



**Estudio de factibilidad de crear un centro nutricional localizado en
vía Samborondón**

María de Lourdes Chica Gómez

UEES

Agosto 2015

ÍNDICE

	Pág.
1. Índice General.....	
2. Justificación.....	
3. Problema a resolver.....	
4. Objetivo General.....	
5. Resumen Ejecutivo.....	
6. Misión y Visión.....	
7. Metas.....	
8. Viabilidad legal.....	
9. Análisis de mercados.....	
9.1 Mercado Objetivo.....	
9.2 Análisis PESTAL.....	
9.3 Análisis FODA.....	
9.4 Análisis de las 4 P's.....	
9.5 Análisis de la demanda y oferta.....	
9.6 Estrategia de diferenciación.....	
9.7 Acciones de promoción.....	
9.8 Canal de distribución.....	
10. Análisis Operativo.....	

10.1 Localización y descripción de las instalaciones.....	
10.2 Método de producción.....	
10.3 Capacidad instalada.....	
10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA.....	
10.5 Recursos humanos.....	
11. Análisis Financiero.....	
11.1 Estados de resultados proyectados a 5 años.....	
11.2 Flujo de caja proyectado a 5 años.....	
11.3 Análisis del punto de equilibrio.....	
11.4 Análisis de sensibilidad.....	
11.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.....	
12. Viabilidad del proyecto.....	
13. Referencias bibliográficas.....	
14. Anexos.....	

2) Justificación

Por medio de este estudio de factibilidad se busca implementar un bar - restaurant que proporcione a los potenciales clientes un servicio eficaz con productos de alta calidad y sobre todo a precios razonables que ayuden a mejorar la salud y calidad de vida de los mismos. Dándole así al cliente una alternativa diferente al momento de decidir qué comer. Actualmente ofrecer comida saludable es una característica imprescindible para cubrir con sus necesidades.

De esta manera se puede contribuir a disminuir las elevadas tasas de sobrepeso y obesidad que la mala alimentación conlleva. A la vez con la creación de este bar - restaurant se busca que las personas puedan tener conocimiento sobre los aportes nutricionales y calóricos de la comida que están ingiriendo, esto es algo que la mayoría de lugares de comida en la ciudad no ofrecen a sus clientes.

3) Problema a resolver

El siguiente trabajo de titulación tiene como finalidad realizar un plan de negocios para determinar la viabilidad financiera de la apertura de un lugar de comida rápida saludable que ofrezca variedad de bebidas nutritivas, desintoxicantes, proteicas hechas a bases de frutas, verduras, suplementos alimenticios que proporcionen a los consumidores una opción nutritiva y sana. Especialmente en este momento en el que muchas de las personas no cuentan con el tiempo necesario para cocinar y recurren a sitios de comida rápida para satisfacer sus necesidades alimenticias.

El principal problema por el que las personas no consumen comida sana es porque existe poca variedad en los menús y porque los precios que ofrece el mercado son muy elevados. Existe una cierta mala creencia de que los alimentos “light” o “bajos en calorías”

deben tener un precio elevado, esto no debería porque tener que ser así puesto que la mayoría de los costos de producción son verduras, frutas y productos relativamente económicos. (Jones, Annalijn, Suhrcke , & Monsivais, 2012)

La propuesta central es ofrecer productos a precios razonables y en envases biodegradables que favorezcan al medio ambiente. Es importante implementar una propuesta de valor que cautive al cliente, con la nueva tendencia que se desarrolla en el medio de llevar una vida “fitness” en donde lo que se quiere demostrar que la alimentación es la base para llevar una vida saludable y que no es necesario de método costosos para bajar de peso o mejorar el estado físico de las personas.

4) Objetivo General

Determinar la factibilidad de crear un centro nutricional localizado en vía Samborondón.

4.1) Objetivos Específicos

1. Determinar el mercado objetivo para un centro nutricional en la vía a Samborondón.
2. Analizar el proceso operativo para la creación de un centro nutricional en la vía a Samborondón.
3. Determinar la viabilidad financiera en la creación de un centro nutricional en la vía a Samborondón

5) Resumen Ejecutivo

El presente estudio está orientado a crear un centro nutricional que se encontrará ubicado en el Club Deportivo Diana Quintana en el kilómetro 2,5 vía a Samborondón. El objetivo principal del estudio es poder demostrar que tan factible resulta la creación del mismo. La empresa Biovita tiene como meta convertirse en el líder en este mercado para lo

cual se propone elaborar productos innovadores y brindar un servicio con valor agregado, que mantenga una relación estrecha entre la calidad y el precio, presentando como género principal platos y bebidas light desintoxicantes en distintas preparaciones y montajes, que permita al cliente disfrutar de un plato especial, sin perder la identidad de la comida saludable.

BioVita Ligth Detox Bar quiere establecer un lugar adecuado que genere una experiencia única y que ayude no sólo a las nuevas generaciones a cambiar sus hábitos alimenticios y lo implementen como un estilo de vida, para lo cual se ha realizado un estudio minucioso a través de una encuesta, la que posibilitó establecer la aceptación de este tipo de producto y las preferencias del consumidor, llegando a la conclusión de que las personas que visitarán nuestro local serán jóvenes, adultos y adultos mayores, que buscan un producto diferente a partir del género lighth y detox con un poder adquisitivo medio-alto y alto. Todos estos elementos demuestran que el proyecto es factible, porque se ha contemplado los problemas y soluciones para mantenerlo en funcionamiento, lo que significa, además, que la inversión que se realizará es justificada, puesto que se recuperará y habrá ganancias.

6) Misión y Visión

Misión:

BioVita Light – Detox Bar es una empresa dedicada a la preparación de una variedad de bebidas y comidas saludables para satisfacer las necesidades nutricionales de los clientes, ofreciendo un servicio de calidad a precios razonables, en un ambiente agradable y acogedor.

Visión:

BioVita Light – Detox Bar se ve como una empresa líder en el país en la elaboración de comida, siendo reconocidos por la calidad de sus productos y el buen servicio; logrando

en un futuro la expansión de más sedes en el país, manteniendo los estándares de calidad y creatividad.

7) Metas

- Dentro del primer año el volumen aproximado de ventas se espera será de \$108000 dólares
- Para el siguiente año se anhela un crecimiento en un 10% en las ventas debido al reconocimiento y éxito que se ha dado por parte de los consumidores.
- En años posteriores hasta el quinto año se espera mantener una posición privilegiada y sólida dentro de la ciudad.

8) Viabilidad legal

El local “BioVita Light – Detox Bar” funcionará bajo la calidad de persona natural. Según el Ministerio de Salud Pública del Ecuador los requisitos necesarios para establecimientos nuevos de restaurantes, bares, etc se encuentran los siguientes:

- Solicitar el Registro Único de Contribuyente (RUC)

El que es otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI). Este documento es indispensable para todo persona ya sea de orden natural o jurídica que ejerza cualquier actividad económica dentro del país de manera permanente o casual. En éste se incluye información referente a la actividad comercial de la misma, entre ellos los siguientes puntos:

- Dirección del establecimiento
- Número telefónico del establecimiento
- Detalle de la actividad económica que se realiza
- Nombre comercial

- Clase de contribuyente
- Certificado de Uso de Suelo – Municipio de Samborondón
Aquellos establecimientos que se encuentren operando dentro del Cantón Samborondón y que no operen en un centro comercial deberán obtener este certificado. Y aquellos locales que estén situados en uno a su vez deben solicitar una copia de este certificado al centro comercial en el que se ubican.
- Permiso de funcionamiento
Todos los establecimientos que se dedican a actividades comerciales se encuentran obligados a solicitar este permiso al Cuerpo de Bomberos. Para conseguirlo se debe entregar la respectiva solicitud de inspección junto con los demás documentos requeridos. Luego se procederá a cancelar una tasa, la misma que ha sido determinada por el Cuerpo de Bomberos la cual varía de acuerdo al nivel de riesgo de incendio del establecimiento. Y por último se espera la aprobación de un inspector de bomberos.
Los parámetros establecidos con los que debe contar el local para su aprobación se revisan los siguientes aspectos:
 - Uso de distintivos de Salida en casos de emergencia
 - Uso de extintores por cada 100m
 - Rociadores de agua
 - Contar con avisos de prohibido fumar dentro del área
- Permiso de Funcionamiento – ARCSA
Este requisito es solicitado a todos los establecimientos que se encarguen de expender alimentos.
- Patente Municipal

Se debe realizar la inscripción del negocio en la municipalidad en donde se encuentre ubicado el establecimiento. La cual se renueva anualmente, cancelando un valor que se encuentra en función al patrimonio de la empresa según la tabla respectiva.

- Certificado de Trampa de Grasa

Al ser un restaurante bar que cuenta con cocina es necesario este certificado que lo otorga Interagua.

- Permiso de Comunicación Pública

Este requisito es indispensable para aquellos locales comerciales que cuenten con mesas y que coloquen música en sus instalaciones. El mismo que es otorgado por la Sociedad de Autores del Ecuador.

- Licencia anual de funcionamiento concedida por la Corporación Metropolitana de Turismo.

Todos aquellos que deseen establecer algún local turístico ya sea algún bar, restaurant, hotel, etc., deberán registrarse ante este Ministerio. Se necesita entregar una solicitud de registro, adjuntando los requisitos necesarios. Este Ministerio se encargará de calificar al establecimiento y definir su categoría.

- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos

- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.

9) Análisis de mercados

Dentro del estudio de mercado es fundamental que se realice una investigación de mercado, porque a través de esta técnica se recopilará, analizará e informará los hallazgos que se den, permitiendo conocer las necesidades del mercado. Este estudio se divide en dos partes: la investigación cualitativa y la cuantitativa.

Para realizar la recolección de datos se pueden obtener datos de diferentes formas ya sea de fuentes primarias o secundarias. En este caso se usarán fuentes primarias y el método escogido es de carácter cuantitativo (encuesta) por medio de un cuestionario realizado a una muestra previamente escogida de la población de la que proviene.

Se tomó en cuenta la población que reside en la parroquia urbana La Puntilla del Cantón Samborondón, empezando desde la Urbanización La Puntilla ubicada en el kilómetro 2½ hasta el km 10½. En esta zona se encuentran ubicadas alrededor de unas 135 urbanizaciones cerradas, centros comerciales, colegios, bancos, restaurantes, etc. Actualmente se calcula que de toda la población del Cantón unos 35000 habitantes viven en esta parroquia en donde la mayoría es de estrato social alto (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015).

En base a la fórmula para calcular el tamaño de la muestra se determinó que la cantidad de encuestas a realizar es de 265, usando un margen de error muestral de 6%.

Como instrumento de análisis también se utilizó la técnica de la observación para estudiar a los clientes de los locales en donde se ofertan productos similares. Por medio de esta técnica se trató de observar la cantidad de personas que asisten al día al local, las horas más concurridas, el tipo de productos que más consumen, el tipo de personas que asisten a este tipo de bar restaurantes, entre otros.

9.1) Mercado Objetivo.

La lista de productos y el servicio que se va a ofrecer está enfocado a personas que cuenten con un nivel socioeconómico “medio-alto” y “alto”, es por esta razón que se escogió como mercado meta a hombres y mujeres de 15 años en adelante que residen en la Parroquia La Puntilla.

9.2) Análisis PESTAL

Político:

En la actualidad la situación que está llevando el Ecuador políticamente es un tanto incierta lo que repercute en el bajo nivel de Inversión Extranjera en el país, uno de los más bajos de Latinoamérica.

Sin embargo, el Gobierno se está preocupando considerablemente en el apoyo a las pequeñas y medianas empresas con créditos importantes tratando así de favorecer a los empresarios y emprendedores. Otro importante factor es que el Ministerio de Salud Pública está promoviendo el cambio en los hábitos del consumo de alimentos y bebidas, estableciendo como normativa el etiquetado de los alimentos con el semáforo que indique el nivel de grasa, sal y azúcar de los mismos.

Por otro lado está el tema de las importaciones que al verse afectado ciertos sectores con el incremento de los impuestos y aranceles nos podría impactar negativamente en la importación de alguna materia prima para la elaboración de los productos que ofrecerá el centro nutricional.

Económico:

Actualmente somos el cuarto país con el PIB más alto en Latinoamérica, según fuentes del Banco Central del Ecuador, hemos tenido un crecimiento del 5.1% en relación a años anteriores. (2015)

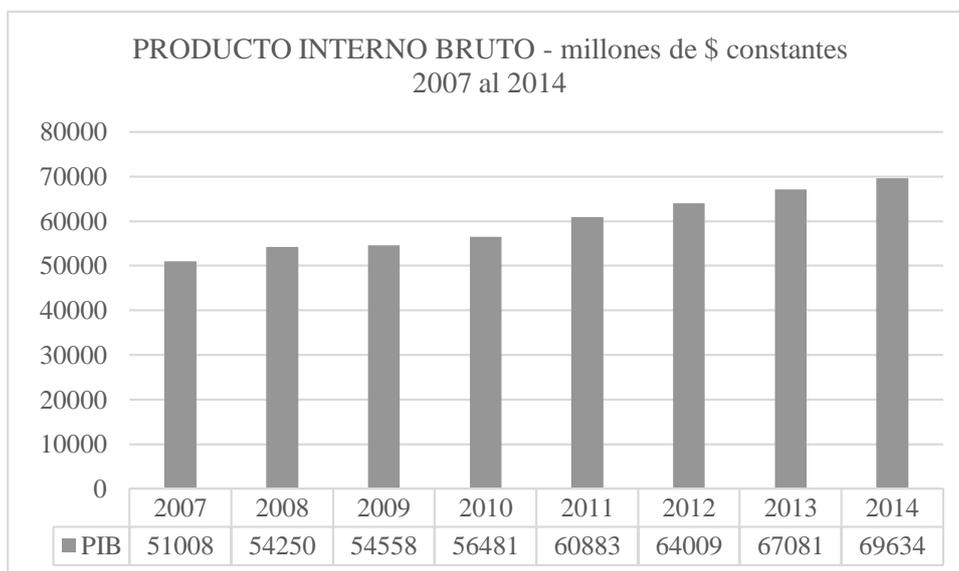


Figura 1. Producto Interno Bruto en millones de \$

Fuente: Banco Central del Ecuador

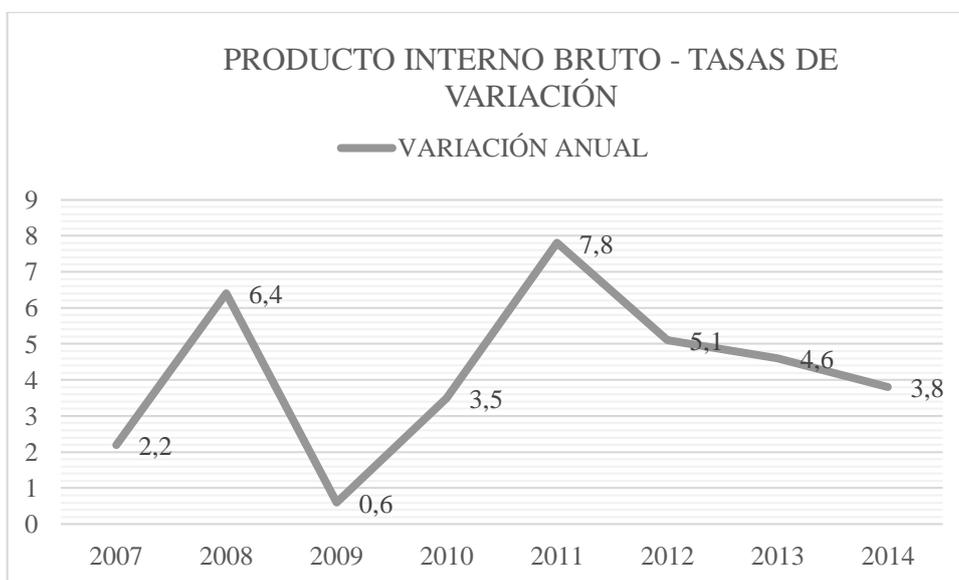


Figura 2. Tasa de Variación del Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador

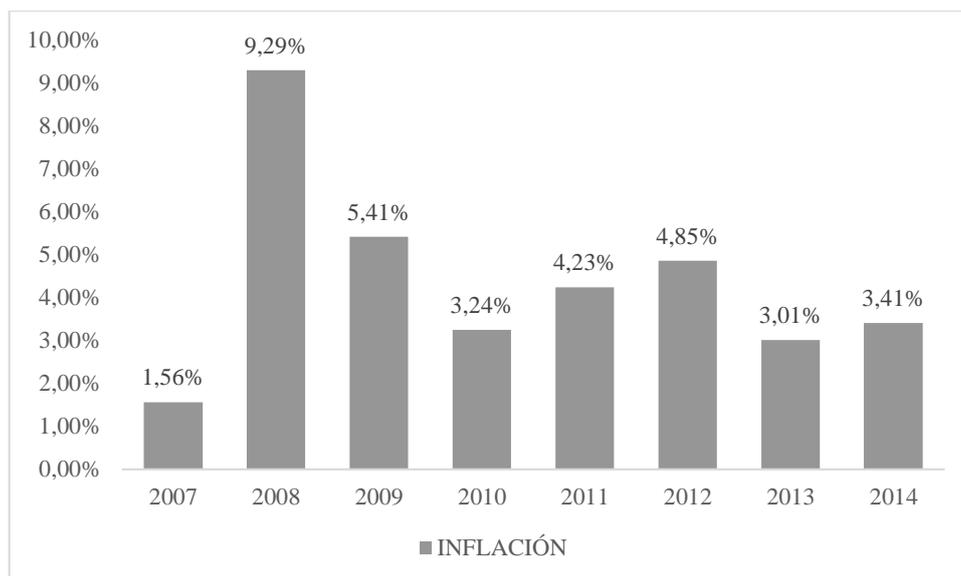


Figura 3. Inflación anual

Fuente: Banco Central del Ecuador

Para el año 2014 el ingreso familiar mensual de una familia promedio de 4 miembros alcanzó los \$660,80 mientras que la canasta vital para sobrevivir rodea los \$479,88 y la canasta básica se la valúa en \$665,09 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015)

Social:

Según los datos consultados en el sitio web oficial del Instituto Nacional Estadísticas y Censos (INEC) el Cantón Samborondón se encuentra conformado por tres parroquias La Puntilla (urbana), Tarifa (rural) y Samborondón (rural). Su población total es de 67,600 habitantes lo que representa alrededor del 2,3% de la Provincia del Guayas. El 63,1% de su población representa al sector urbano y el 36,9% al sector rural. El 50,4% de sus habitantes son mujeres y el 49,6% son hombres. La cantidad de establecimientos económicos en este Cantón es de 1500, lo que genera un ingreso por ventas de \$542 millones de dólares al año y teniendo como personal ocupado alrededor de 9400 personas. Dentro de las actividades económicas que mayores ingresos representan dentro del Cantón se encuentran las de

comercio al por mayor y menor con un 52,1%, contando con un personal ocupado de 32,2% y un 54,4% de establecimientos. En cuanto a las actividades de alojamiento y de servicio de comidas, éstas generan alrededor del 3,6% de los ingresos por ventas totales con un 11% de establecimientos. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015)

Tecnológico:

El acceso a la tecnología en el Ecuador muestra una tendencia creciente. Esto se ve reflejado cada vez más en el uso de teléfonos celulares, tabletas, computadoras, uso de internet, etc. Según los datos de la INEC los hombres ingresan más a la red que las mujeres. Por su parte el uso del Internet en el país ha aumentado casi en 11 veces en los últimos 7 años. Siendo las redes sociales las líderes en el país.

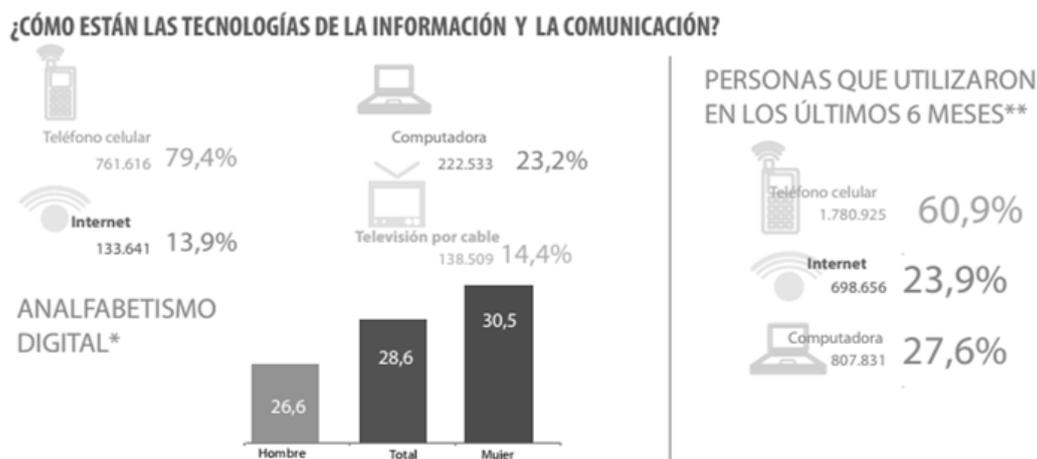


Figura 4. Uso de TICS en el Ecuador

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

En nuestro negocio el factor tecnológico es importante puesto que se quiere ofrecer un producto y servicio de calidad, se adquirirán instrumentos de cocina profesionales que optimicen el proceso y tiempo de producción de los alimentos.

Ambiental:

Cada vez existe una mayor conciencia ambiental en los hogares ecuatorianos. Los datos más recientes del Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC) dan cuenta de que en los últimos cinco años hubo un incremento en el porcentaje de hogares que clasificaron residuos. Según la encuesta realizada, del 25,16%, en el 2010, se pasó al 38,32% en el 2014 basado en un total de 30365 hogares encuestados.

Hoy en día el Gobierno está promoviendo la cultura del reciclaje dentro del país con el fin de minimizar el impacto que genera la contaminación al medio ambiente. Un factor importante que explica el mayor interés ambiental dentro del país son las normativas que se han establecido para obligar a las empresas a mitigar el efecto de sus actividades. Muchas firmas incluso ven a la responsabilidad ambiental como un plus de su giro de negocio, porque saben que es valorado por los usuarios de sus productos.

9.3 Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Precios competitivos • Calidad e innovación de los productos • Baja inversión • Buena ubicación del local • Ambiente cómodo y agradable 	<ul style="list-style-type: none"> • Los precios de la competencia son muy elevados • Tendencia de los consumidores a ingerir alimentos fuera de sus hogares • Tendencia en aumento de personas que ingieren productos light y saludables • Apoyo del gobierno con créditos a microempresas

	<ul style="list-style-type: none"> • Cercanía de colegios, universidades, gimnasios, clubes deportivos, etc
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresa nueva en el mercado • Costos fijos elevados 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia posicionada en el mercado • Aumento de la inflación • Gran cantidad de productos sustitutos

9.4 Análisis de las 4 P

9.4.1 Plaza

Los factores que se han tomado a consideración al momento de elegir la ubicación del local fueron el nivel socioeconómico de las personas que ahí residen y la afluencia de las mismas. Es por este motivo que se el local se ubicará en el Club Deportivo Diana Quintana ubicado en el km 2,5 vía a Samborondón.

Macrolocalización	Microlocalización
<p>País: Ecuador</p> <p>Provincia: Guayas</p> <p>Cantón: Samborondón</p>	<p>Cantón: Samborondón</p> <p>Parroquia: La Puntilla</p> <p>Dirección: Km 2,5 vía a Samborondón</p> <p>Urbanización: Tornero</p> <p>Local: Club Deportivo Diana Quintana #E5</p>

Este Club se encuentra ubicado en un lugar seguro en donde transitan muchas personas al día debido a que está rodeado de zonas escolares, universidad, gimnasios, lugares deportivos, restaurantes, etc. La capacidad total del local es para 25 personas y cuenta con parqueo exclusivo.

9.4.2 Precio

Una de las estrategias de diferenciación escogidas por BioVita Light Detox Bar es el liderazgo en costos.

Producto/Menú	Precio
Ensaladas	\$ 6,00
Smoothies	\$ 4,50
Jugos	\$ 3,25
Postres	\$ 2,75
Aguas	\$ 2,00
Shots	\$ 0,75
Snacks	\$ 5,00
Combos(ensalada+bebida)	\$ 8,50

9.4.3 Producto

Básicamente los productos que se van a ofrecer en nuestro menú son libres de harinas procesadas, azúcares y de grasas saturadas. Sustituyéndolos por alimentos naturales que cumplan su misma función. Esto lleva a un aporte importante dentro de un plan nutricional. Dentro de los principales beneficios de consumir este tipo de alimentos es que se ayuda a controlar problemas como el sobrepeso sin llegar a afectar significativamente la dieta diaria de la persona, ni los hábitos alimenticios de esta.

9.4.3.1 Logotipo del Bar



9.4.3.2 Slogan

“Más que comida un estilo de vida”

9.4.3.2 Menú

ENSALADAS		
Nombre	Ingredientes	Calorías
Mixed Greens	Lechuga	120
	Pasas	
	Manzana rojas	
	Vinagreta	
	Queso	
Cobb	Lechuga	150
	huevo	
	tomate	
	cebolla	
	aguacate	
	queso	
	vinagreta	
Capresse	Lechuga	165
	Queso	
	tomate	
	cebolla	
	albahaca	
	Vinagreta	
Mexican	Lechuga	180
	frejol	
	choclo	

	pico de gallo	
	Aguacate	

Adicionales
Pollo
Carne
Atún

SMOOTHIES 400ml		
Nombre	Ingredientes	Calorías
Banana Buzz	Banana	120
	agua coco	
	vainilla	
	Frutilla	
Protein Party	chia	150
	leche almendras	
	canela	
	banano	
	vainilla	
Apple King	avena	165
	manzana verde	
	canela	
	leche almendras	
Slim Fit	durazno	180
	piña	
	espinacas	
	perejil	
	naranja	

Adicionales
Proteína
Chía
Avena

JUGOS 475ml		
Nombre	Ingredientes	Calorías
Big Bang	Naranja	100
	Limón	
	uva	
	Menta	
	jengibre	
Green Glory	manzana verde	95

	pepino	
	apio	
	pimiento	
	limón	
	perejil	
Tropical Spot	Frutilla	98
	Naranja	
	Piña	
	Zanahoria	
X- Factor	Té verde	85
	Limón	
	Piña	
	kiwi	
Red Powder	Frutilla	105
	Mora	
	Naranja	
	Rábano	
	Banano	

AGUAS 475ml		
Nombre	Ingredientes	Calorías
Chia Flow	Agua	70
	Chia	
Energy	Agua	30
	limón	
	Pepino	
Peace	Menta	65
	Agua	
	Sandía	
	Piña	
Refresh	Aloe	20
	Agua	

POSTRES		
Nombre	Ingredientes	Calorías
Banana Pancake	Banano	100
	Huevo	
	Stevia	
	Canela	
	Frutilla	
Light Bowl	Avena	95
	Leche almendras	

	Canela	
	Stevia	
	Frutilla	
Brownie Free	Chocolate	98
	Avena	
	Mantequilla maní	
	Huevo	

9.4.4 Promoción

Existen dos tipos de comunicación ATL (Above the line) y BTL (Below the line). En el ATL se comunica a través de los medios tradicionales: televisión, radio, periódicos y revistas. En cambio en el BTL se usan los métodos no tradicionales como por ejemplo: activaciones, merchandising, correo electrónico etc.

La publicidad que --- Bar Restaurant usará para poder atraer clientes será por medio de redes sociales como:

- Instagram
- Facebook
- Twitter

Se utilizará este medio debido a que es totalmente gratuito y según las estadísticas del INEC en la sección Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS) alrededor del 80% de habitantes de la ciudad de Guayaquil tienen acceso a un teléfono celular, y el 15% hace uso del Internet mostrando un crecimiento importante en el país. De acuerdo a las estadísticas de Facebook existen alrededor de 8.5 millones de usuarios en el Ecuador, siendo Guayaquil la ciudad que mayor cantidad de usuarios registrados presenta con un total de 2'000,000 de personas lo que representa el 23,53% de concentración de usuarios en el país, de los cuales casi el 70% ingresa a este medio a través de dispositivos móviles.

Twitter también fue escogido como medio de propagación de información puesto que a través de esta se genera bastante interacción con los usuarios, difusión de noticias, servicio al cliente, etc. Ecuador cuenta con un total de 2'000,000 de individuos registrados y más del 50% utiliza esta red a través de dispositivos móviles. (Alcazar Ponce, 2015)

Instagram actualmente se encuentra en el puesto número 5 en el ranking de redes sociales Web Ecuador 2014. Lo que nos lleva a escogerlo como potencial web para interactuar con nuestros clientes. A través de las redes sociales antes mencionadas se pagará una cantidad de dinero a un personaje representante de la marca para que realice la publicidad de nuestros productos y servicio.

Una vez al mes se realizarán activaciones para poder interactuar con el público para de esa manera conseguir una respuesta más efectiva. Las activaciones por lo general se harán en eventos deportivos. Es importante recalcar que no se hará uso de medios de comunicación como radio y televisión porque sus costos de publicidad anual son muy elevados.

9.5 Análisis de la demanda y oferta

Análisis de la demanda

Para llevar a cabo las encuestas en primer lugar se procedió a segmentar el mercado en donde se estableció los siguientes parámetros:

Nivel socioeconómico	Medio alto – alto
Geografía	Región: Costa Provincia: Guayas Cantón: Samborondón Parroquia: Puntilla

	Población: 35000
Demografía	Sexo: Femenino y Masculino Edad: 15 años en adelante Ocupación: indistinta
Psicográfica:	Estilo de vida: indistinto

Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra:

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

Donde:

N= Población total

Z= 1,96

p= proporción

q= 1-p

e= error muestral

Se estableció un nivel de confianza del 95% en donde para objetos de estudio se definió un error muestral del 6%.

Datos:

n= ?

N= 35000

Z=1,96

p= 0,5

q= 1 - 0,5 =0,5

e= 6% =0,06

Resolución:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,95 * 35000}{0,06^2 * (35000 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,95)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,95 * 35000}{(0,0036 * 34999) + (3,8416 * 0,5 * 0,95)}$$

$$n = \frac{33612,76}{126,96}$$

$$n = 265 \text{ encuestas}$$

Una vez calculado el tamaño de la muestra se procedió a crear un modelo que sirva como guía para realizar las encuestas. Con ellas se espera conocer más los gustos y preferencias de los posibles clientes en cuanto a sabores, productos y el nivel de aceptación de BioVita Light Detox Bar en el mercado.

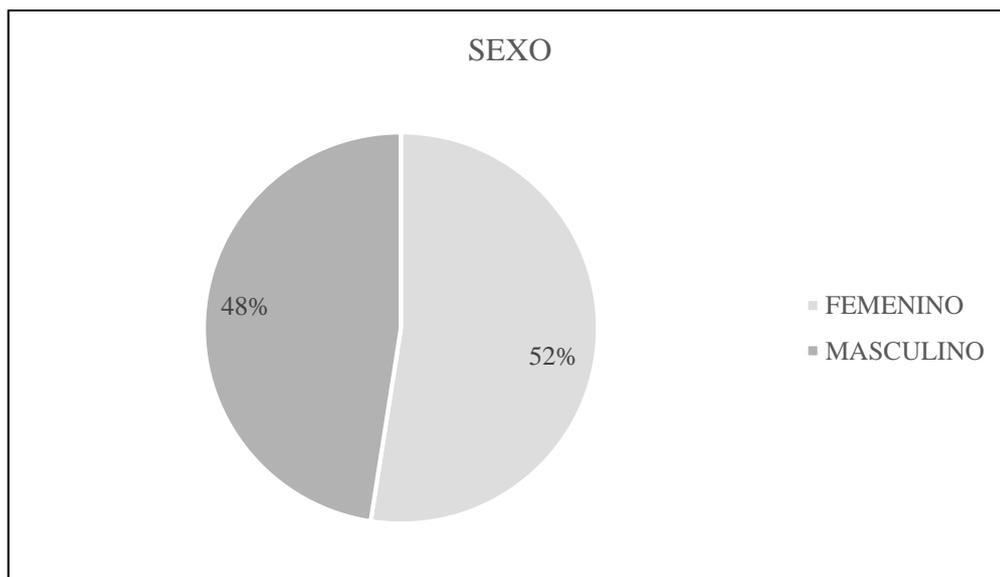
Tabulación y resultados de la encuesta:

Figura 5. Sexo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

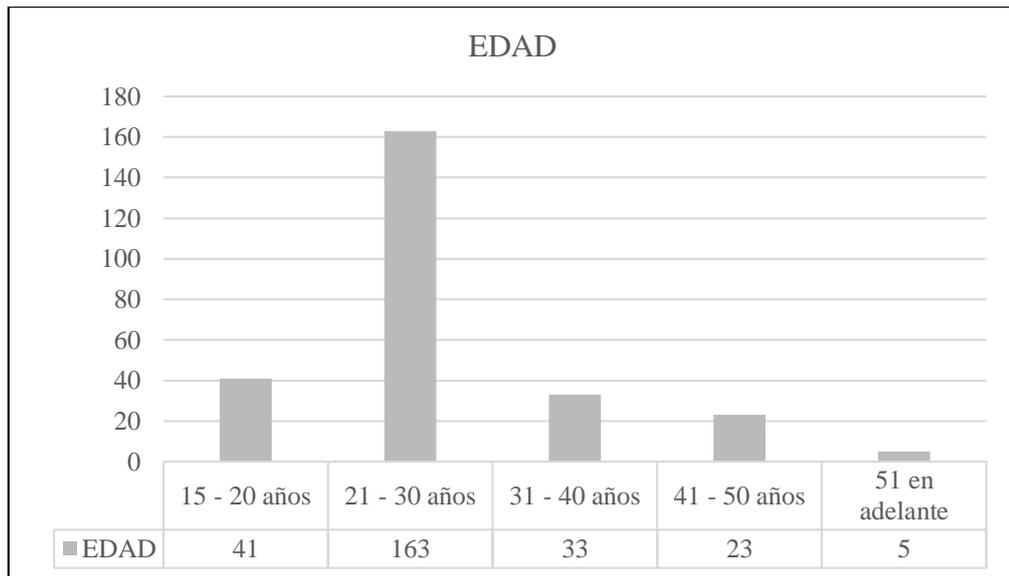


Figura 6. Edad

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

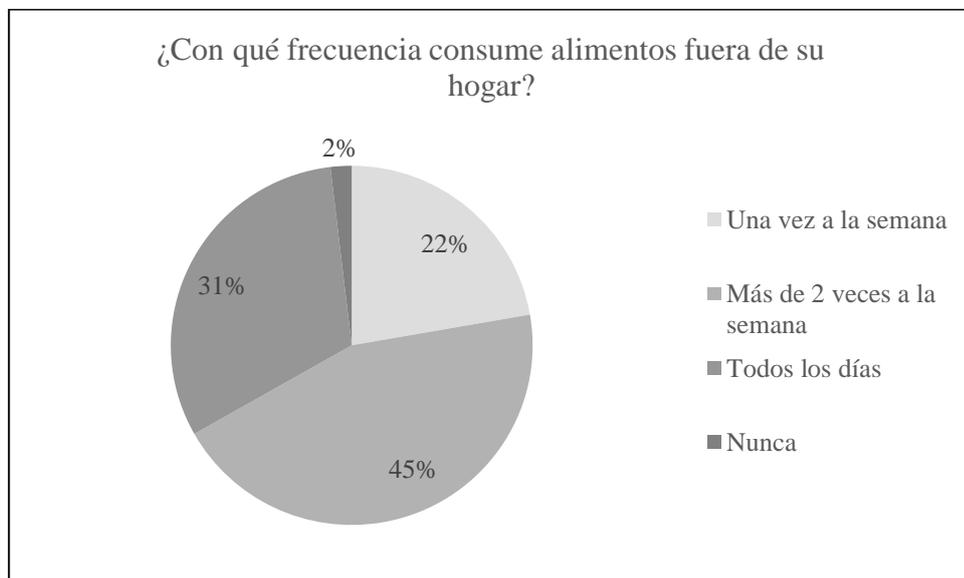


Figura 7. ¿Con qué frecuencia consume alimentos fuera de su hogar?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

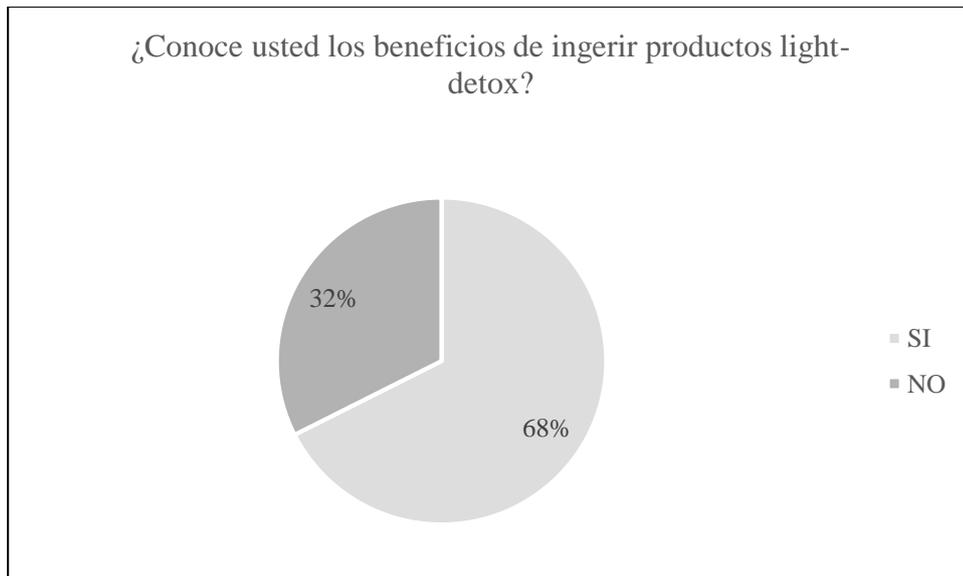


Figura 8. ¿Conoce usted los beneficios de ingerir productos light-detox?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

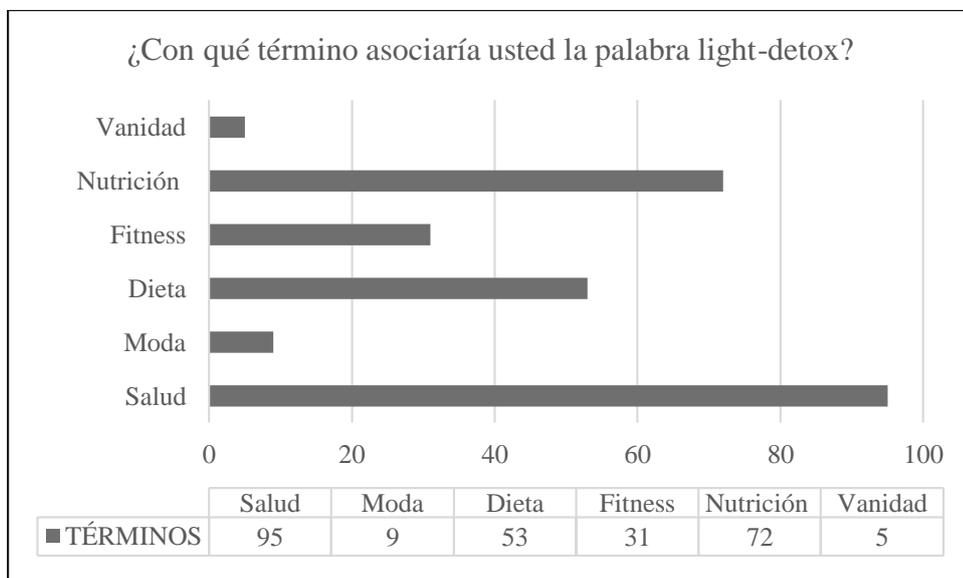


Figura 9. ¿Con qué término asociaría usted la palabra light-detox?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

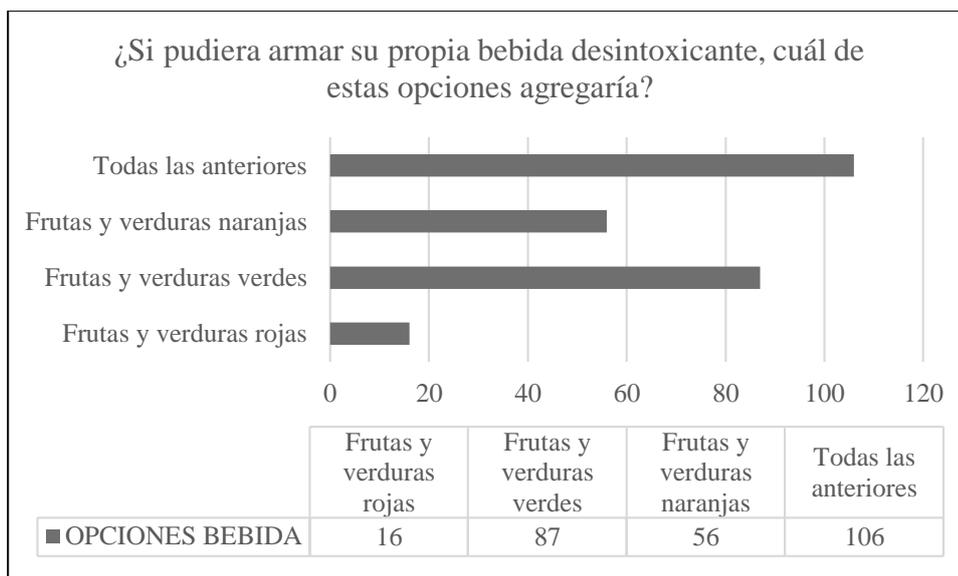


Figura 10. ¿Si pudiera armar su propia bebida desintoxicante, cuál de estas opciones agregaría?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

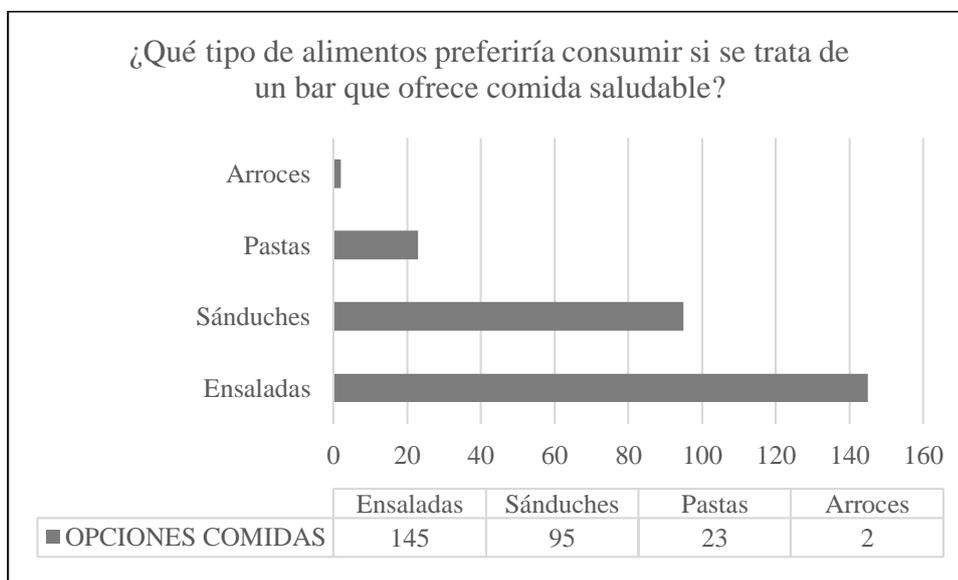


Figura 11. ¿Qué tipo de alimentos preferiría consumir si se trata de un bar que ofrece comida saludable?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

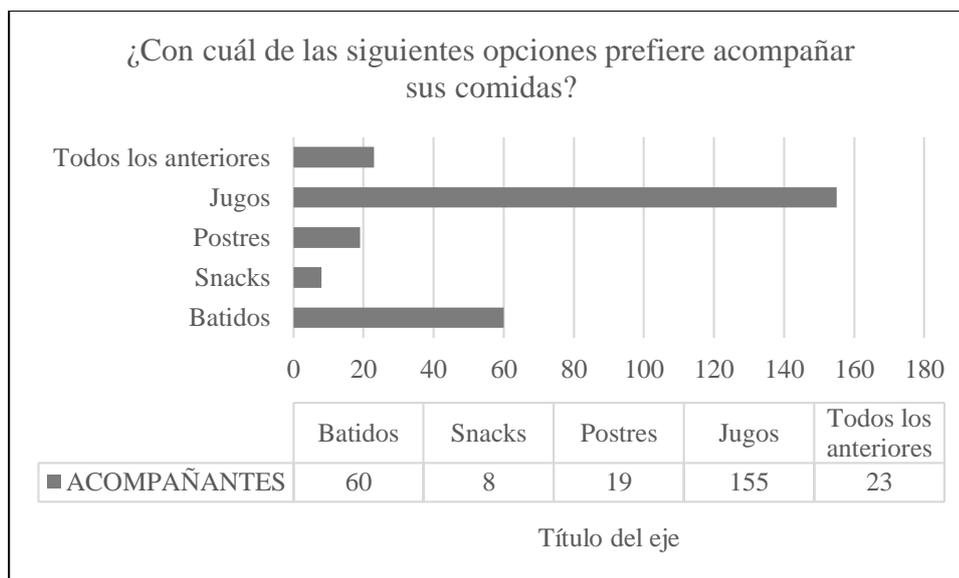


Figura 12. ¿Con cuál de las siguientes opciones prefiere acompañar sus comidas?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

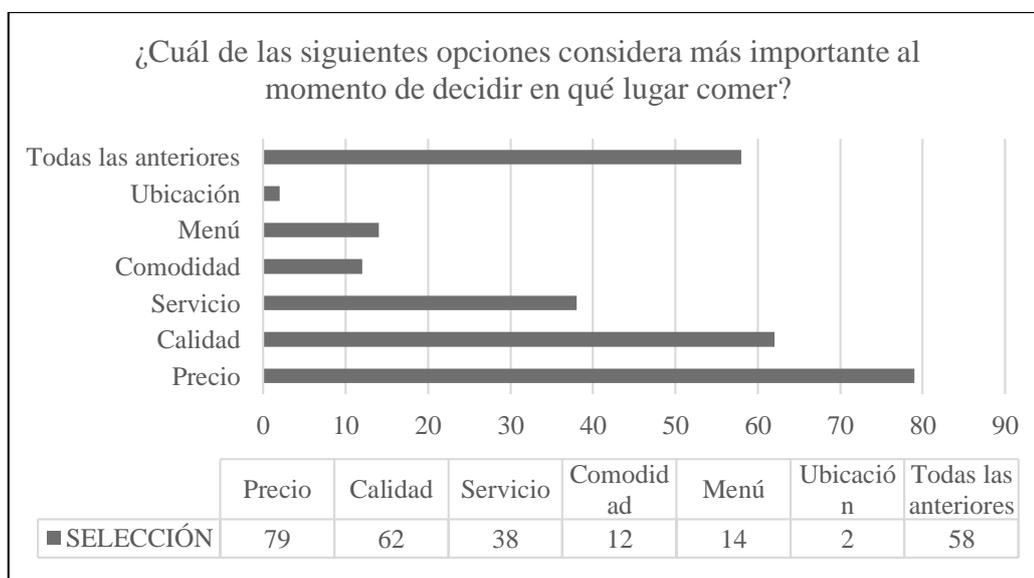


Figura 13. ¿Cuál de las siguientes opciones considera más importante al momento de decidir en qué lugar comer?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

Análisis de la oferta

Actualmente no existen estadísticas oficiales sobre la cantidad de bares y restaurantes ubicados en la Parroquia Urbana La Puntilla. Pero a simple vista se puede observar que cada

kilómetro de la vía a Samborondón ofrece una variedad gastronómica; contando con bares y restaurantes de comida típica, italiana, mexicana, peruana, española, light etc.

Competencia Directa

La principal competencia directa que tendría BioVita Ligt Detox Bar serían los siguientes bar – restaurantes:

Menú Fresh Box		
Producto	Precio	Cantidad
Aguas	\$ 3,50	500ml
Jugos	\$ 4,99	500ml
Sánduches	\$ 8,00	
Ensaladas	\$ 10,00	

Fresh Box	
Ubicación	Plaza Lagos Town Center en el kilómetro 6,6 de la vía a Samborondón.
Diferencias	<ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con local cerrado • Precios excesivamente altos • Variedad del menú limitado
Comunicación	A través de redes sociales
Distribución	Canal Directo (Kiosko #3)

Menú Green Bar		
Producto	Precio	Cantidad
Jugos	\$ 5,00	500ml
Batidos	\$ 6,00	500ml
Sánduches	\$ 7,00	
Shots	\$ 3,00	
Ensaladas	\$ 8,00	
Postres	\$ 3,50	
Almuerzos	\$ 13,00	

Green Bar	
Ubicación	Centro Comercial La Torre en el kilómetro 1 de la vía a Samborondón.
Diferencias	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta productos de otras empresas • Precios excesivamente altos

	<ul style="list-style-type: none"> Realiza pedidos a domicilio de los jugos (plan detox)
Comunicación	A través de redes sociales y eventos
Distribución	Canal Directo (en local)

Menú Free Life / Fresh & Healthy Market		
Producto	Precio	Cantidad
Jugos	\$ 3,50	400ml
Batidos	\$ 6,00	400ml
Sánduches	\$ 6,50	
Shots	\$ 3,00	
Ensaladas	\$ 9,00	
Postres	\$ 3,50	
Almuerzos	\$ 11,00	

Almuerzos: Botella agua + sanduche \$10

Free Life / Fresh & Healthy Market	
Ubicación	Plaza Comercial Piazza Samborondón en el kilómetro 1 de la vía a Samborondón.
Diferencias	<ul style="list-style-type: none"> Solo cuentan con dos tipos de jugos detox Precios excesivamente altos Cuenta con dos locales ubicados en la misma plaza
Comunicación	A través de redes sociales
Distribución	Canal Directo (en local)

D'Hoy		
Producto	Precio	Cantidad
Jugos	\$ 2,50	400ml

D'Hoy	
Ubicación	Ecopacific S.A. Oficina Matriz, Parque Industrial El Carmen Km 2 ½ vía Sangolquí - Amaguaña - Calle H – Ecuador
Diferencias	<ul style="list-style-type: none"> Se encargan de la comercialización a supermercados Precios bajos No hay variedad de jugos
Comunicación	A través de redes sociales
Distribución	Canal Detallista (a supermercados)

Competencia Indirecta

La competencia indirecta que BioVita Ligth Detox Bar tendrá serán todos aquellos locales que se encargan de ofrecer el servicio de comida pero enfocados a otras especialidades y localizados en los primeros 10km de la vía a Samborondón.

9.6 Estrategia de diferenciación

La estrategia de diferenciación que se utilizará será principalmente una diferenciación por precio puesto que la competencia ofrece su producto y servicio a precios muy elevados. El cliente obtendrá más beneficios a un precio menor al de la competencia. Cabe recalcar que los precios aun siendo menores se mantendrán dentro del rango del mercado al que va dirigido.

9.7 Acciones de promoción

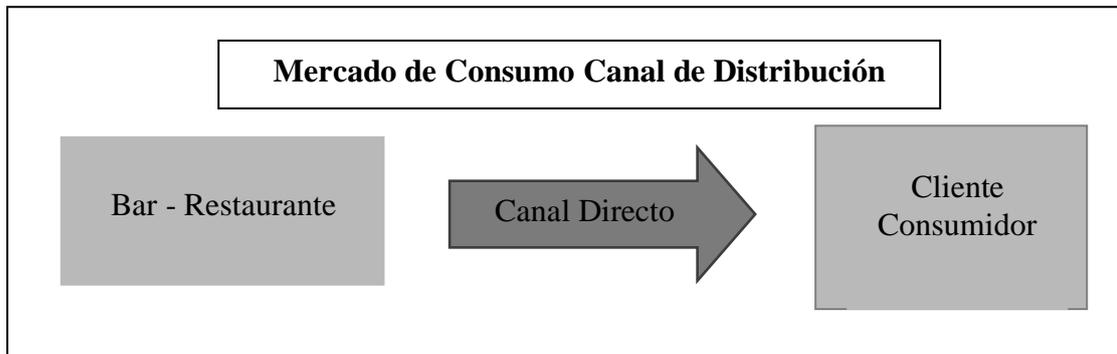
La promoción de Biovita Light Detox Bar se realizará de la siguiente manera:

- Por la acumulación de \$50 en consumo recibe una gift card de \$10
- Sube una foto consumiendo algún producto en nuestro local y etiquétanos. Y BioVita te ofrece el 50% de descuento en un Jugo desintoxicante.
- Degustaciones de nuestros productos en eventos deportivos como carreras.
- Repartir cupones promocionales con el 20% en su primera compra.
- Happy hour en bebidas detox de lunes a domingo de 4pm a 6pm
- Combo de bebida + snack o ensalada a \$8,50

9.8 Canal de distribución

La finalidad es ofrecer al cliente el producto lo más cercano posible para que éste lo pueda conseguir de manera sencilla y rápida. En este caso el canal de distribución a usar es el

directo debido a que al tratarse de un restaurante-bar los clientes lo vinculan directamente con el servicio, es por esto que no es necesario del uso de un intermediario. La principal ventaja de emplear este canal es que se le puede ofrecer un trato personalizado a cada cliente, la empresa no sólo se concentra en ofrecer un producto de calidad sino también un servicio eficaz, creando fidelidad en los mismos.



Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

10) Análisis Operativo.

10.1 Localización y descripción de las instalaciones.

BioVita Light Detox Bar se encontrará localizado en los nuevos locales del Club Deportivo Diana Quintana ubicado en el kilómetro 2 ½ vía a Samborondón. El local es el E5 y su tamaño es de $30m^2$. Cuenta con una capacidad para 20 personas. Es importante recalcar que se deberá equipar el local con los mobiliarios necesarios para el funcionamiento del mismo. Biovita Light Detox Bar contará con:

- 5 mesas redondas pequeñas
- 20 sillas
- 1 aire acondicionado
- 1 baño para hombres y mujeres
- 1 estación de cocina

- Vitrinas refrigeradoras
- 1 estación de cobranza



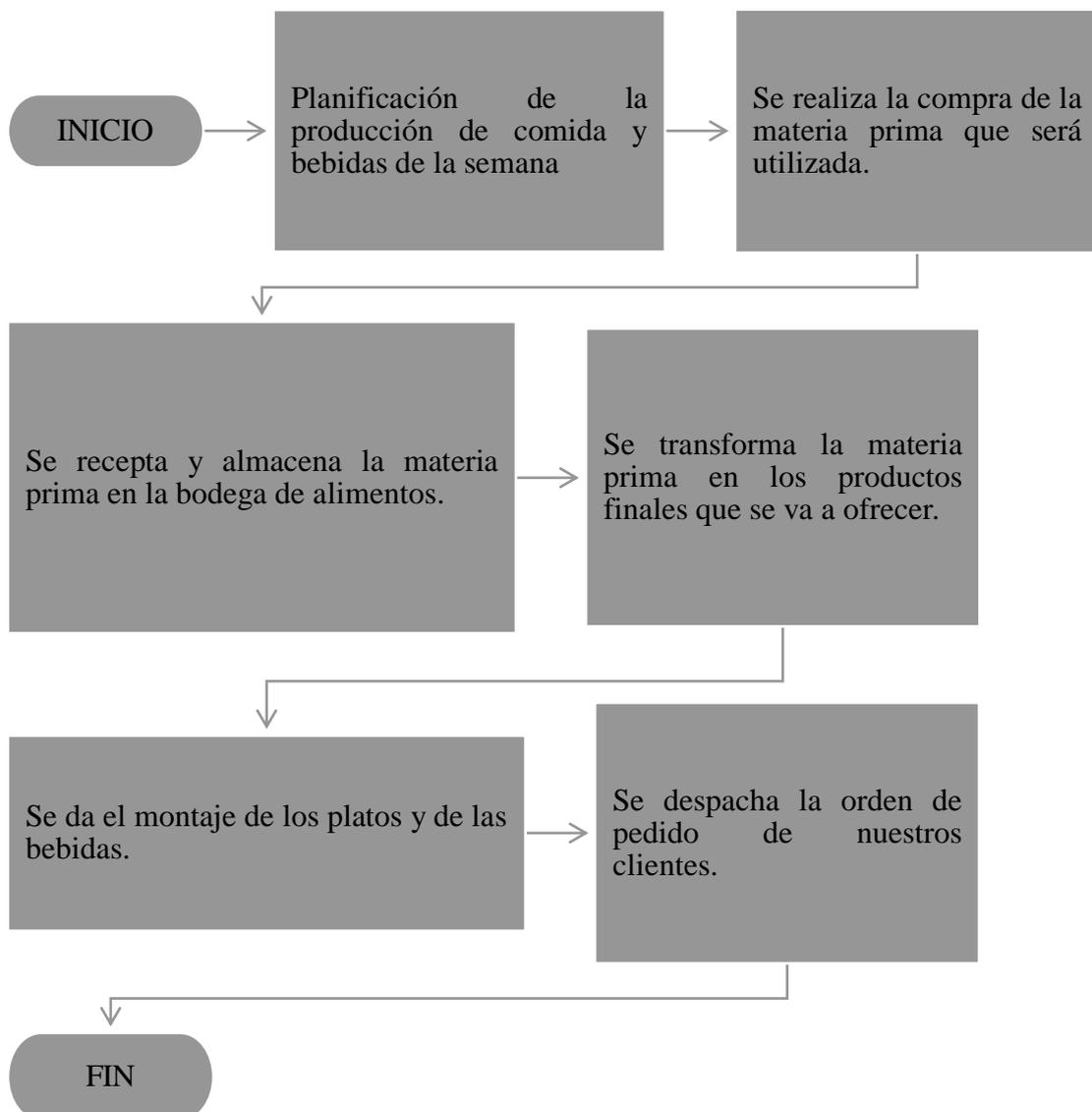
10.2 Método de producción

El tiempo por bebida oscila entre los 5 a 10min y por preparación de las ensaladas y los otros platillos entre 10 a 15min.

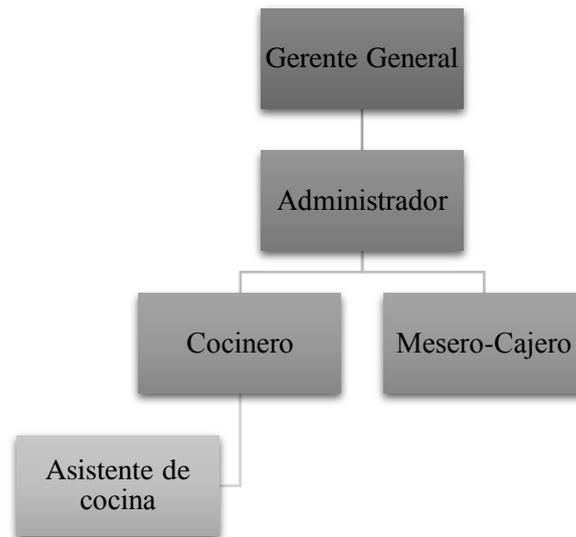
10.3 Capacidad instalada

La capacidad de producción del bar es relativamente alta debido a que los platos y productos que se van a ofrecer en el menú son relativamente rápidos de realizar.

10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos



10.5 Recursos humanos



10.5.1 Descripción de cargos

Administrador

La producción de comida y un servicio de calidad es el principal motor de BioVita Light Detox Bar, es por esta razón que el Gerente General se dedicará a la administración del personal y el control de la parte operativa. Las funciones a desempeñar serán las siguientes:

- Realizar la planificación de las actividades que se van a desempeñar durante la semana.
- Coordinar el trabajo que el personal debe realizar dentro de la empresa.
- Supervisar que el área de trabajo se encuentre en condiciones necesarias para ofrecer un buen servicio
- Realizar la retroalimentación de las labores llevadas a cabo.

Mesero-Cajero

El mesero-cajero al estar en contacto directo con los clientes es el encargado de brindar un servicio eficaz a nuestros clientes. A continuación, se listan las actividades que debe llevar a cabo para cumplir su rol:

- Realizar el montaje de las mesas.
- Hacer la entrega del pedido al cliente.
- Realizar el cobro y cierre de caja.
- Cuidar el bienestar de los clientes.

Cocinero

El cocinero se le facultará la dirección, coordinación y preparación de los platos incluidos en el menú. Sus funciones se especifican a continuación:

- Garantizar la calidad de los alimentos que se almacenan en las bodegas
- Dirigir y supervisar el trabajo de cocina.
- Asegurar que se cumplan con los tiempos estipulados para el proceso de producción y montaje de los productos.
- Controlar que los productos a ofrecer cumplan con los estándares de presentación del bar.

Ayudante de cocina

Será el encargado de colaborar en las actividades a desempeñar por el Chef o cocinero.

11) Análisis Financiero.

11.1 Estados de resultados proyectados a 5 años

En este estado se detallan los ingresos y egresos de la empresa durante los 5 años proyectados, para conocer la liquidez y si es posible invertir en requerimientos o mejoras futuras, así también, permite conocer si podemos dar crédito o calcular el pago de deudas.

BIOVITA						
LIGHT DETOX BAR						
ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 107.864,69	\$ 119.621,94	\$ 132.660,73	\$ 147.120,75	\$ 163.156,91
(-) Costo de Venta		\$ (34.134,88)	\$ (35.797,25)	\$ (37.540,58)	\$ (39.368,80)	\$ (41.286,06)
(=) Utilidad Bruta		\$ 73.729,81	\$ 83.824,69	\$ 95.120,15	\$ 107.751,95	\$ 121.870,85
(-) Gastos Administrativos		\$ (54.986,52)	\$ (55.767,92)	\$ (59.010,21)	\$ (62.464,58)	\$ (66.146,76)
(-) Gastos de Ventas		\$ (1.440,00)	\$ (2.110,13)	\$ (2.212,89)	\$ (2.320,66)	\$ (2.433,68)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 17.303,29	\$ 25.946,64	\$ 33.897,05	\$ 42.966,71	\$ 53.290,41
(-) Gastos Financieros		\$ (771,25)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UAIT		\$ 16.532,04	\$ 25.946,64	\$ 33.897,05	\$ 42.966,71	\$ 53.290,41
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (2.479,81)	\$ (3.892,00)	\$ (5.084,56)	\$ (6.445,01)	\$ (7.993,56)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (3.091,49)	\$ (4.852,02)	\$ (6.338,75)	\$ (8.034,77)	\$ (9.965,31)
UTILIDAD NETA ANUAL		\$ 10.960,74	\$ 17.202,62	\$ 22.473,74	\$ 28.486,93	\$ 35.331,54

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

11.2 Flujo de caja proyectado a 5 años

BIOVITA						
LIGHT DETOX BAR						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (9.956,25)					
UAIT		\$ 16.532,04	\$ 25.946,64	\$ 33.897,05	\$ 42.966,71	\$ 53.290,41
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (2.479,81)	\$ (3.892,00)	\$ (5.084,56)	\$ (6.445,01)
Pago de IR		\$ -	\$ (3.091,49)	\$ (4.852,02)	\$ (6.338,75)	\$ (8.034,77)
EFFECTIVO NETO		\$ 16.532,04	\$ 20.375,35	\$ 25.153,03	\$ 31.543,40	\$ 38.810,63
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 626,50	\$ 626,50	\$ 626,50	\$ 626,50	\$ 626,50
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 314,80	\$ 314,80	\$ 314,80	\$ 314,80	\$ 314,80
(+) Aporte Accionistas	\$ 15.000,00					
(+) Préstamo concedido	\$ 12.500,00	\$(12.500,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 17.543,75	\$ 4.973,34	\$ 21.316,65	\$ 26.094,33	\$ 32.484,70	\$ 39.751,93
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 17.543,75	\$ 22.517,09	\$ 43.833,73	\$ 69.928,07	\$ 102.412,77
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 17.543,75	\$ 22.517,09	\$ 43.833,73	\$ 69.928,07	\$ 102.412,77	\$ 142.164,70

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

11.3 Análisis del punto de equilibrio

A continuación se detallará el análisis del punto de equilibrio del menú ofertado por BioVita Bar para identificar la posible rentabilidad en el punto en donde, los ingresos totales,

se igualen a los costos asociados con las ventas. Procurando siempre mantenernos por encima del punto de equilibrio para maximizar los beneficios.

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES	
MOD (fija)	\$ 11.718,14	MD	\$ 18.843,03
Deprec. Planta	\$ 626,50	agua	\$ 600,00
Sueldos y Salarios / año	\$ 38.138,35	gas	\$ 240,00
Alquiler local / año	\$ 9.600,00	etiquetas	\$ 741,93
Serv. Básicos / año	\$ 1.800,00	Envases jugos	\$ 1.278,40
Suministros al año	\$ 360,00	Envases smoothies	\$ 713,39
Asesoría / año	\$ 720,00	TOTAL	\$ 22.416,74
Permisos / año	\$ 350,00	# Unidades Prod. / Año	26.189
Deprec. Área Adm. / año	\$ 314,80		
Gastos Pre-operacionales	\$ 2.263,37	Costo Variable Unitario	\$ 0,86
Productos limpieza / año	\$ 1.440,00		
Publicidad anual	\$ 1.440,00	Precio de Venta Unitario	\$ 4,09
Gastos financieros	\$ 771,25		
COSTO FIJO TOTAL	\$ 69.542,41		
$PE = CF / (P - CVU)$			
	PE = 21478,28	al año, o	\$ 87.926,70
	PE = 1789,86	unidades al mes, o	\$ 7.327,22

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

11.4 Análisis de sensibilidad

11.4.1 Escenario Positivo

Se presenta el análisis de sensibilidad enmarcado dentro de un escenario positivo en el que se puede visualizar que sucedería si se da un aumento en las ventas de un 5% y si los costos llegasen a disminuir a un 3,67% basándonos en años anteriores en donde la inflación se encontraba a ese punto.

BIOVITA						
LIGHT DETOX BAR						
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (27.313,19)					
VENTAS		\$ 113.257,92	\$ 125.603,04	\$ 139.293,77	\$ 154.476,79	\$ 171.314,76
(-) Costo de Venta		\$ (35.387,63)	\$ (37.111,01)	\$ (38.918,32)	\$ (40.813,64)	\$ (42.801,26)
(=) Utilidad Bruta		\$ 77.870,29	\$ 88.492,03	\$ 100.375,45	\$ 113.663,15	\$ 128.513,49
(-) Gastos Administrativos		\$ (54.986,52)	\$ (55.767,92)	\$ (59.010,21)	\$ (62.464,58)	\$ (66.146,76)
(-) Gastos de Ventas		\$ (1.440,00)	\$ (2.110,13)	\$ (2.212,89)	\$ (2.320,66)	\$ (2.433,68)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 21.443,77	\$ 30.613,98	\$ 39.152,35	\$ 48.877,91	\$ 59.933,06
(-) Gastos Financieros		\$ (771,25)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UAIT		\$ 20.672,52	\$ 30.613,98	\$ 39.152,35	\$ 48.877,91	\$ 59.933,06
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (3.100,88)	\$ (4.592,10)	\$ (5.872,85)	\$ (7.331,69)
Pago de IR		\$ -	\$ (4.392,91)	\$ (6.505,47)	\$ (8.319,87)	\$ (10.386,56)
EFFECTIVO NETO		\$ 20.672,52	\$ 23.120,19	\$ 28.054,78	\$ 34.685,18	\$ 42.214,81
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 626,50	\$ 626,50	\$ 626,50	\$ 626,50	\$ 626,50
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 314,80	\$ 314,80	\$ 314,80	\$ 314,80	\$ 314,80
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 5.249,75
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 15.093,57
(+) Préstamo concedido		\$ (12.500,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (27.313,19)	\$ 9.113,82	\$ 24.061,49	\$ 28.996,08	\$ 35.626,48	\$ 63.499,43
TIR	72,24%					
VAN	\$ 70.197,60					
Pay Back	1,76	años				

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

11.4.2 Escenario Negativo

En este caso se muestra el análisis de sensibilidad enfocado en un escenario negativo en el que se puede visualizar que sucedería si se da un decrecimiento en las ventas de un 5% y si los costos se mantienen a un 4,87% basándonos en la inflación actual del país.

BIOVITA						
LIGHT DETOX BAR						
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (27.313,19)					
VENTAS		\$ 102.471,45	\$ 113.640,84	\$ 126.027,69	\$ 139.764,71	\$ 154.999,07
(-) Costo de Venta		\$ (35.797,25)	\$ (37.540,58)	\$ (39.368,80)	\$ (41.286,06)	\$ (43.296,70)
(=) Utilidad Bruta		\$ 66.674,20	\$ 76.100,26	\$ 86.658,89	\$ 98.478,65	\$ 111.702,37
(-) Gastos Administrativos		\$ (54.986,52)	\$ (55.767,92)	\$ (59.010,21)	\$ (62.464,58)	\$ (66.146,76)
(-) Gastos de Ventas		\$ (1.440,00)	\$ (2.110,13)	\$ (2.212,89)	\$ (2.320,66)	\$ (2.433,68)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 10.247,68	\$ 18.222,22	\$ 25.435,79	\$ 33.693,41	\$ 43.121,93
(-) Gastos Financieros		\$ (771,25)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UAIT		\$ 9.476,44	\$ 18.222,22	\$ 25.435,79	\$ 33.693,41	\$ 43.121,93
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (1.421,47)	\$ (2.733,33)	\$ (3.815,37)	\$ (5.054,01)
Pago de IR		\$ -	\$ (2.013,74)	\$ (3.872,22)	\$ (5.405,10)	\$ (7.159,85)
EFFECTIVO NETO		\$ 9.476,44	\$ 14.787,01	\$ 18.830,23	\$ 24.472,94	\$ 30.908,07
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 626,50	\$ 626,50	\$ 626,50	\$ 626,50	\$ 626,50
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 314,80	\$ 314,80	\$ 314,80	\$ 314,80	\$ 314,80
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 5.249,75
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 15.093,57
(+) Préstamo concedido		\$ (12.500,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (27.313,19)	\$ (2.082,26)	\$ 15.728,31	\$ 19.771,53	\$ 25.414,24	\$ 52.192,69
TIR	43,69%					
VAN	\$ 36.530,91					
Pay Back	2,87	años				

11.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.

BIOVITA						
LIGHT DETOX BAR						
CÁLCULO DE TIR Y VAN						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (27.313,19)					
UAIT		\$ 16.532,04	\$ 25.946,64	\$ 33.897,05	\$ 42.966,71	\$ 53.290,41
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (2.479,81)	\$ (3.892,00)	\$ (5.084,56)	\$ (6.445,01)
Pago de IR		\$ -	\$ (3.091,49)	\$ (4.852,02)	\$ (6.338,75)	\$ (8.034,77)
EFFECTIVO NETO		\$ 16.532,04	\$ 20.375,35	\$ 25.153,03	\$ 31.543,40	\$ 38.810,63
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 626,50	\$ 626,50	\$ 626,50	\$ 626,50	\$ 626,50
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 314,80	\$ 314,80	\$ 314,80	\$ 314,80	\$ 314,80
(+) Valor Residual de Act. Tang.						5249,7512
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 15.093,57
(+) Préstamo concedido		\$(12.500,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (27.313,19)	\$ 4.973,34	\$ 21.316,65	\$ 26.094,33	\$ 32.484,70	\$ 60.095,25
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (27.313,19)	\$(22.339,85)	\$ (1.023,20)			
TIR	62,23%					
VAN	\$59.091,93					
Pay Back	2,05	años				

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

INDICES DE RENTABILIDAD					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROA	39,86%	54,56%	43,30%	36,97%	32,53%
ROE	42,22%	39,85%	34,24%	30,27%	27,29%
ROI	73,07%	114,68%	149,82%	189,91%	235,54%

Elaborado por: Lourdes Chica Gómez

12) Viabilidad del proyecto

Después de realizar el estudio de factibilidad para la creación un centro nutricional en la vía Samborondón podemos notar que según el estudio de mercado el proyecto tendría acogida por la variedad, calidad, precio y beneficios que ofrece el menú. Sobre todo que el

lugar en donde se encontrará situado cuenta con una gran demanda de este tipo de productos y que son muchos los clientes potenciales dentro del área.

Desde el punto de vista operativo también resulta viable la creación de este bar, puesto que su inversión es mínima y se la puede recuperar en un periodo relativamente corto. En cuanto al estudio financiero se demuestra que el proyecto es viable; pues el Valor Actual Neto calculado nos arroja un resultado positivo de \$59.091,93. La Tasa Interna de Retorno del 62,23% en comparación con la Tasa de rendimiento del 11,20% cuya tasa es referencial a los créditos facilitados por la CFN a las Pymes lo que evidencia la viabilidad del proyecto.

En última instancia, este proyecto fue sometido al análisis de sensibilidad, cuyos escenarios optimistas y pesimistas son favorables, conforme se demostró previamente.

13) Bibliografía

Alcazar Ponce, J. P. (10 de Julio de 2015). *Formación Gerencial*. Obtenido de <http://blog.formaciongerencial.com/2014/05/16/ranking-redes-sociales-ecuador-mayo-2014/>

Banco Central del Ecuador. (4 de Julio de 2015). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2 de Julio de 2015). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Jones, N., Annalijn, I., Suhrcke, M., & Monsivais, P. (2012). *The Growing Price Gap between More and Less Healthy Foods: Analysis of a Novel Longitudinal UK Dataset*.

<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro062014.pdf>

14) Anexos**ENCUESTA**

Edad: _____

Sexo: : Masculino Femenino

1. ¿Con qué frecuencia consume alimentos fuera de su hogar?

- Una vez a la semana
- Más de dos veces a la semana
- Todos los días
- Nunca

2. ¿Conoce usted los beneficios de ingerir productos light-detox?

- Si
- No

3. ¿Con qué término asociaría usted la palabra light-detox?

- Salud
- Moda
- Dieta
- Fitness
- Nutrición
- Vanidad

4. ¿Si pudiera armar su propia bebida desintoxicante, cuál de estas opciones agregaría?

- Frutas y verduras verdes
- Frutas y verduras rojas
- Frutas y verduras naranjas
- Todas las anteriores

5. ¿Qué tipo de alimentos preferiría consumir si se trata de un bar que ofrece comida saludable?

Ensaladas

Sánduches

Arroces

Pastas

6. ¿Con cuál de las siguientes opciones prefiere acompañar sus comidas?

Batidos

Snacks

Postres

Jugos

Todas las anteriores

7. ¿Cuál de las siguientes opciones considera más importante al momento de decidir en qué lugar comer?

Precio

Calidad

Servicio

Comodidad

Menú

Ubicación

Todas las anteriores