44% (167) les gustaría que la mayonesa fit sea de tamaño de 250gr y el 62% (238) pagarían \$2 por la mayonesa baja en grasas y con más proteína.

Mapa de Percepción

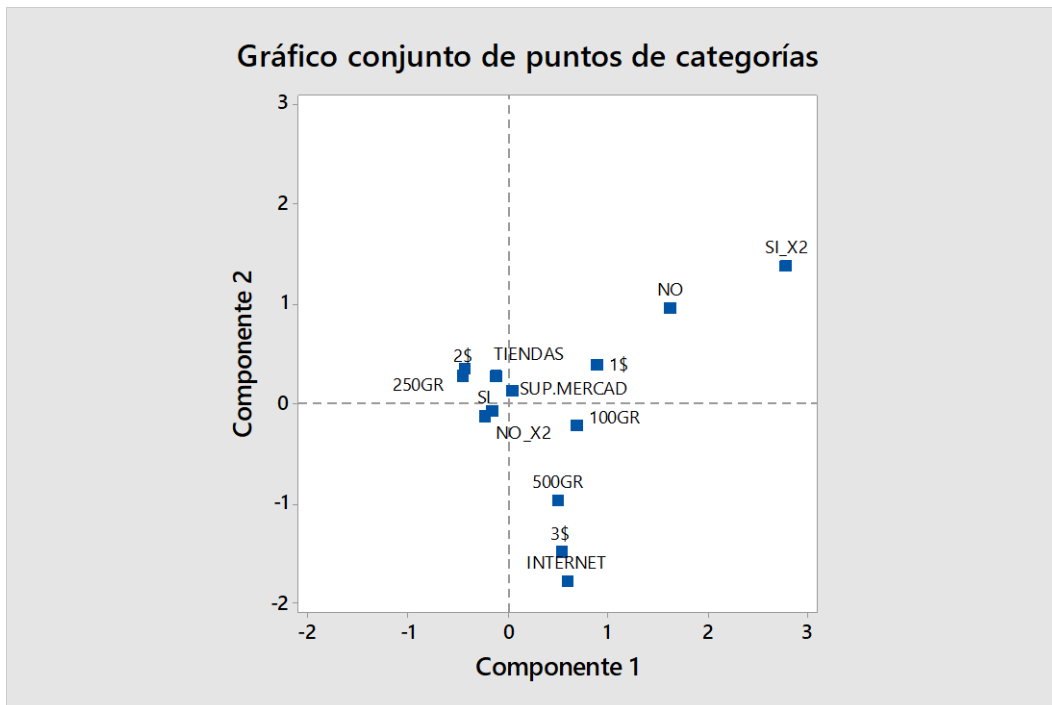


Gráfico 13-3: Mapa de percepción

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis:

En el mapa de percepción se observa que el mayor porcentaje de personas encuestadas no han escuchado de ninguna mayonesa fit y están dispuestas a adquirir nuestro producto en tiendas locales y estableciendo un precio de 2\$ por mayonesa con un tamaño de 250 gr. Esto quiere decir que nuestro producto es aceptado por las personas de Riobamba.

Perfiles de Filas

Tabla 19-3: Perfiles de Filas

	X5		X6		X7			X8			X9		
	SI	NO	SI X6	NO X6	100 GR	250 GR	500 GR	TIEN DAS	SUP. MERC	INTER NET	1\$	2\$	3\$
SI	0,2	0	0,14	0,057	0,057	0,102	0,041	0,122	0,065	0,012	0,06	0,1	0,04
NO	0	0,2	0,2	0,005	0,055	0,12	0,025	0,115	0,063	0,022	0,04	0,13	0,03
SI X6	0,02	0,18	0,2	0	0,054	0,12	0,027	0,118	0,063	0,019	0,04	0,13	0,03
NO X6	0,13	0,07	0	0,2	0,082	0,091	0,027	0,082	0,082	0,036	0,09	0,08	0,03
100 GR	0,03	0,17	0,18	0,017	0,2	0	0	0,108	0,066	0,026	0,08	0,09	0,04
250 GR	0,02	0,18	0,19	0,009	0	0,2	0	0,12	0,065	0,015	0,03	0,15	0,02
500 GR	0,04	0,16	0,19	0,012	0	0	0,2	0,114	0,055	0,031	0,04	0,1	0,06
TIEN DAS	0,03	0,17	0,19	0,008	0,051	0,123	0,026	0,2	0	0	0,05	0,13	0,03
SUP. MERC	0,03	0,17	0,19	0,015	0,057	0,12	0,023	0	0,2	0	0,04	0,13	0,03
INTER NET	0,02	0,19	0,18	0,021	0,072	0,087	0,041	0	0	0,2	0,03	0,1	0,07
1\$	0,03	0,17	0,18	0,024	0,098	0,078	0,024	0,129	0,056	0,015	0,2	0	0
2\$	0,02	0,18	0,19	0,008	0,038	0,14	0,022	0,118	0,066	0,016	0	0,2	0
3\$	0,03	0,17	0,19	0,01	0,067	0,086	0,048	0,089	0,067	0,044	0	0	0,2
Total	0,03	0,17	0,19	0,011	0,055	0,118	0,027	0,116	0,064	0,02	0,04	0,12	0,03

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis

Estos perfiles muestran en proporción cada categoría de las variables estudiadas en el análisis de correspondencias y estas fueron (X_5, X_6, X_7, X_8 y X_9). De la variable X_5 , en su primera categoría, la mayoría de esta se encuentra en SI con un 14%, mientras que la menor proporción de la misma variable se encuentra en la categoría de Internet con un 0.12%. Sin embargo, el 12% de la variable X_5 se encuentra en la categoría Tiendas. Entonces, el 3% de las personas encuestadas si han escuchado de alguna mayonesa baja en grasa, el 17% no ha escuchado; el 1.1% No compraría la mayonesa fit, mientras que el 19% si lo haría. El 11.8% espera que la mayonesa tenga un tamaño de 250 gr y 2.7% prefiere que la mayonesa sea de 500 gr. El 11.6% compraría la mayonesa en tiendas y tan solo el 2% le gustaría adquirirla por medio del internet. El 12% prefiere que la mayonesa tenga un precio de 2\$ y el 3% le gustaría que el precio fuera de 3\$.

CAPÍTULO IV

4. ENTORNO JURÍDICO

4.1. IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA

En los siguientes puntos se observará los problemas, características, necesidades y las ideas diferentes a las que se les dará un valor, eligiendo así una para el emprendimiento.

4.1.1. Lluvia de Ideas

Tabla 1-4: Lluvia de ideas

PRODUCTO	CARACTERÍSTICA	PROBLEMAS O NECESIDADES QUE VA A SATISFACER
Elaboración de una nueva mayonesa fit.	Crear un producto saludable para que sea el acompañante principal en las comidas de los clientes.	Falta de un producto que pueda ser consumido por cualquier tipo de personas y evitar enfermedades catastróficas.
Comercialización de un producto nuevo e innovador	Venta a los consumidores que se preocupen por su salud	Los pocos lugares donde puedan los consumidores adquirir un producto que beneficien su salud.
Materia prima de calidad	Productos de buena calidad	Costos de adquisición de los productos son elevados

Fuente: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

4.1.2. Selección y Evaluación de la idea

Tabla 2-4: Selección de la idea

NOMBRE	NIVEL DE INNOVACIÓN	MERCADO O POTENCIAL	REQUERIMIENTO	COSTO DE PRODUCTO	TOTAL
Elaboración de una nueva mayonesa fit.	3	3	3	4	13
Comercialización de un producto nuevo e innovador	3	3	5	4	15
Materia prima de calidad	4	5	5	4	18

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

4.1.3. Nombre del Emprendimiento

Tabla 3-4: Nombre del Emprendimiento

NOMBRE	FACIL DE RECORDAR	FAMILIARIDAD	ORIGINALIDAD	TOTAL
MAYONESA EN SUEÑO	3	3	3	9
NECTAR DE DIOSES	3	4	5	12
MAYO FIT	3	5	5	13

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

4.1.4. Descripción del Emprendimiento

“MAYO FIT” es una mayonesa nueva e innovadora la cual será elaborada y comercializada como un producto saludable, que no contenga aceite, con nutrientes y proteínas para el consumo de las personas que beneficien su salud concientizando de esta manera a la población a consumir saludablemente.

Por esta razón “MAYO FIT” es una opción de alimentación sana y rica en proteínas con un contenido saludable como: huevos, queso mozzarella light, vinagre de manzana y sal, dando así a nuestro mercado potencial la ciudad de Riobamba un producto que se lo puede utilizar como salsa ya sea para bocaditos, ensaladas, sándwich, y una variedad de comidas, pero con un porcentaje menos de colesterol y consumir más proteína de lo habitual.

4.1.5. Misión

“Nuestra misión es proporcionar al mercado una mayonesa fit con bajo déficit calórico y rico en nutrientes, y esta salsa sea la acompañante principal en las comidas de los clientes, contribuyendo al cuidado de la salud y bienestar nutricional de las personas.”

4.1.6. Visión

“La visión como emprendedores es que el desarrollo del producto sea accesible y agradable al consumirlo y mediante esto satisfacer totalmente a los clientes para poder permanecer y crecer en el mercado”.

4.1.7. Políticas

- Manejo inocuo de los alimentos.
- Buen trato a los clientes.
- Entrega de manera inmediata del producto.
- Precio aceptable.

4.1.8. Estrategias

- Realizar el 2x1 un día a la semana para nuestros clientes.
- Buen trato a los clientes cuando visiten el local.
- Mantener normas de sanitización al hacer el producto.
- Comprar la materia prima directo del productor, sin intermediarios.
- Ofrecer variedad de tamaño de mayonesa a los clientes y proveedores.
- Realizar la elaboración y preparación de la mayonesa con las técnicas y métodos adecuados.
- Precios adecuados para cada tamaño de la mayonesa.

Promoción o Publicidad

- Marketing para dar a conocer al producto mediante redes sociales.
- Presentarla mayonesa con su respectivo etiquetado nutricional y su código de sanidad.
- Selección adecuada de materia prima para la elaboración de una excelente calidad.
- Trato personalizado con los clientes.
- Normas de protocolo de servicio y atención al cliente.

4.1.9. Valores y Principios

A. Valores del trabajo

- Higiene
- Puntualidad
- Responsabilidad
- Compromiso

B. Valores axiológicos

- Ético
- Leal
- Honestidad
- Amabilidad

4.1.10. Análisis FODA

Tabla 4-4: Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Saludable. Contiene menos grasa que las mayonesas comunes. Puede adquirir y consumir cualquier tipo de personas. Contiene proteínas. Personal capacitado para la elaboración del producto.	Producto nuevo. No hay experiencia para la venta del producto. Falta de equipamiento tanto físico como de equipos para la producción.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Producto innovador Aprovechar la preocupación de las personas por su salud con un producto saludable	El cliente elija marcas reconocidas. El gusto del consumidor por otro tipo de salsas. La crisis económica que se ve afectada por la pandemia del covid-19, esto hace que las personas consuman menos. Pérdida de su sabor original

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

4.2. ESTUDIO DE MERCADO

4.2.1. Demanda

La demanda es la parte clave en la comercialización y creación de un producto ya que se basa en la necesidad que tienen las personas en la ciudad de Riobamba de consumir una mayonesa baja en grasa, de esta manera los productos y servicios pueden llegar al consumidor.

Según los resultados de la encuesta realizada en la ciudad de Riobamba arrojó que el 94% de los encuestados manifestó que están dispuestos a consumir una mayonesa baja en grasa.

$$261360 * 94\% = 245678 \text{ clientes potenciales}$$

4.2.1.1. Determinación del método de investigación de la demanda

Debido a que no se encontraron datos históricos del consumo de la mayonesa en la ciudad de Riobamba, se optó usar los datos de los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta para determinar la demanda insatisfecha, tomando como referencia las preguntas 6 y 9 de este cuestionario.

4.2.1.2. Oferta

“MAYO FIT” ofrece a los consumidores de la ciudad de Riobamba un precio adecuado y determinado para que estén disponibles para el alcance y comercialización de las personas en la ciudad, de esta manera obtendremos un incremento paulatino y así definiremos a la oferta como la cantidad de productos o servicios que nuestro proyecto ofrece.

Los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a 383 personas en la ciudad de Riobamba se pudo determinar el precio de la mayonesa.

4.2.1.3. Proyección del crecimiento poblacional en línea recta

Tabla 5-4: Proyección del crecimiento poblacional

Años	Población	Crecimiento poblacional
2019	225741	261360
2020	225741	264048
2021	225741	268748
2022	225741	273532
2023	225741	278401

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

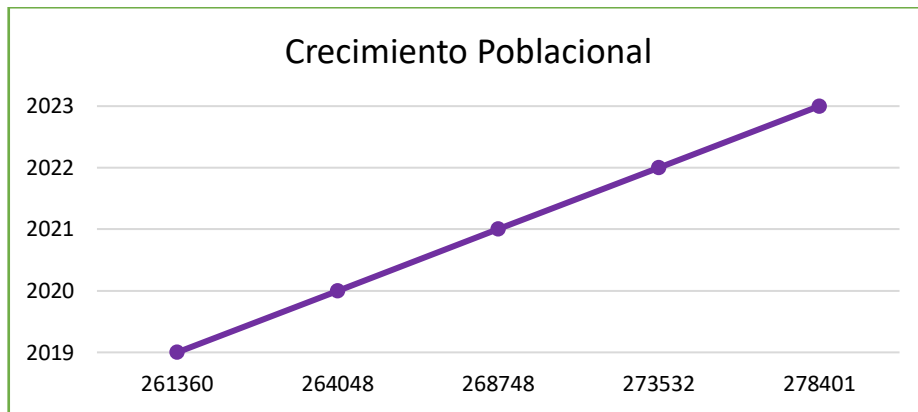


Gráfico 1-4: Proyección del crecimiento poblacional

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis:

Realizando el método de línea recta en la proyección, se indicó que el índice de crecimiento poblacional en la ciudad de Riobamba es de 1.78% por año, correspondiendo a 252865 en 5 año incremento a 264048 habitan.

4.2.2. Proyección de la Demanda

Tabla 6-4: Proyección de la demanda Futura

Años	Población	Consumo	Población Objetivo	Consumo Mensual	Demanda de consumo anual
2019	261360	94%	245678	\$ 40,00	\$117.925.632,00
2020	264048	94%	248205	\$ 40,00	\$119.138.457,60
2021	268748	94%	252623	\$ 40,00	\$121.259.122,15
2022	273532	94%	257120	\$ 40,00	\$123.417.534,52
2023	278401	94%	261697	\$ 40,00	\$125.614.366,63

Fuente: Encuesta

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

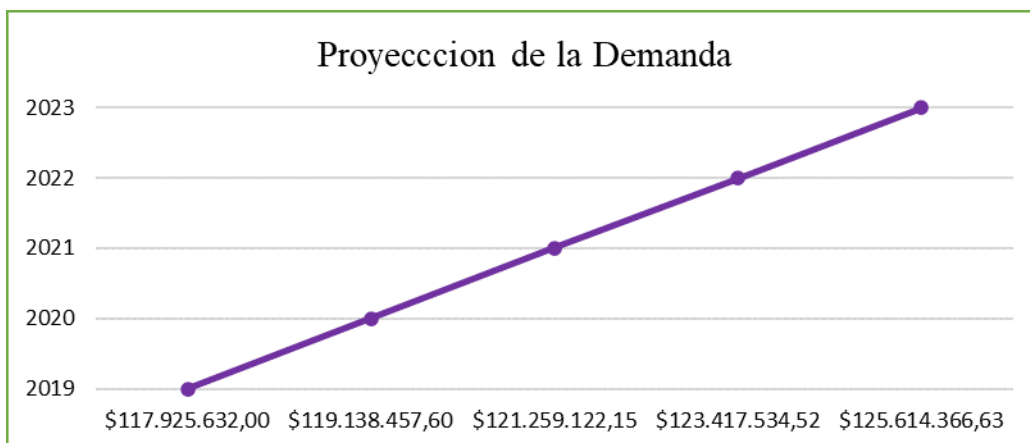


Gráfico 2-4: Proyección de la demanda Futura

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis

Para realizar la proyección de la demanda se optó por utilizar como muestra los datos del crecimiento poblacional de la ciudad de Riobamba que se encuentra en el INEC, de esta manera se procedió a multiplicarla por el porcentaje de las personas que estuvieron dispuestas a consumir nuestra mayonesa el cual fue del 94%, se menciona que el consumo mensual por persona es de 40\$. Mediante el porcentaje de aceptabilidad del producto se obtuvo la población objetivo, la cual se la multiplicó por el promedio del precio del consumo mensual de la mayonesa, para el primer año se obtuvo que es de \$117.925.632,00; mientras para el quinto año se obtuvo un consumo de \$125.614.366,63.

4.2.2.1. Proyección de la oferta futura

Tabla 7-4: Proyección de la Oferta

Años	Población Objetivo	Consumo Mensual	Consumo	Oferta Local	Oferta
2019	245678	\$ 250,00	\$ 117.925.632,00	62%	\$ 73.113.891,84
2020	248205	\$ 250,00	\$ 119.138.457,60	62%	\$ 73.865.843,71
2021	252623	\$ 250,00	\$ 121.259.122,15	62%	\$ 75.180.655,73
2022	257120	\$ 250,00	\$ 123.417.534,52	62%	\$ 76.518.871,40
2023	261697	\$ 250,00	\$ 125.614.366,63	62%	\$ 77.880.907,31

Fuente: Encuesta

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

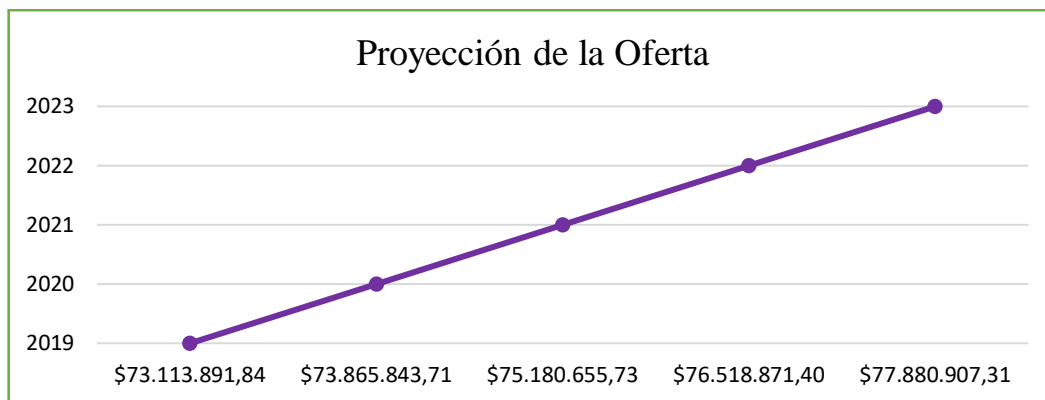


Gráfico 3-4: Proyección de la Oferta

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis

En la proyección de la oferta se utilizó como muestra la población objetivo de la demanda que fue de 245678 al cual se le multiplicó por el consumo mensual de obtenido en los resultados de la encuesta que se aplicó en la ciudad de Riobamba. Dándonos como resultado el consumo de la mayonesa, este consumo se multiplico por el 62% que fue el resultado obtenido en la encuesta ya que no se encontró datos históricos, dando como conclusión que en el primero año se tiene una oferta de \$ 73.113.891,84; Mientras en el quinto año la oferta es de \$ 77.880.907,31.

4.2.2.2. Proyección de la Demanda insatisfecha

Tabla 8-4: Proyección de la Demanda Insatisfecha

Años	Población Objetivo	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2019	245678	\$117.925.632,00	\$ 73.113.891,84	\$44.811.740,16
2020	248205	\$119.138.457,60	\$ 73.865.843,71	\$45.272.613,89
2021	252623	\$121.259.122,15	\$ 75.180.655,73	\$46.078.466,42
2022	257120	\$123.417.534,52	\$ 76.518.871,40	\$46.898.663,12
2023	261697	\$125.614.366,63	\$ 77.880.907,31	\$47.733.459,32

Fuente: Encuesta

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

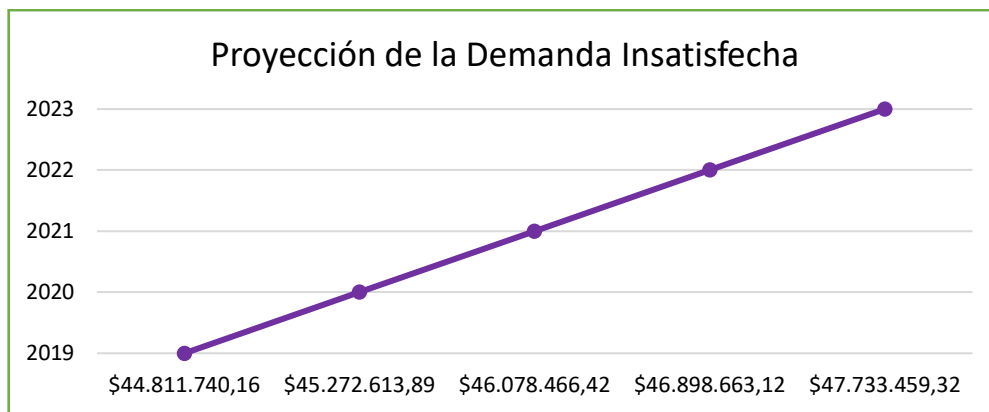


Gráfico 4-4: Proyección de la Demanda Insatisfecha

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos en la oferta y demanda se demostró que la demanda es mayor que la oferta por lo que para la proyección de la demanda insatisfecha se procedió a restar estos consumos dando como resultado que la mayonesa fit tendrá una viabilidad positiva en la ciudad de Riobamba.

4.2.3. Mix de Mercado

4.2.3.1. Producto

“MAYO FIT” es una mayonesa que se basa principalmente en una elaboración saludable, utilizando las normas de calidad para los consumidores, siendo que el objetivo de este producto es que los clientes consuman una mayonesa que no contenga grasa y tenga más proteína de lo habitual, siendo así un producto que evite enfermedades catastróficas y puedan consumir cualquier tipo de persona. Por ello la mayonesa fit se convierte en el acompañante principal de la clientela de Riobamba.

4.2.3.2. Precio

Para el precio de la mayonesa fit se tomó en cuenta los costos de producción (mayonesas de otras marcas) y se consideró los parámetros de inflación, el costo del país y el precio en el mercado y mediante eso se determinó que el costo de “MAYO FIT” es de \$2, los más accesible y equilibrado para la clientela.

4.2.3.3. *Distribución*

Para la distribución de la mayonesa “MAYO FIT”, se utilizará el canal directo que se basa en el fabricante y el consumidor final, entregando un producto de calidad. Conforme el producto se posiciona en el mercado, más personas conozcan el producto, el canal de distribución podrá ser indirecto corto o largo, con lo cual se llegará a más puntos de ventas, esto permitirá que el consumidor se familiarice con la marca del producto y permitirá el aumento en las ventas.

4.2.3.4. *Promoción*

Se utilizará las redes sociales como FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER y sitios de venta en la web para dar a conocer el producto, y los principales beneficios que brinda comer una comida sana y rica en proteína, se utilizará esta herramienta por su bajo costo y porque son las más utilizadas hoy en día. Las estrategias en la comercialización son: Descuentos, la venta y recibimiento de pagos en efectivo recibirán un descuento de hasta el 10%, esto permitirá que los montos de compra sean más elevados.

4.2.3.5. *Marca*

“MAYO FIT” será la marca que nos permitirá identificar a nuestro emprendimiento y la cual nos distinguirá de las demás mayonesas que existen en el mercado, se elegirá este nombre porque es corto y se podrá recordar con facilidad ya que será nuevo, e innovador en el mercado.

4.2.3.6. *Slogan y Logotipo*

“Como lo sano ninguno”



Figuras 1-4: Logotipo
Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

4.2.4. Segmentación del Mercado

Cálculo de la muestra

Población

Según el censo de Población y Vivienda en el año 2010

Provincia de Chimborazo: 458.581 personas

Mercado total:

Cantón Riobamba 225.741 personas

Mercado potencial: 161.488 personas de 15 años a más económicamente activas

Mercado potencial real: 383 personas.

La población es de 383 personas del cantón se aplicó un muestreo aleatorio simple para determinar el tamaño de la muestra a encuestar.

4.2.5. Competencia

Las competencias indirectas de “MAYO FIT” son:

Tabla 9-4: Competencias indirectas

Empresa	Producto	Características
Maggi	Mayonesa Light Maggi	Bajo en calorías, colesterol y liviana en grasas
Pronaca	Mayonesa Light Gustadina	50% menos calorías aceite de soya 30%, sal, especias y vinagre.
Alicorp	Mayonesa Alacena Light	Baja en calorías

Fuente: Maggi, Pronaca, Alicorp

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Distribuidas en gran parte en los supermercados y tiendas de la ciudad.

4.2.6. Análisis del Sector

“MAYO FIT” se ubicará en la ciudad de Riobamba, en la parroquia Veloz que existe una afluencia de comercio y cuenta con dos mercados en el sector, en las calles San Cristóbal y Calpi, manzana 4, número de casa 04, también existe cerca el colegio Experimental capitán Edmundo Chiriboga y el cementerio general de Riobamba adicionalmente a dos cuadras de la av. Atahualpa y a 6 de la av. 9 de octubre.

4.2.6.1. Tipos de clientes

Nos enfocaremos en los distintos tipos de clientes potenciales, reales, leales u otros que existe sin importar el género, etnia, región o religión, donde se respetará la opinión de nuevas ideas y sugerencias que favorezcan al crecimiento y avance del producto, lo cual nos hará crecer en el mercado para poder brindar una mejor atención con productos de calidad.

4.2.6.2. Proveedores

“MAYO FIT” contará con varios proveedores que facilitaran la entrega de materia prima de calidad y comprobando el estado de productos para su almacenamiento para luego poder utilizarlos, los huevos se comprarán a los productores de la zona y sus pedidos se los realizarán de manera semanal o quincenal, también los quesos light se trabajará con las productoras de queso de la región así ayudando de esta manera a los productores del cantón de las zonas rurales, así se minimizará los costos ya que se comprara a precio de mayorista también asegurando la compra del producto fresco y de calidad.

4.2.6.3. Tipo de Producto

“MAYO FIT” es una salsa que cuenta con características innovadoras y nuevas para la sociedad ya que es una mayonesa que tiene múltiples beneficios como: menor grasa de lo habitual, elaborada a base de proteína y lo mejor que puede ser degustada por cualquier tipo de persona.

4.3. ESTUDIO TÉCNICO

4.3.1. Determinación del tamaño de la empresa

La determinación del tamaño de la empresa se proyectó durante 5 años, esto fue a partir del porcentaje obtenido en la demanda insatisfecha concordando con los datos obtenidos en la encuesta que se aplicó en la ciudad de Riobamba.

Tabla 10-4: Tamaño de la empresa

AÑO	DIARIO	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	SEMESTRAL	ANUAL
2019	50	350	750	1500	9000	18000
2020	56	392	840	1680	10080	20160
2021	62	434	930	1860	11160	22320
2022	68	476	1020	2040	12240	24480
2023	76	532	1140	2280	13680	27360
TOTAL	312	2184	4680	9360	56160	112320

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

4.3.2. Capacidad del Emprendimiento

Tabla 11-4: Capacidad del Emprendimiento

AÑO	POBLACIÓN OBJETIVO	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL
2019	261360	50	350	1500
2020	264048	56	392	1680
2021	268748	62	434	1860
2022	273532	68	476	2040
2023	278401	76	532	2280

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

4.3.3. Localización

La ubicación actual de la elaboración del producto se encuentra en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba en las calles: San Cristóbal y Calpi, manzana 4, número de casa 04.



Figuras 2-4: Localización del emprendimiento

Fuente: Google maps

4.3.4. Proceso de producción

Fabricación

La mayonesa fit es una salsa de emulsión de queso, huevos y vinagre.

Huevos cocidos 30%

Vinagre 19%

Queso mozzarella light 50%

Sal 1%

Proceso de producción

La mayonesa presenta un proceso de producción continua la cual comprende 4 etapas:

1. Preparación de la materia prima

En la preparación de la materia prima lo que tenemos que hacer es cocer los huevos, y sacar las porciones que va a llevar la preparación de la salsa.

2. Dosificación

Para 250 gr de mayonesa se usó: 2 huevos medianos cocidos, 100gr de queso mozzarella light (50% menos grasa), 1 ½ cucharadas de zumo de limón, ½ cucharadas de vinagre de manzana y sal al gusto.



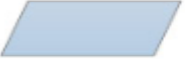
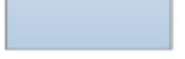

3. Emulsificación

Vertimos todos los ingredientes en un vaso de licuadora, licuamos hasta que quede una mezcla fina y sin grumos. Al añadir sal en nuestra salsa aumentamos la vida de está.

4. Almacenamiento de producto terminado

El producto final es almacena inmediatamente en los recipientes de 50gr que ya están con su respectiva etiqueta, cumpliendo así con todo lo necesario para que sea comercializada y llevada a la mesa de nuestros clientes.

4.3.5. Flujograma de producción

Símbolo	Nombre	Función
	Inicio / Final	Representa el inicio y el final de un proceso
	Línea de Flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones. La flecha indica la siguiente instrucción.
	Entrada / Salida	Representa la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación
	Decisión	Nos permite analizar una situación, con base en los valores verdadero y falso

Figuras 3-4: Flujograma y definiciones

Fuente: Investigación propia

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.



Figuras 4-4: Flujograma de producción

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

4.3.6. Diseño de la Planta



Figuras 5-4: Diseño de Planta

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

4.3.7. Descripción del Diseño de Planta

4.3.7.1. Área de Producción

Para el área de producción de MAYO FIT está diseñada de acuerdo con las necesidades del local ya que cuenta con maquinaria, equipos y todo lo necesario para la elaboración de la salsa, estos materiales están ubicados de manera ordenada y al alcance de los colaboradores para que ellos se puedan desenvolver de mejor manera.

4.3.7.2. Área de Ventas

En esta área se receptorá pedidos a domicilio y los clientes que acudan al establecimiento a comprar la mayonesa serán atendidos por personal capacitado para el trato de vendedor-cliente, se les mostrará el tamaño y embace en el cual se encontrara nuestra mayonesa.

4.3.7.3. Área de Bodega

En el área de bodega se encontrarán todos los productos perecibles como no perecibles y la materia prima que se utiliza para la elaboración de la salsa estarán ubicados en refrigeradores y se harán inventarios de la caducidad de cada producto para así evitar la contaminación de los productos y mantener correctamente las condiciones de higiene.

4.3.8. Requerimientos de Talento Humano

Personal para atención al cliente

Personal Existente

Cajero

Personal capacitado para la elaboración del producto

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN

5.1.1. Estructura de los costos de producción

5.1.1.1. Consumos de servicios básicos

Tabla 1-5: Consumos de servicios básicos

SERVICIOS	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
Agua	Básico (1,13 c/m3)	EMAPAR	\$ 20,99	\$ 251,88
Luz	Básico	EERSA	\$ 30,78	\$ 369,36
Internet	Ilimitado	FIBRA TELECOM	\$ 30,00	\$ 360,00
Teléfono	Básico	CNT	\$ 10,00	\$ 120,00
TOTAL			\$ 91,77	\$ 1.101,24

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.1.1.2. Combustible

Tabla 2-5: Combustibles

COMBUSTIBLES	CANTIDAD SEMANAL	PROVEEDOR	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
Gas Domestico	3	AGRO GASS	\$ 9,00	\$ 108,00
TOTAL			\$ 9,00	\$ 108,00

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.1.2. Mantenimiento

Tabla 3-5: Mantenimiento

EQUIPOS E INSTALACIONES	CANTIDAD	TIEMPO	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
Mesón de Trabajo	1	1 año	\$ 15,00	\$ 30,00
Batidora Hamilton Beach	1	1 año	\$ 15,00	\$ 30,00
Licuada Oster	1	1 año	\$ 30,00	\$ 60,00
Cocina a gas con horno Indurama	1	1 año	\$ 35,00	\$ 70,00
Refrigeradora Indurama	1	1 año	\$ 40,00	\$ 80,00
TOTAL			\$ 135,00	\$ 270,00

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.1.2.1. Depreciación

Tabla 1-5: Depreciación Activos Fijos

BIEN	VALOR	AÑOS DE VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR PARA DEPRECIAR ANUAL
Maquinaria y Equipo	\$ 1.375,00	10	\$ 137,50	\$ 1.237,50
Equipo de Computo	\$ 500,00	3	\$ 166,67	\$ 333,33
Muebles y Enseres	\$ 890,00	10	\$ 89,00	\$ 801,00
TOTAL				\$ 2.371,83

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.1.3. Mano de Obra directa

5.1.3.1. Área de Producción

Tabla 2-5: Área de producción

MANO DE OBRA			
RUBROS	VALORES POR MES	VALORES AL AÑO	BENEFICIOS SOCIALES(11,15% APOORTE PATRONAL)
Gerente/Empacador	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 555,75
Empleado/cocinero	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 444,60
TOTAL	\$ 900,00	\$ 10.800,00	\$ 1.000,35

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.1.3.2. Área Administrativa

Tabla 6-5: Área administrativa de ventas

RUBROS	VALORES POR MES	VALORES AL AÑO	BENEFICIOS SOCIALES (11,15% APOORTE PATRONAL)
Administrador de ventas	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 500,18
TOTAL	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 500,18

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.1.3.3. Activos fijos de Producción

Tabla 7-5: Activos fijo de producción

Activos Fijos De Producción	
Maquinaria	\$ 1.375,00
Muebles Y Enseres	\$ 890,00

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

5.2.1. Organización de la Empresa

Tabla 8-5: Organización de la empresa

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD
GERENTE	Desarrolla la supervisión y manejo de la materia prima	Manejo del personal
	Supervisa los costos de producción	
	Supervisar los horarios de trabajo y producción	
	supervisa el producto terminado	Producto calidad
Empleado/Cocinero	Elaboración y manejo de materia prima	Proceso de elaboración
	Mezclado de productos	
	Limpieza de productos	
	Limpieza de maquinaria	

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Tabla 9-5: Área de Ventas

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD
Administrador de ventas	Recibe a los clientes con un producto de muestra para su degustación	Manejo de los clientes
	Comercialización del producto	Publicidad
	Realiza un análisis financiero de ventas	
	Investiga las estrategias de comercialización de la competencia	Competitividad

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Tabla 3-5: Área de Terminado

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD
Empacador	Revisión y calidad del producto, que no tenga ninguna falla en el proceso de envasado	Producto terminado
	Proceso de empacado y sellado	
	Adecuado traslado del producto hacia el lugar de venta	
	Adecuado empacamiento en el almacenamiento del producto	

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.2.2. Organigrama estructural de “MAYO FIT”



Figuras 1-5: Organización estructural “MAYO FIT”

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.3. PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL TALENTO HUMANO

5.3.1. Descripción de puestos de trabajo

5.3.1.1. Costos Salariales

Tabla 4-5: Costos Salariales

CARGO	SUELDO
Administrador de ventas	\$ 450,00
Gerente	\$ 500,00
Empleado/Cocinero	\$ 400,00
Empacador	\$ 400,00
TOTAL	\$ 1.750,00

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.3.1.2. Proceso de contratación al puesto de trabajo

El proceso de contratación se lo realizará dependiendo el puesto de trabajo, a través de entrevistas personales y que cumpla con el perfil solicitado, a través de diferentes características como:

El manejo de herramientas, limpieza de la materia prima, así como el empacado o la venta del producto.

La rapidez en momentos de presión, así como el aprovechamiento de recursos.

Conocer la elaboración, medidas, pesos, técnicas al momento de elaborar la mayonesa con el debido manejo de materiales.

5.3.2. Marco legal para la creación de “MAYO FIT”

5.3.2.1. Razón Social

El nombre del producto será conocido como MAYO FIT, un producto ecuatoriano hecho con manos ecuatorianas con proteínas saludables, con baja cantidad de grasa y rica en nutrientes, enfocado en las normativas legales del país, se encontrará en la provincia de Chimborazo en la ciudad de Riobamba en las calles: San Cristóbal y Calpi, manzana 4, número de casa 04.

5.4. ESTUDIO AMBIENTAL

5.4.1. Impacto Ambiental

Tabla 5-5: Impacto Ambiental

DAÑOS OCACIONALES EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN	MEDIDAS DE MITIGACIÓN
Agua	Lavado de materiales, con el agua necesaria para no desperdiciarla
	El resto del agua que utilice se podrá poner en las plantas o en el baño
	El personal deberá lavarse periódicamente las manos con el agua necesaria
	Dar charlas al personal sobre la importancia del ahorro del agua
Suelo	Los desperdicios orgánicos se utilizarán para abono y siembra de plantas
	Los desperdicios de clasificaran el orgánico e inorgánico
Aire	Utilización de extractores de olores de esta manera ayudara a la reducción de la contaminación
	Mantenimiento y limpieza permanente de la maquinaria
Residuos Sólidos	Control correcto de la extracción de los residuos sólidos peligrosos
	realizar un correcto manejo de residuos
Otros Recursos Naturales	Utilización de envases que ayuden al buen manejo de la distribución de los residuos al ecosistema

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.4.2. II. Acciones remediales 3R

5.4.2.1. Reducir

Debemos reducir el uso de materiales no degradables ya sea energía, agua u otro por ejemplo:

- Reducir el uso de fundas plásticas
- Reducir el consumo de aparatos electrónicos apagándolos o desconectándolos que no se utilice en ese momento.

- Reducir el consumo de agua para actividades que no sean importantes o el desperdicio de esta.

5.4.2.2. *Reutilizar*

Dar un nuevo uso al producto arreglándolos o modificándoles para darles una vida útil más prolongada.

- Reutilizar el agua para las plantas o para el inodoro.
- Dar una nueva función a los embaces dándoles una nueva vida útil.
- Reutilizar las fundas, botellas dando otro uso.

5.4.2.3. *Reciclar*

Son los materiales que ya no se puede usar para el fin que fueron creados sin embargo se puede dar otro fin, por ejemplo: los papeles, el vidrio utilizando para un nuevo uso, desechos orgánicos, cartón.

5.5. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

5.5.1. *Análisis de la inversión*

Tabla 13-5: Inversión del Proyecto

INVERSIONES FIJAS	INVERSIÓN REALIZADA	INVERSIÓN POR REALIZAR	TOTAL
Local	\$ 2.000,00		\$2.000,00
Maquinaria		\$1.375,00	\$1.375,00
Muebles Y Enseres		\$890,00	\$890,00
Activos Diferidos			
Servicios Y Otros Gastos		\$3.616,00	\$4.116,00
Imprevistos		\$500	
Capital De Trabajo			
Materia Prima		\$7.695,00	\$7.695,00
Mano De Obra		\$1.750,00	\$1.750,00
Suministros Materia Prima		\$2.160,00	\$2.160,00
TOTAL, DE LA INVERSIÓN	\$2.000,00	\$17.986,00	\$19.986,00

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.6. II. ESTADOS DE FUENTES Y USOS

Tabla 14-5: Fuentes y usos del Proyecto

RUBROS	USOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		PROPIO	EXTERNO
1. INVERSIONES FIJAS			
Local	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	
Maquinaria	\$ 1.375,00		\$ 1.375,00
Muebles Y Enseres	\$ 890,00	\$ 890,00	
2. ACTIVOS DIFERIDOS			
Servicios Y Otros Gastos	\$ 3.616,00		\$ 3.616,00
Imprevistos	\$ 500		\$ 500
3. CAPITAL DE TRABAJO			
Materia Prima	\$ 7.695,00		\$ 7.695,00
Mano De Obra	\$ 1.750,00		\$ 1.750,00
Suministros Materia Prima	\$ 2.160,00		\$ 2.160,00
TOTAL, DE LA INVERSIÓN	\$ 19.986,00	\$ 2.890,00	\$ 17.096,00

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.6.1. Tabla de amortizaciones

5.6.1.1. Tabla de Interés

Tabla 15-5: Tabla de amortización del préstamo

AÑOS	SALDO INICIAL	AMORTI ZACION	INTERES	CUOTA	PAGO	SALDO
0						\$18.000,00
1	\$ 13.127,95	\$ 364,67	\$ 123,40	\$ 591,69	\$ 468,29	\$12.659,66
2	\$ 7.208,72	\$ 200,24	\$ 67,76	\$ 591,69	\$523,93	\$ 6.684,79
3	\$ 586,18	\$ 16,28	\$ 5,51	\$ 591,69	\$586,18	\$0,00

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.6.1.2. Tabla de amortización de los gastos

Tabla 16-5: Tabla de amortización de los gastos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	PROYE CCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	\$ 1.200,00	\$ 1.128,00	\$ 1.060,32	\$ 996,70	\$ 936,90	\$ 880,68
GASTOS DE INSTALACION	\$ 1.540,00	\$ 1.447,60	\$ 1.360,74	\$ 1.279,10	\$ 1.202,35	\$ 1.130,21
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 876,00	\$ 823,44	\$ 774,03	\$ 727,59	\$ 683,94	\$642,90
IMPREVISTOS	\$ 500,00	\$ 470,00	\$ 441,80	\$ 415,29	\$ 390,37	\$366,95
TOTAL	\$ 4.116,00	\$ 3.869,04	\$ 3.636,90	\$ 3.418,68	\$ 3.213,56	\$ 3.020,75

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.6.2. Presupuestos de costos de Producción

Tabla 17-5: Costos de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 1.200,00	\$ 1.249,20	\$ 1.300,42	\$ 1.353,73	\$ 1.409,24
MATERIA PRIMA	\$ 7.695,00	\$ 8.010,50	\$ 8.338,93	\$ 8.680,82	\$ 9.036,73
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 240,00	\$ 249,84	\$ 260,08	\$ 270,75	\$ 281,85
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 10.800,00	\$ 11.242,80	\$ 11.703,75	\$ 12.183,61	\$ 12.683,14
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 745,00	\$ 775,55	\$ 807,34	\$ 840,44	\$ 874,90
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS Y MAQUINARIA	\$ 630,00	\$ 655,83	\$ 682,72	\$ 710,71	\$ 739,85
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	\$ 890,00	\$ 926,49	\$ 964,48	\$ 1.004,02	\$ 1.045,18
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 1.200,00	\$ 1.249,20	\$ 1.300,42	\$ 1.353,73	\$ 1.409,24
RECARGA DE GAS	\$ 108,00	\$ 112,43	\$ 117,04	\$ 121,84	\$ 126,83
TOTAL	\$ 23.508,00	\$ 24.471,83	\$ 25.475,17	\$ 26.519,66	\$ 27.606,96

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.6.3. Presupuestos de costos Administración

Tabla 18-5: Gastos Administrativos

COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS DE ADMINISTRATIVOS	\$ 5.400,00	\$ 5.621,40	\$ 5.851,88	\$ 6.091,80	\$ 6.341,57
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	\$ 1.200,00	\$ 1.249,20	\$ 1.300,42	\$ 1.353,73	\$ 1.409,24
GASTOS DE INSTALACIÓN	\$ 1.540,00	\$ 1.603,14	\$ 1.668,87	\$ 1.737,29	\$ 1.808,52
IMPREVISTOS	\$ 500,00	\$ 520,50	\$ 541,84	\$ 564,06	\$ 587,18
TOTAL	\$ 5.400,00	\$ 5.621,40	\$ 5.851,88	\$ 6.091,80	\$ 6.341,57

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.6.4. Presupuestos de costos de venta

Tabla 19-5: Costos de ventas

COSTO DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	\$ 876,00	\$ 911,92	\$ 949,30	\$ 988,23	\$ 1.028,74
SUELDO	\$ 4.800,00	\$ 4.996,80	\$ 5.201,67	\$ 5.414,94	\$ 5.636,95
AMORTIZACIÓN DE PROMOCIÓN	\$ 240,00	\$ 249,84	\$ 260,08	\$ 270,75	\$ 281,85
TOTAL	\$ 5.916,00	\$ 6.158,56	\$ 6.411,06	\$ 6.673,91	\$ 6.947,54

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.6.5. Estado de resultados

Tabla 6-5: Estado de resultados

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas	\$11.160,00	\$15.735,60	\$22.187,20	\$31.283,95	\$44.110,36
(-) Costo de producción	\$23.508,00	\$24.471,83	\$25.475,17	\$26.519,66	\$27.606,96
(=) Utilidad Bruta	\$12.348,00	\$8.736,23	\$3.287,98	\$4.764,29	\$16.503,40
(-) Costo de Administración	\$ 8.640,00	\$ 8.994,24	\$9.363,00	\$9.746,89	\$10.146,51
(-) Costo de Ventas	\$ 5.916,00	\$6.158,56	\$6.411,06	\$6.673,91	\$6.947,54
(=) Utilidad Operativa	\$ 9.624,00	\$13.569,84	\$19.133,47	\$26.978,20	\$38.039,26
(-) Costos Financieros	\$ 123,40	\$67,76	\$5,51		
(=) Resultados utilidades y/o pérdidas	\$ 9.500,60	\$13.076,88	\$19.426,55	\$21.381,21	\$22.789,51
(-) Reparto de Utilidades					
(-) Impuesto a la Renta					
(=) Utilidad Neta	\$9.500,60	\$13.076,88	\$19.426,55	\$21.381,21	\$22.789,51

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.6.6. Estado de situación financiera

Tabla 7-5: Balance General

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 3.960,91	\$1.500,00	\$1.100,00	\$2.395,44	\$3.733,44
ACTIVO FIJO	\$19.986,00	\$19.986,00	\$19.986,00	\$19.986,00	\$19.986,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$2.265,00	\$2.327,32	\$2.392,20	\$2.459,73	\$2.530,03
TOTAL, ACTIVOS	\$26.211,91	\$23.813,32	\$23.478,20	\$24.841,17	\$26.249,47
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE	\$13.127,95	\$7.208,72	\$586,18		
PASIVO L. P	\$123,40	\$67,76	\$5,51		
TOTAL, PASIVO	\$13.251,35	\$7.276,48	\$591,69	\$ -	\$-
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL	\$3.460,0	\$3.460,0	\$3.460,0	\$3.460,0	\$3.460,0
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$9.500,60	\$13.076,88	\$19.426,55	\$21.381,21	\$22.789,51
TOTAL, PATRIMONIO	\$12.960,56	\$16.536,84	\$22.886,51	\$24.841,17	\$26.249,47
TOTAL, PASIVO+PATRIMONIO	\$26.211,91	\$23.813,32	\$23.478,20	\$24.841,17	\$26.249,47

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.6.7. Flujo de caja

Tabla 8-5: Flujo de caja

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		\$11.160	\$15.736	\$22.187	\$31.284	\$44.110
COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$23.508	\$24.472	\$25.475	\$26.520	\$27.607
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$8.640	\$8.994	\$9.363	\$9.747	\$10.147
GASTOS VENTAS		\$5.916	\$6.159	\$6.411	\$6.674	\$6.948
GASTOS FINANCIEROS		\$123	\$68	\$6	\$ -	\$-
UTILIDAD NETA		\$9.501	\$13.077	\$19.427	\$21.381	\$22.790
DEPRECIACIONES		\$2.265	\$2.358	\$2.455	\$2.555	\$2.660
AMORT.ACT. NOMINAL	\$3.616					
INVERSIÓN MAQ Y EQU.	\$2.265					
INV. TERR Y OB. FÍSICAS	\$2.000					
INV. OTROS						
INV. CAPITAL DE TRABAJO	\$11.605					
VEHÍCULO						
IMPREVISTOS	\$500					
IMPREVISTOS						
RECUP. CAP. TRABAJO						
PRESTAMOS						
AMORT. PRÉSTAMO		\$592	\$592	\$592	-	-
TOTAL, FLUJO DE CAJA	\$19.986	\$61.705	\$71.454	\$85.915	\$98.161	\$114.261

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.7. ESTUDIO DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA, SOCIAL Y AMBIENTAL

5.7.1. Evaluación económica

La evaluación económica es la mejor forma de los recursos existentes, con un conjunto de técnicas los indicadores financieros teniendo en cuenta los costos de la mejor decisión a tomar.

5.7.2. Prueba ácida

Tabla 23-5: Prueba Ácida

Cálculo Prueba Acida	
Activo Corriente	\$ 3.960,91
Inventarios	\$ 2.160,00
Pasivo Corriente	\$ 13.127,95
P.A	\$ 0,14

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Resultado:

Se utilizó la prueba acida para medir la liquidez y la capacidad de pagar ya que es un buen indicador financiero el resultado se obtuvo de \$0,14 es decir que no estaríamos en condiciones de pagar nuestras deudas a corto plazo sin vender las mercaderías, ya que por cada dólar que se debe se dispone de 0,14\$ para pagarlo.

5.7.3. Flujo Neto de Efectivo (FNE)

Tabla 24-5: Egresos en Gastos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	\$ 23.508,00	\$ 24.471,83	\$ 25.475,17	\$ 26.519,66	\$ 27.606,96
Costos de venta	\$ 5.916,00	\$ 6.158,56	\$ 6.411,06	\$ 6.673,91	\$ 6.947,54
Gastos administrativos	\$ 8.640,00	\$ 8.994,24	\$ 9.363,00	\$ 9.746,89	\$ 10.146,51
Gastos financieros	\$ 1.480,80	\$ 813,12	\$ 66,12		
Egresos en gastos	\$ 39.544,80	\$ 40.437,75	\$ 41.315,35	\$ 42.940,46	\$ 44.701,01

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Tabla 25-5: Flujo Neto de Efectivo

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso en Ventas		\$44.640,00	\$45.696,00	\$51.072,00	\$60.480,00	\$64.800,00
Egreso en Gastos		\$39.544,80	\$40.437,75	\$41.315,35	\$42.940,46	\$44.701,01
Flujo Neto de Efectivo	\$-19.986,00	\$5.095,20	\$5.258,25	\$9.756,65	\$17.539,54	\$20.098,99

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Resultado:

En el primer año el flujo neto de caja será de \$5095,20 incrementando año tras año hasta llegar al quinto año donde el valor será de \$20098,99, el cual refleja el total de efectivo de los gastos y pagos.

5.7.4. Valor Actual Neto (VAN)

Tabla 26-5: Valor Actual Neto

	Inversión inicial	Flujo neto de ejecutivo	Fc. Acuml.	Fctr. Actualz.	VAN
AÑO 0	\$ -19.986,00		1	\$ -19.986,00	\$ -19.986,00
AÑO 1		\$ 5.095,20	0,91	\$ 4.632,00	\$ -15.354,00
AÑO 2		\$ 5.258,25	0,83	\$ 4.345,66	\$ -11.008,34
AÑO 3		\$ 9.756,65	0,75	\$ 7.330,32	\$ -3.678,02
AÑO 4		\$ 17.539,54	0,68	\$ 11.979,74	\$ 8.301,72
AÑO 5		\$ 20.098,99	0,62	\$ 12.479,89	\$ 20.781,61
VAN				\$ 20.781,61	

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Resultados:

Como el Valor actual neto de la fabricación de mayonesa es superior a 0 se proyecta que la inversión propuesta generará \$20781,61 de ganancia en 5 años, un valor positivo lo que significa que el proyecto es viable.

5.7.5. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 27-5: Tasa Interna de Retorno

CALCULO DEL TIR	
TIR	36%

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Resultado:

La tasa interna de retorno es igual a 36%, lo cual significa que el proyecto es rentable.

5.7.6. Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR)

La Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) es un porcentaje que determina el porcentaje mínimo que van a recibir los inversionistas por haber invertido en su proyecto. Mediante esta tasa se puede determinar si el proyecto le puede generar ganancias o no.

Tabla 28-5: Costo promedio ponderado del capital

AÑOS	TMAR	VAN
		12%
0	\$ -19.986,00	\$-19.986,00
1	\$ 5.095,20	\$ 4.549,29
2	\$ 5.258,25	\$ 4.191,84
3	\$ 9.756,65	\$ 6.944,59
4	\$ 17.539,54	\$ 11.146,69
5	\$ 20.098,99	\$ 11.404,71
TOTAL	\$ 18.251,12	\$ 18.251,12

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Resultado:

La tasa mínima de rendimiento para la creación de “MAYO FIT” corresponde a \$ 18.251,12 es la inversión promedio de participación la cual ayudara a cubrir las deudas en un corto plazo.

5.7.7. Periodo Real de Recuperación de la Inversión (PRI)

Tabla 29-5: Periodo real de recuperación de la inversión

AÑOS	Fctr. Actualz.	F. Efct. Act		
0	\$-19.986,00	\$-19.986,00		
1	\$4.632,00	\$-15.354,00		
2	\$4.345,66	\$-11.008,34		
3	\$7.330,32	\$-3.678,02	Años	3
4	\$11.979,74	\$8.301,72	Meses	4
5	\$12.479,89	\$20.781,61	Días	11

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Resultado:

El periodo real de recuperación de la inversión es de 3 años, 4 meses y 11 días; este resultado se obtuvo mediante la sumatoria de los flujos actualizados.

5.7.8. Real Beneficio de Costo (R/C)

Tabla 9-5: Relación beneficio de costo

Flujo actualizado	\$ 20.781,61
Inversión	\$ 19.986,00
Relación B / C =	\$ 1,40

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Resultado:

La Relación Beneficio de costo determina que por cada \$1 de inversión vamos a obtener 0.40 ctvs. de ganancia esto quiere decir que la inversión es rentable.

5.7.8.1. Punto de equilibrio

Tabla 10-5: Punto de Equilibrio

COSTOS FIJOS	\$ 6.175,00
PRECIO	\$ 2,00
COSTO VARIABLE	\$ 0,50
PUNTO DE EQUILIBRIO	6117

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Tabla 11-5: Unidades

UNIDADES	VENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	UTILIDADES
1200	\$ 2.400,00	\$ 6.175,00	\$ 600,00	\$ 7.375,00	\$ -4.975,00
2200	\$ 4.400,00	\$ 6.175,00	\$ 1.100,00	\$ 8.375,00	\$ -3.975,00
3200	\$ 6.400,00	\$ 6.175,00	\$ 1.600,00	\$ 9.375,00	\$ -2.975,00
4200	\$ 8.400,00	\$ 6.175,00	\$ 2.100,00	\$ 10.375,00	\$ -1.975,00
5200	\$ 10.400,00	\$ 6.175,00	\$ 2.600,00	\$ 11.375,00	\$ -975,00
6200	\$ 12.400,00	\$ 6.175,00	\$ 3.100,00	\$ 12.375,00	\$ 25,00
7200	\$ 14.400,00	\$ 6.175,00	\$ 3.600,00	\$ 13.375,00	\$ 1.025,00
8200	\$ 16.400,00	\$ 6.175,00	\$ 4.100,00	\$ 14.375,00	\$ 2.025,00
9200	\$ 18.400,00	\$ 6.175,00	\$ 4.600,00	\$ 15.375,00	\$ 3.025,00
10200	\$ 20.400,00	\$ 6.175,00	\$ 5.100,00	\$ 16.375,00	\$ 4.025,00

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

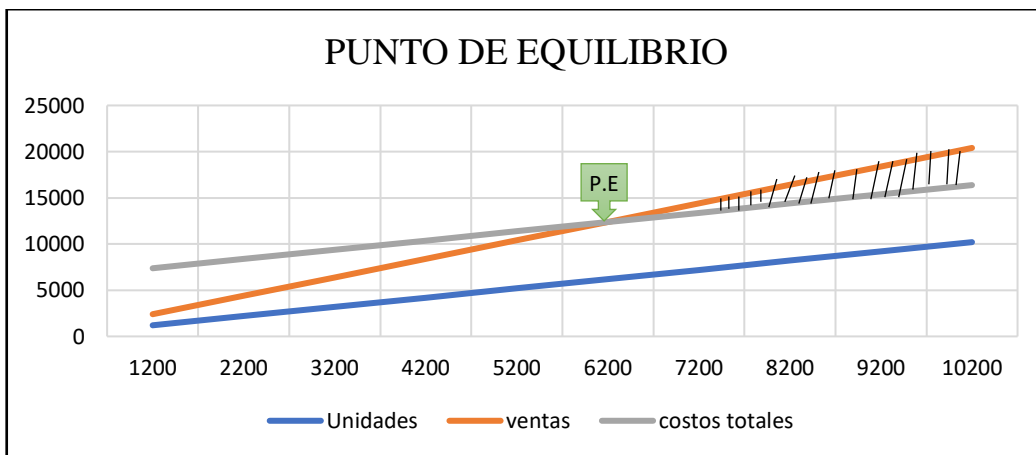


Gráfico 1-1: Punto de Equilibrio

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

Resultado:

Con el punto de equilibrio se puede explicar que “Mayo Fit” deberá vender 6200 unidades para obtener un total de \$12,400,00 en ventas y de esta manera se recibirá \$ 25 de utilidades.

5.7.9. Evaluación Social

Determina el nivel de desempleo en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, “MAYO FIT” ayudara a brindar nuevas oportunidades de trabajo, dando así la oportunidad de un crecimiento económico social a las familias de la provincia.

Tabla 12-5: Aporte Social

DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN CHIMBORAZO	74973	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	4	
APORTE		0,0053%

Fuente: INEC, Censo Población y Vivienda 2010.

Realizado por: Orozco, María J – Peralvo, Alex, 2021.

5.7.10. Evaluación Ambiental

Se organizará un plan de manejo para los residuos del emprendimiento, de esta manera se podrá reducir y dar solución a un problema del impacto ambiental y de esta manera se contribuirá al ecosistema.

CONCLUSIONES

- Mediante la elaboración de la mayonesa con productos saludables, como los huevos cocidos, vinagre de manzana, se redujo la necesidad de un producto que contenga grasa y se aumentó la cantidad de proteínas.
- Con la elaboración de un estudio financiero se concluyó que el producto es viable ya que arrojaron resultados positivos para la elaboración de este.
- Con la aplicación de la encuesta se obtuvo que el 94% de las personas residentes en la ciudad de Riobamba aceptarían nuestra mayonesa en su alimentación cotidiana.
- De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de mercado se demostró que la demanda es mayor que la oferta por lo que la proyección de la demanda insatisfecha fue positiva y arrojó que la mayonesa fit tendrá una viabilidad positiva en los consumidores dentro de nuestro mercado objetivo.
- Al ejecutar el análisis financiero se determinó la factibilidad de la elaboración y comercialización de la mayonesa fit al obtener resultados positivos como: VAN que fue de \$20.781,61, el resultado del TIR fue del 36% y el periodo real de recuperación de la inversión será de 3 años, 4 meses y 11 días.
- A través de la técnica muestral aplicada en este proyecto se determinó que el 62% de los consumidores preferían el costo de \$2 en una mayonesa de tamaño de 250 gr.

RECOMENDACIONES

- Realizar una buena estrategia de marketing con ideas innovadoras que ayudaran a conocer de mejor manera el producto a lanzarse en el mercado.
- Ejecutar un buen estudio de análisis financiero ya que de este resultado dependerá la verificación de viabilidad del proyecto para su desarrollo.
- Los costos de producción no sean muy elevados ya que con ellos no existirá perdidas y se podrá obtener mejores ganancias sin dejar alado la calidad del producto.
- Establecer de manera correcta el mercado objetivo para que así al realizar este análisis la demanda insatisfecha sea positiva y el producto sea viable.
- La elaboración del producto sea con todas las medidas de sanitización y personal capacitado para que así el producto no pierda su buena calidad.

BIBLIOGRAFÍA

ALPINA, *Queso Mozzarella light Kiosko*. [en línea], [Consulta: 22 September 2020]. Disponible en: <https://www.alpinaecuador.com/productos/quesos/quesos-mozzarella/queso-mozzarella-light-kiosko/>.

BORJA, M.J & VENTURA, E.V. *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699. ISSN 1098-6596.

CAZORLA, F.R. & CORTEZ, M. *Ciencias* [en línea], vol. Bachelor, pp. 104. [Consulta: 22 September 2020]. Disponible en: <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/3207>.

CEDEÑO, N. *Journal of Chemical Information and Modeling* [en línea], vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699. [Consulta: 1 February 2021]. ISSN 1098-6596. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>.

CHAVEZ, J.I.T. *Elaboración de sales saborizadas con materia prima existente en gatazo, cantón Colta, provincia de Chimborazo*. [en línea]. S.l.: [Consulta: 22 September 2020]. Disponible en: <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/9675/1/84T00259.pdf>.

CUADRAS, C.M. *Nuevos métodos de análisis multivariante*. Barcelona, España, (2014).

DANIEL FRANCO, I.A. *Mayonesa y ketchup*. [en línea]. S.l.: [Consulta: 22 September 2020]. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Ingredients_maonesa.jpg.

BASANTES H. *el estudio de acidulantes para la conservación de mayonesa*. [en línea], pp. 15–17. [Consulta: 22 September 2020]. Disponible en: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/3164/1/AL499.pdf>.

FORERO QUINTERO, L.S. *Importance of the Use of Hypothetical-Deductive Examples*, pp. 4.

HERNÁNDEZ, M.G.M. *Mención Industrias de la Leche*. [en línea]. S.l.: [Consulta: 22 September 2020]. Disponible en: <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/13034/1/226T0051.PDF>.

HIDALGO OROZCO, J.X. *Factores sociodemográficos asociados a la presencia de diabetes mellitus insulín dependiente con y sin mención de complicación en el distrito de salud Colta Guamote, período 2014-2018.* [en línea]. S.l.: [Consulta: 22 September 2020]. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13034/1/226T0051.PDF>.

JARA ZÚÑIGA, P.A. *Estudio Comparativo de la Calidad, Propiedades Biológicas y Físicas del huevo de 6 especies de Aves Domésticas (Gallinas, Codorniz, Pato, Pavo, Ganso y Paloma) y sus Alternativas de Industrialización.* [en línea]. S.l.: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. [Consulta: 22 September 2020]. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/913>.

CONGACHA G. *Estadística Aplicada a la Educación con Actividades de Aprendizaje.* Riobamba, Ecuador, 2012. ISBN 978-3-8484-6434-0.

LEMA, A.V.M. *Estudio del efecto estabilizante de la goma xantana en la elaboración de la mayonesa de glycine max (soya),* [en línea]. S.l.: [Consulta: 2 February 2021]. Disponible en: https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA_VIRTUAL/TESIS/04/ALI/0002229-ADTESME.pdf.

LEÓN, M. *Papel del huevo en la dieta de deportistas y personas físicamente activas* [en línea]. 15 October 2017. S.l.: Sociedad Española de Nutrición Parenteral y Enteral (SENPE). [Consulta: 22 September 2020]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.20960/nh.1568>.

RODRÍGUEZ, L.D. *Medicina Naturista* [en línea], vol. 14, no. 2, pp. 79–83. ISSN 2386463X. Disponible en: <file:///C:/Users/joagu/Downloads/Dialnet-AnalisisDeLaConcentracionDeAcidoAceticoDeSeisMarca-7512765.pdf>.

BEAVER, R. & BEAVER, B. *Introducción a la probabilidad y estadística* [en línea]. S.l.: s.n. [Consulta: 29 September 2020]. ISBN 0009-921X (Print)n0009-921X (Linking). Disponible en: <http://latinoamerica.cengage.com>.

MUÑOZ, N. *Investigación y Educación en Enfermería*, vol. 29, no. 3, pp. 492–499. ISSN 2216-0280.

PILAMUNGA, M. *Análisis estadístico para la toma de decisiones sobre políticas de seguridad, aceptabilidad, desempeño, cobertura y calidad de los servicios que presta el centro operativo ecu 911 en el sector urbano de la ciudad de Riobamba, año 2014.* [en línea]. S.l.: [Consulta: 22 September 2020]. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/6590/1/226T0035.pdf>.

SANGO, J. *Proyecto de factibilidad para la implementación de una cafetería con enfoque repotencializador utilizando productos autóctonos de la región sierra, en el cantón Quito, provincia de Pichincha 2017* , [en línea]. S.l.: [Consulta: 22 September 2020]. Disponible en:<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/6590/1/226T0035.pdf>.

ANEXOS

Anexo A: Encuesta de Factibilidad

Facultad de Ciencias – Carrera Estadística Informática.

Objetivo: Analizar el grado de aceptación en el consumo de la Mayonesa fit en la ciudad de Riobamba.

Su opinión es importante, conteste las mismas con responsabilidad.

Instrucciones: Marque con una X según corresponda.

Ingrese su edad en años: _____

Sexo: Masculino ___ Femenino_____

CUESTIONARIO

1. ¿Usted acostumbra a añadir a sus comidas salsas como la mayonesa?

SI _____

NO _____

A VECES _____

2. ¿Sabe usted el daño en la salud que causa el consumo de mayonesa en exceso?

SI _____

NO _____

3. ¿Con qué frecuencia consume usted mayonesa?

Diario _____

Semanal _____

Mensual _____

Rara vez _____

Nunca _____

4. Al momento de realizar la compra de una mayonesa usted se basa en:

El precio _____

Marca _____

Elaboración _____

Etiquetado nutricional _____

Otros _____

5. **¿Ha escuchado usted sobre una salsa (mayonesa) que sea rica en proteínas y baja en grasa?**

SI_____

NO_____

6. **Si existiera una mayonesa baja en grasa ¿Le gustaría probarla?**

SI_____

NO_____

7. **¿Qué tamaño sería el más acertado por usted para adquirir el producto?**

100 gr_____

250 gr_____

500 gr_____

8. **¿Dónde le gustaría adquirir el producto (mayonesa) rica en proteínas y baja en grasa?**

Tiendas_____

Supermercados_____

Internet_____

9. **¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este producto saludable?**

1\$_____

2\$_____

3\$_____

10. **Al comprar el producto y que este sea de su agrado, ¿a quién sugeriría probarlo?**

Amigos_____

Familiares_____

Vecinos_____

Otros_____

Anexo B: Matriz de Indicadores

SI	NO	SI	NO	100 GR	250 GR	500 GR	TIENDAS	SUP.MERCAD	INTERNET	1\$	2\$	3\$
1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1
1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0
1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1
1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0

0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0

0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0

0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0

0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1
1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0
1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0
1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1
1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1
1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1
1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0
1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0
1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0

1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0
1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0
1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1

0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0
1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0
0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1
0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0

0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0
0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0
1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0

0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1

0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0
0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0

Anexo C: Notificación Sanitaria

2. PASOS A SEGUIR

2.1. Para obtener la inscripción del Registro Sanitario por producto para alimentos procesados nacionales, el interesado ingresará el formulario de solicitud (129-AL-002-REQ-01) a través de la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE). Ver instructivo IE-D.1.1-VUE-01

2.2. Adjuntar al formulario de solicitud los requisitos descritos a continuación en formato digital:

- a) **Declaración que el producto cumple con la Norma Técnica Nacional respectiva:** se debe adjuntar un documento en el que declare el cumplimiento de la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN que aplica al producto, en el cual debe constar el nombre y firma del responsable técnico y el nombre del producto a registrar tal como consta en el formulario de solicitud.

Para realizar la consulta sobre las Normas Técnicas Ecuatorianas NTE INEN que aplican a su producto puede ingresar en la página web del Servicio Ecuatoriano de Normalización: <http://apps.inen.gob.ec/descarga/>

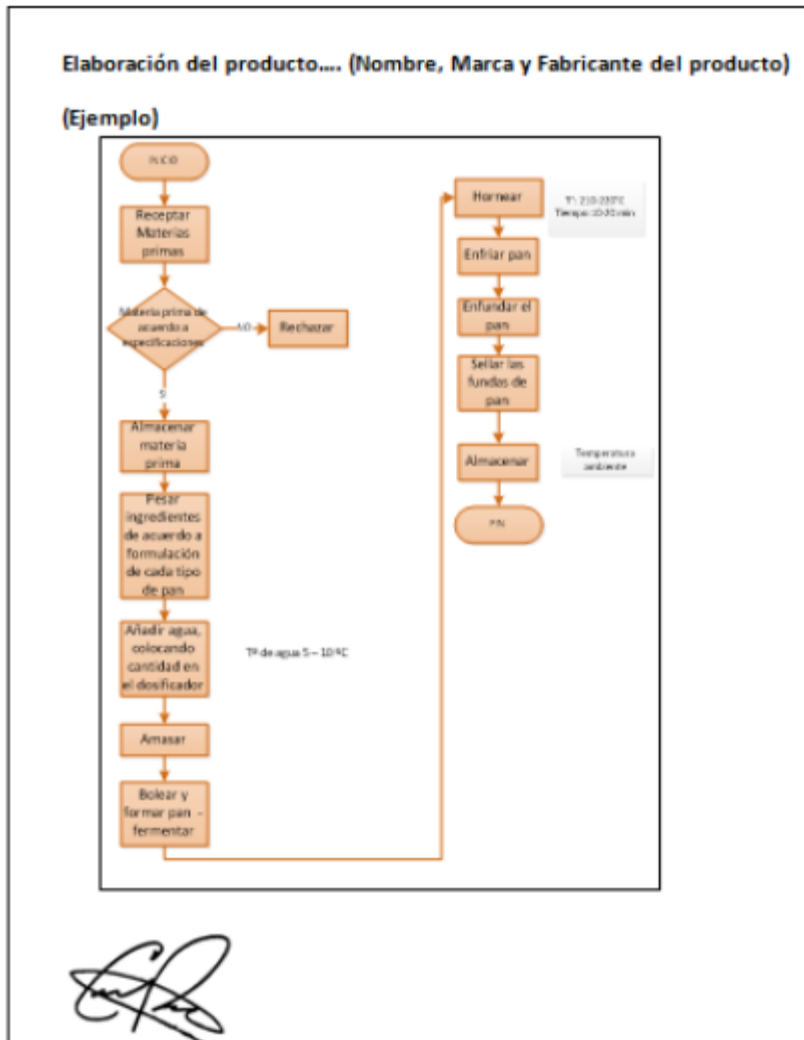
Formato de documento de declaración de cumplimiento de Especificaciones de calidad e inocuidad del fabricante:

Ciudad, día, mes y año
SEÑORES
Agencia Nacional de Regulación, Vigilancia y Control Sanitario – ARCSA
Presente.-
De mi consideración
Por medio del presente certifico que el producto..... (Nombre y marca como se declara en el formulario de solicitud) cumple con las especificaciones de calidad e inocuidad establecidas por el fabricante..... (Como se declara en el formulario de solicitud) de acuerdo a los protocolos y resultados de validación.

Nombre del Responsable Técnico

- b) **Descripción general del proceso de elaboración del producto:** se debe adjuntar un documento en el cual conste el nombre del producto, con una descripción de todas las etapas del proceso de fabricación del producto y debe estar suscrito con nombre y firma del responsable técnico. Debe declarar, en los casos que aplique, el proceso de conservación: ej. Esterilización, pasteurización, escaldado, refrigeración, congelación, irradiación, etc.

Formato de Descripción General del Proceso de Elaboración del Producto:



- c) **Diseño de la etiqueta o rótulo del producto:** se debe adjuntar el proyecto de etiqueta, tal como será utilizado en la comercialización en el país, ajustado a los requisitos que exige el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022, y las Normas Técnicas Ecuatoriana NTE INEN 1334-1, NTE INEN 1334-2, NTE INEN 1334-3, sobre Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano <http://apps.inen.gob.ec/descarga/> y Reglamento de Alimentos (D.E. 4114, R.O. 984, 22/07/1988) y el Reglamento Sanitario Sustitutivo de Etiquetado de Alimentos Procesados para el consumo humano (Acuerdo Ministerial 5103, R.O. 318, 25/08/2014). <http://www.controlsanitario.gob.ec/normativa-vigente/>

Cuando son varias presentaciones del mismo producto se aceptará una sola etiqueta con un documento adjunto en el que se especifique que se mantendrá la misma información técnica para todos los proyectos de etiqueta y solo cambiará la información correspondiente al contenido de envase. Situación similar se aceptará para marcas diferentes, un solo proyecto de etiqueta y el documento adjunto en el que explique que lo único que cambia es la marca.

La información declarada en la tabla nutricional y sistema gráfico de la etiqueta deberá estar sustentada en las especificaciones químicas, físico químicas, realizados al producto por parte de un laboratorio acreditado por SAE.

Si desea consultar los laboratorios acreditados por el SAE ingresar a la siguiente página web: <http://www.acreditacion.gob.ec/>

Nota: los datos declarados en el proyecto de etiqueta referentes a la información nutricional y sistema gráfico serán responsabilidad del fabricante, el proyecto deberá cumplir con la NTE INEN 1334-2 y los reglamentos que se apliquen para el efecto. Toda la información declarada será verificada en el proceso de control posregistro.

Formato de declaración que el proyecto de etiqueta se aplica a varias presentaciones del producto

- d) **Declaración del tiempo de vida útil del producto:** se debe adjuntar un documento en el cual se especifique el tiempo de vida útil del producto indicando las condiciones de conservación y almacenamiento del mismo con nombre y firma del responsable técnico.

Esta declaración debe estar sustentada en la ficha de estabilidad del alimento procesado, la cual debe ser emitida por un laboratorio acreditado por el Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE) (<http://www.acreditacion.gob.ec/>) o a su vez por el laboratorio de control de calidad del fabricante siempre que cuente con el certificado de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura). El informe de resultados del estudio de estabilidad debe contener nombre, firma y cargo del técnico responsable del estudio.

Nota: La ficha de estabilidad y especificaciones químicas, físico químicas y microbiológicas del alimento no deberán ser adjuntados ni serán revisados en el proceso de inscripción de registro sanitario por producto de alimentos procesados nacionales, sin embargo dicha documentación será solicitada durante el control posregistro realizado por la Agencia Nacional de Regulación, Vigilancia y Control Sanitario como se establece en el Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos procesados.

- e) **Especificaciones físicas y químicas del material del envase:** se aceptará el documento emitido por el fabricante o distribuidor del envase dirigido al fabricante del alimento, en el mismo debe constar la naturaleza del material de envase/tapa e información que evidencie que es apto para su uso en contacto con alimentos para consumo humano. El documento debe estar suscrito con nombre y firma del responsable de calidad o responsable técnico de la fabricación o distribución del material de envase.
- f) **Descripción del código del lote:** debe adjuntar un documento en el cual conste el nombre del producto con la descripción del código de lote que el fabricante esté utilizando para identificar su producción, en el cual conste la descripción o interpretación de dicho código que permita establecer trazabilidad en el producto. En el documento debe estar suscrito con nombre y firma del responsable técnico.

Lote: es una cantidad determinada de envases de productos alimenticios, con características similares obtenidas en un mismo ciclo de fabricación, bajo condiciones de producción uniformes que se someten a inspección como un conjunto unitario y que se identifican por tener un mismo código o clave de producción.

Identificación del lote: es la designación del producto alimenticio, mediante un código, número y/o letra que permite identificar el lote de producción y la fecha de fabricación.

Código de lote: un modo simbólico acordado para identificación de un lote

Anexo D: Patente Municipal Preforma

Artículo 11.- Registro de Patentes.- La Dirección de Gestión Financiera, a través del Subproceso de Rentas, mantendrá un Catastro de Patentes actualizado en archivo físico y digital en la página web institucional del GADM de Riobamba para la consulta de los contribuyentes e interesados, con los siguientes datos:

- 1) Fecha de inicio de actividades;
- 2) Número de registro del contribuyente;
- 3) Nombre del contribuyente o razón social;
- 4) Nombre del propietario o del representante legal y datos personales;
- 5) Calificación artesanal (de ser el caso);
- 6) Número de cédula de ciudadanía o identidad del contribuyente;
- 7) Domicilio del contribuyente, teléfono y correo electrónico;
- 8) Nombre de la actividad de acuerdo al clasificador de actividades económicas;
- 9) Dirección del establecimiento, teléfono y correo electrónico;
- 10) Patrimonio;
- 11) Croquis de la ubicación del establecimiento; y
- 12) Base imponible vigente.

SOLICITUD PARA REGISTRO DE PATENTE PERSONAS NATURALES

SOLICITUD No. _____										
PRIMERA VEZ () RENOVACION ()										
<table border="1"> <tr> <td>DIA</td> <td>MES</td> <td>AÑO</td> </tr> <tr> <td>28</td> <td>junio</td> <td>2019</td> </tr> </table>					DIA	MES	AÑO	28	junio	2019
DIA	MES	AÑO								
28	junio	2019								
DATOS DEL CONTRIBUYENTE				No. CEDULA DE CIUDADANIA						
APELLIDOS		NOMBRES		R.U.C						
PATERNO	MATERNO	1er NOMBRE	2do Nombre							
DATOS DEL SOLICITANTE										
DIRECCION DEL ESTABLECIMIENTO	No. TELEFONO(s)	No. FAX	No. CASILLA							
ESTA OBLIGADO LEGALMENTE A LLEVAR CONTABILIDAD	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA EN MILAGRO		CAPITAL PROPIO (ACTUALIZADO)							
SI () NO ()	MES	DIA	AÑO	\$						
CLASIFICACION DOMICILIARIA PARA PERSONAS NATURALES QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTON MILAGRO										
CLASE A. DOMICILIO LEGAL EN EL CANTON SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTON ()										
CLASE B. DOMICILIO LEGAL EN EL CANTON CON UNA O MAS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTON ()										
CLASE C. NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTON Y CON UNA O MAS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTON ()										
ACTIVIDAD										
COMERCIAL () INDUSTRIAL () OTROS ()	PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA									
FINANCIERA () ARTESANAL () ESPECIFIQUE _____	No. DE RESOLUCION DE EXONERACION									
ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL _____	FECHA DE EMISION DE RESOLUCION									
INFORMACION ESTADISTICA										
¿ESTA AFILIADO A ALGUNA CAMARA DE PRODUCCION?			CANTIDAD DE TRABAJADORES							
SI () NO ()			1- 20 () 201 - 500 ()							
AGRICULTURA () CONSTRUCCION () INDUSTRIA ()			21 - 50 () MAS DE 501 ()							
COMERCIO () PEQUEÑA INDUSTRIA () ARTESANIA ()			51 - 200 ()							
DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACION PROPORCIONADA SE SUJETA Estrictamente a LA VERDAD DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL			NO USAR (EXCLUSIVO DE LA INSTITUCION)							
			LIQUIDADADO POR:	RELEQUIDADADO POR:						

Anexo E: Permiso del cuerpo de Bomberos

Para los propietarios de los nuevos negocios, es necesario conocer que los permisos de funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos es un requisito indispensable para la autorización que otorga la municipalidad.

Por otra parte, además de ser un documento necesario, es un mecanismo para garantizar la seguridad del negocio para que este se encuentre con los debidos implementos de seguridad y sea apto para ejercer la actividad económica dispuesta.

Los permisos de funcionamiento se deben renovar cada año.

Para obtener el permiso de funcionamiento de su local usted debe seguir el siguiente proceso:

- Adquirir un formulario de solicitud de Inspección que se lo compra en las oficinas de recaudación de la institución, y entregarlo lleno con los datos de su negocio en las mismas ventanillas
- Esperar que el Inspector realice la visita a su negocio, generalmente lo hace en 24 horas después de haber sido entregada la solicitud
- Una vez realizada la inspección de su negocio y haber sido autorizado, se debe acercar a recaudación con los siguientes requisitos:
- Informe de inspección del Cuerpo de Bomberos del GADMR
- Copia del RUC o RISE
- Copia del pago del Impuesto Predial del año en curso.
- Copia del pago de la Tasa de Bomberos del año en curso.
- Copia de la cédula y papeleta de votación
- Permiso de funcionamiento anterior en caso de ser renovación del permiso
- En el caso de bares, discotecas, karaokes, etc, deben adjuntar la copia del USO DE SUEL, FACTIBILIDAD AMBIENTAL Y SONORIZACIÓN ACTUALIZADO

FORMULARIO DE SOLICITUD DE INSPECCIÓN

Formulario de Solicitud de Servicio

<p>Nombres y Apellidos *</p> <input style="width: 90%; padding: 5px;" type="text" value="Ingrese su nombre completo"/>	<p>Correo Electrónico *</p> <input style="width: 90%; padding: 5px;" type="text" value="Ingrese su correo electrónico"/>
<p>CI / RUC * ?</p> <input style="width: 90%; padding: 5px;" type="text" value="Ingrese su CI o RUC"/> <p style="text-align: right; font-size: x-small;">0 (Máximo. 13 Caracteres)</p>	<p>Número Telefónico *</p> <input style="width: 90%; padding: 5px;" type="text" value="Ingrese su número telefónico"/> <p style="text-align: right; font-size: x-small;">0 (Máximo. 10 Caracteres)</p>
<p>Nombre de Local Comercial *</p> <input style="width: 95%; padding: 5px;" type="text" value="Ingrese el nombre de su local comercial"/>	
<p>Actividad Comercial *</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> Escoja su actividad comercial ▼ </div>	
<p>Tamaño de su Local</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> Escoja el tamaño de su local ▼ </div>	
<p>Dirección *</p> <input style="width: 95%; padding: 5px;" type="text" value="Ingrese la dirección de su local comercial"/>	
<p>Referencia *</p> <input style="width: 95%; padding: 5px;" type="text" value="Ingrese un punto de referencia cercano a su local comercial"/>	


Anexo F: RUC

1.- Instrucciones para el archivo de la documentación de impresión de documentos autorizados establecimientos gráficos

Conforme se establece en el Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios publicado en el Registro Oficial 247 de 30-07-2010, entre las obligaciones como establecimientos gráficos autorizados están:

- ✓ Imprimir los comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención con los requisitos señalados en este reglamento.
- ✓ Informar al Servicio de Rentas Internas sobre cualquier modificación que se hubiere efectuado en los equipos o establecimientos declarados para obtener la autorización.
- ✓ Expedir facturas por la prestación de los servicios de impresión.
- ✓ Cumplir oportunamente con sus obligaciones y deberes formales previstos en el Código Tributario, la Ley de Régimen Tributario Interno y demás leyes y reglamentos tributarios.
- ✓ Cumplir permanentemente con los requisitos por los cuales fueron calificados como establecimientos gráficos autorizados.
- ✓ Verificar los datos pertinentes en el Registro Único de Contribuyente (RUC) e imprimir obligatoriamente los datos consignados en la autorización de impresión otorgada por la Administración Tributaria, se podrán imprimir datos adicionales a solicitud del contribuyente.
- ✓ Verificar la identidad y los datos de los contribuyentes que solicitan la autorización de impresión.
- ✓ Imprimir y conservar en orden cronológico la autorización otorgada por el Servicio de Rentas Internas, como respaldo de las solicitudes tramitadas. Las autorizaciones deben encontrarse firmadas por el dueño de la imprenta y por el sujeto pasivo que solicitó la impresión, una copia de cada tipo de documento autorizado, debidamente firmado también se archivará junto con la solicitud.
- ✓ Declarar en los plazos establecidos la información respecto a los trabajos realizados (30 días).
- ✓ Informar al Servicio de Rentas Internas sobre el hurto, robo, extravío o destrucción de documentos impresos y no entregados al cliente¹.

Anexo 1 - Solicitud de autorizaciones de impresión.

ARCHIVO			
ANEXO 1 - SOLICITUD DE AUTORIZACIONES DE IMPRESIÓN			
<i>Razón Social / Apellidos y Nombres:</i>			
<i>RUC:</i>		<i>Fecha de inscripción en el RUC:</i>	
<i>Fecha de solicitud:</i>		<i>Teléfono:</i>	
<i>Correo electrónico:</i>			
Solicito la elaboración de los documentos detallados a continuación:			
TIPO DE DOCUMENTO	ESTABLECIMIENTO	PUNTO DE EMISIÓN	CANTIDAD
Si usted solicitó facturas, desea que éstas tengan la categoría de negociables: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
Requiero que el siguiente detalle sea consignado dentro de la impresión como datos adicionales:			
<i>Teléfono:</i>			
<i>Correo electrónico:</i>			
<i>Profesión u actividad económica :</i>			
<i>Referencia de la dirección:</i>			
<i>Otros:</i>			
Declaro que los datos proporcionados en esta solicitud son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad sobre su presentación. Nota: En caso de que el trámite sea realizado por un tercero deberá adjuntar poder especial o general.		_____ <i>Firma del Solicitante</i> <i>Razón social / Apellidos y nombres:</i> <i>C.I.:</i>	

Este documento es de consulta y sólo está habilitado para venta

Anexo 2 - Confirmación de la autorización de impresión

PREIMPRESOS

AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Señores Imprenta BELTRAN RODRIGUEZ JOSE ROSENDO Ud. ha sido autorizado por el SRI para realizar el trabajo de impresión.

La siguiente información es parte de la autorización de impresión y deberá estar obligatoriamente en los documentos que imprima:

RUC: 1790016919001
Razón Social: CORPORACION FAVORITA C.A.
Número de Resolución: 5368
Dirección de la Matriz: VIA A COTOGCHOA AV. GENERAL
ENRIQUEZ S/N
RUMIÑAHUI
Código del Establecimiento: 001
Nombre Comercial del Establecimiento: SUPERMAXI
Dirección del establecimiento: AV. GENERAL ENRIQUEZ S/N
Fecha de Autorización: 17/Mayo/2011
Fecha de Caducidad: 17/Mayo/2012
Número de Autorización: 1109284664
Pie de imprenta: 1706447018001, BELTRAN RODRIGUEZ
JOSE ROSENDO, 1212.

NOTA: Recuerde imprimir la leyenda "CONTRIBUYENTE ESPECIAL y el No de RESOLUCIÓN" 5368

Detalle de documentos autorizados a imprimir:

Serie	Tipo de Documento	Secuencia Autorizada	
		Inicio	Fin
001-002	FACTURA	11901	12000

Recuerde imprimir este documento y archivarlo secuencialmente.

Anexo 3 - Confirmación del reporte de impresión

DOCUMENTOS PREIMPRESOS

Confirmación de Reporte de Impresión

Fecha de Reporte: 17-05-2011

RUC: 1790016919001
Razón Social: CORPORACION FAVORITA C.A.
Nombre Comercial: SUPERMAXI
Dirección de la Matriz: VIA A COTOGCHOA AV. GENERAL ENRIQUEZ S/N
Código del Establecimiento: 001
Dirección del establecimiento: AV. GENERAL ENRIQUEZ S/N
Fecha de Caducidad: 17/Mayo/2012
Número de Autorización: 1109284664
Pie de imprenta: 1706447016001, BELTRAN RODRIGUEZ JOSE ROSENDÓ, 1212.

CONTRIBUYENTE ESPECIAL y el No de RESOLUCIÓN: 5368

Serie	Tipo de Documento	Secuencia Autorizada		Informado		Con Requisitos de Factura Comercial Negociable	
		# Inicial	# Final	# Inicial	# Final	SI	NO
001-002	FACTURA	11901	12000	11901	12000	✓	

Recuerde imprimir este documento y archivarlo secuencialmente, debidamente revisado y firmado por el contribuyente.

[Servicio de Rentas Internas](#)

CONFIRMACIÓN DE RECEPCIÓN POR EL CONTRIBUYENTE

Recibí conforme los documentos impresos de acuerdo al detalle que consta en el presente documento.

Nombre:

Firma:

Cédula:

CONFIRMACIÓN DE ENTREGA POR EL DUEÑO O REPRESENTANTE DEL ESTABLECIMIENTO GRÁFICO

Se entrega el trabajo realizado conforme lo dispuesto en el Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios.

Nombre:

Firma:

Cédula:

Anexo G: Permiso de Funcionamiento

REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS										
C Ó D I G O	REQUISITOS	Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura actualizado (1 y 2)	Título del Técnico responsable del establecimiento (3)	Categorización otorgada por el MIPRO (1)	Métodos y procesos que se van a emplear para: materias primas, método de fabricación, envasado y material de envase, sistema de almacenamiento de producto Terminado (3)	Indicar el número de empleados por sexo y ubicación: administración, técnico, operarios (3)	Planos de la empresa con ubicación de equipos siguiendo el flujo del proceso (3)	Planos de la empresa a escala 1:50 con la distribución de áreas (3)	información referente al edificio (3)	Detalle de los productos a fabricarse (3)
	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Requisito verificado en línea	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito verificado en línea	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema
14.0	ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS									
14.1	ESTABLECIMIENTOS PROCESADORES DE ALIMENTOS									
14.1.1	ESTABLECIMIENTOS DE ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE CARNE Y SUS DERIVADOS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.1.2	ESTABLECIMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN, Y CONSERVACIÓN DE PESCADOS, CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y SUS DERIVADOS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.1.3	ESTABLECIMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE FRUTAS, LEGUMBRES, HORTALIZAS, TUBÉRCULOS, RAÍCES, SEMILLAS, OLEAGINOSAS Y SUS DERIVADOS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.1.4	ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA ELABORACIÓN DE ACEITES DE ORIGEN VEGETAL Y/O ANIMAL Y DERIVADOS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

1. Reglamento sustitutivo para otorgar Permisos de Funcionamiento a los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario; Acuerdo ministerial N° 4712, Suplemento del Registro Oficial 202, 13-III-2014 y sus reformas Acuerdo 4907, Registro Oficial 294, 22-VII-2014 y Acuerdo 5004, Registro Oficial 317, 22-VIII-2014; 2. Emitir política de plazos de cumplimiento de Buenas Prácticas de Manufactura para plantas procesadoras de alimentos. Registro Oficial 839, 27 de noviembre de 2012. 3. Reglamento de Alimentos, Decreto 4114, Registro Oficial 984, 22-VII-1988)

2.1. REQUISITOS GENERALES PARA TODOS LOS ESTABLECIMIENTOS:

Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera, para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá adjuntar escaneados en formato PDF en el Sistema Informático los siguientes requisitos:

1. Comprobante de pago cuando corresponda después de haber completado la solicitud y adjuntar los requisitos solicitados.

Los siguientes requisitos **NO** son necesarios adjuntarlos porque serán verificados en línea con las instituciones pertinentes.

1. Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
2. Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren.
3. Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)
4. Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad (ANEXO 1), categorización otorgada por el Ministerio de Turismo (ANEXO 2).

NOTA 1: para el caso de extranjeros que no se encuentren registrados deberán acercarse a las oficinas de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA a nivel nacional o enviar al correo soporte.permisos@controlsanitario.gob.ec adjuntado la documentación que lo habilita para su respectivo registro de su cédula de ciudadanía, identidad, carnet de refugiado o documento equivalente del propietario o representante legal del establecimiento.

NOTA 2: en caso que alguno de los requisitos mencionados anteriormente no se encuentren registrados en el sistema, el usuario deberá acercarse a las oficinas de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA a nivel nacional o enviar al correo soporte.permisos@controlsanitario.gob.ec la documentación que lo habilite.

Anexo H: Ingredientes y Proceso de Elaboración

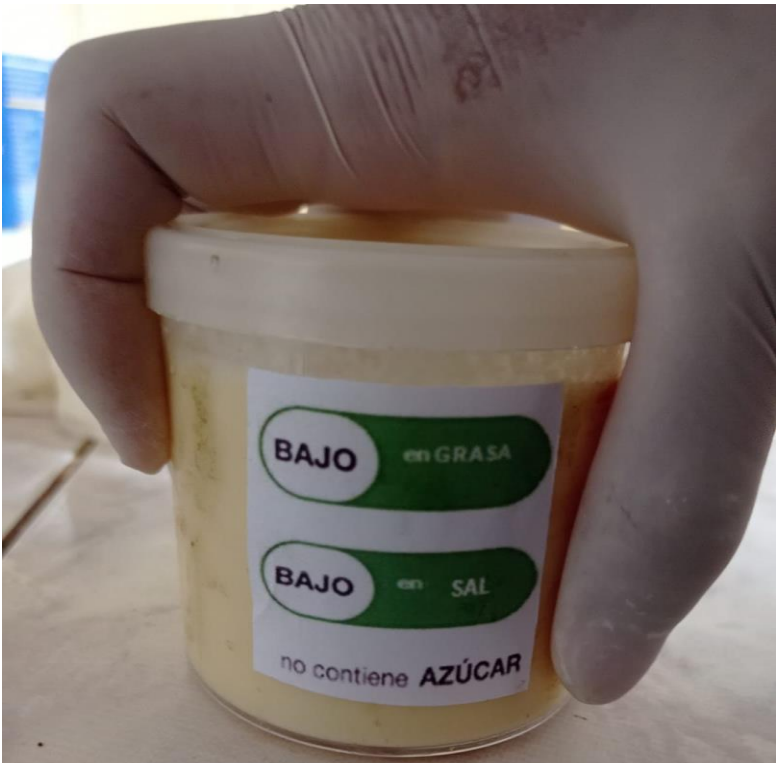














Anexo I: Avícola Cecilita



Oficinas Administrativas: Parroquia Cotalo
 Planta de Producción I y II: Cantón Pelileo Parroquia
 Cotaló Centro.
 Contribuyente Especial Nro. 617
 OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

R.U.C.: 1704459617001
PREFORMA
 Nº.: 001-002-000009908
 NÚMERO DE AUTORIZACIÓN:
 0410201701200100200000990817044596171
 FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN:
 12/01/2021 12:36:19
 Ambiente: Producción
 EMISIÓN: Normal
 CLAVE DE ACCESO

0410201701170445961700120010020000099088365479911

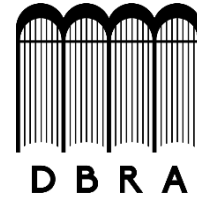
Razón Social / Nombres y Apellidos: ALEX DANIEL PERALVO GARCES Identificación: 1804440079
 Fecha Emisión: 12/01/2021 Guía Remisión:

Cod. Principal	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
HP90155	10.00000	Cubeta de Huevos Parejo Cecilita	2.140000	0.00	21.4

Información adicional			
dirección	PARROQUIA BENITEZ BARRIO SAN BLAS CALLE JUAN MONTALVO Y VELASCO IBARRA	SUBTOTAL 12%	21.40
correo	alex-danni@hotmail.com	SUBTOTAL 0%	0
		SUBTOTAL No objeto de IVA	0
		SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	21.4
		DESCUENTO	0.00
		ICE	0
		IVA12%	2.568
		VALOR TOTAL	23.968



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO



DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS DEL
APRENDIZAJE

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 05 / 05 / 2021

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)

Nombres – Apellidos: MARÍA JOSÉ OROZCO CASTRO
ALEX DANIEL PERALVO GARCÉS

INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

Facultad: CIENCIAS

Carrera: ESTADÍSTICA

Título a optar: INGENIERA/O EN ESTADÍSTICA INFORMÁTICA

f. Analista de Biblioteca responsable: Lcdo. Holger Ramos, MSc.



0883-DBRA-UPT-2021