



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO**  
**“BE VEGAN”:**  
**GERENCIA DE ESTUDIO TÉCNICO**

Elaborado por:

**RONALD STALIN PARRALES LEÓN**

Tutoría por: **GALO MONTENEGRO ALVAREZ**

**GRADO**

Trabajo previo a la obtención del Título de:

**Licenciado en Administración de Empresas**

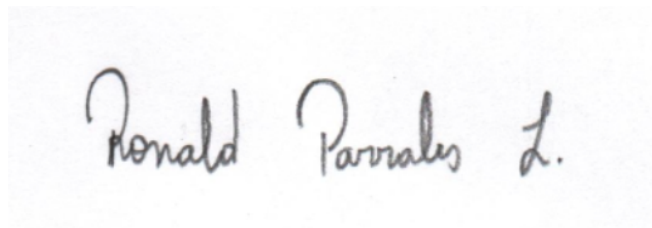
Guayaquil, Ecuador  
DICIEMBRE, 2022

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **PARRALES LEÓN RONALD STALIN** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el autor del trabajo titulado “**Modelo de Negocio BE VEGAN: Gerencia de Estudio Técnico**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Be Vegan**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes **Baidal Peña Victor Santiago, Espinosa Carrión Luis Enrique, Espinoza Torres Melissa Lorena, Morán Arámbulo Antonella Paulethe y Alarcón Guacón Josué Guillermo.**

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.

A handwritten signature in black ink that reads "Ronald Parrales L." The signature is written in a cursive style with a capital 'R' and 'L'.

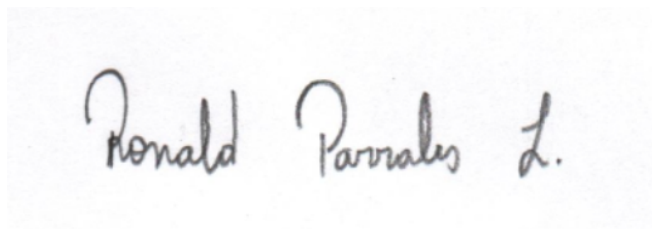
**Parrales León Ronald Stalin**

**0955035522**

Declaro que:

**Yo, PARRALES LEÓN RONALD STALIN** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**BE VEGAN: Gerencia de Estudio Técnico**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

A photograph of a handwritten signature in black ink on a light-colored background. The signature reads "Ronald Parrales L." in a cursive script.

**PARRALES LEÓN RONALD STALIN**  
**0955035522**

## **Resumen Ejecutivo**

El presente trabajo analiza la viabilidad del proyecto de crear una empresa “Be Vegan “ la cual es capaz de certificar los establecimientos que ofrecen opciones veganas como son los restaurantes, cafeterías y empresas que elaboren productos a base de plantas, el desarrollo de este modelo de negocio se realizó a partir de una serie de etapas las cuales fueron testeadas en los establecimientos seleccionados.

El proceso del desarrollo de la idea comenzó con el Design Thinking el cual mostró que había una necesidad dentro de la industria de Alimentación Saludable. Mejorar e innovar la manera en que se preparan los alimentos veganos sugiere un gran reto pero es necesario llevar un control más estricto, el cual permita que la automatización de los procesos sea más eficiente. Este modelo busca generar grandes cambios capaz de solucionar la contaminación cruzada en esta industria.

La etapa del estudio de mercado permitió validar y testear el problema identificado así como la solución planteada, 153 establecimientos fueron identificados como empresas que venden productos veganos de los cuales se tomó en cuenta 6 establecimientos los mismos que fueron abordados para realizar una entrevista la cual permite encontrar aspectos de mejora en la solución, adicional se realizó un focus group para conocer los aspectos, inquietudes y modus operandi de la comunidad vegana. La realización de este testeo ayudó a conocer más de fondo los problemas que tenían los establecimientos veganos y la comunidad, dando como resultado una aceptación por parte de ambos por el servicio ofrecido con las mejoras sugeridas por parte de ellos.

Uno de los factores más importante para una empresa es conocerse a sí misma y lo que ofrece, para ello desde la Gerencia Técnica de la compañía Be Vegan S.A se indaga a profundidad los aspectos relacionados a descripción del proyecto, tipos de servicios que se

ofrece, factor diferenciador con el mercado, cómo también servicio postventa. Además de aquello también se detalla el proceso que se siguió para pasar de ser un proyecto escrito a ser una realidad, un servicio testado y probado con clientes reales. Es primordial identificar los riesgos que se tiene en la empresa, por ello también se identifican factores como la vida útil del proyecto, ubicación, capacidad productiva, proceso de producción y pequeños costos relacionados a los recursos claves que se debe adquirir para ofertar las certificaciones.

No es suficiente con mencionar que el servicio fue testado, sino que fue de mucha aceptación por parte del público objetivo. Dentro del proyecto también se hace énfasis sobre un caso de éxito, es decir, uno de los clientes a quienes se les ofreció el producto tiene todo encaminado para formar parte de los registros de Be Vegan y ser el primer local certificado. Así mismo, dentro de la gerencia técnica se profundizan aspectos jurídicos legales que se deben seguir para la constitución de la primera empresa certificadora vegana en la ciudad de Guayaquil.

La identificación de los factores técnicos de un negocio ayuda a que sea más eficiente la identificación de problemas en todo lo que tiene que ver la cadena de valor y poder solucionarlos al instante.

El diseño del plan de marketing supuso la identificación de los canales por el cual la audiencia a las que nos dirigimos se siente más atraída, realizar la apertura de las redes oficiales de Be Vegan fue muy importante ya que es el medio por el cual se van a comunicar los eventos, tips, ferias, etc, que se van a realizar. Por otro lado el desarrollo de la página web también es de suma importancia debido a que uno de los canales de ventas por el cual los clientes nos pueden mandar sus requerimientos, además de compartir

información relevante del servicio que se ofrece que son las certificaciones veganas y sus beneficios.

La identificación de los puestos de trabajo y de los objetivos generales y específicos se realizaron en el estudio administrativo, el cual propone contar con un equipo de trabajo capacitado para llevar a cabo las funciones requeridas por la empresa, el diseño de la estructura jerárquica se hizo de acuerdo a las necesidades requeridas para la conformación de la empresa, así mismo el desarrollo los objetivos es la línea por la cual el equipo de trabajo se debe regir para alcanzar dichos objetivos a corto y largo plazo.

En la parte del análisis financiero se tomó en consideración todos los aspectos que suponen un inversión cada una de las etapas anteriores, por lo que se precisa una inversión inicial de \$7684,72 para llevar a cabo el plan de inversión, se realizó una proyección de ingresos por los próximos 5 años alineado al estudio de mercado, la realización de análisis da como resultado una tasa de interna de retorno (TIR) del 57,25% muy superior a la tasa mínima aceptable (TMAR) de 19,38% y valor actual neto (VAN) de \$16897,07, y la inversión inicial se recupera en 1,05 años.

Este documentos es el resultado de trabajo colaborativo de los estudiantes Josué Guillermo Alarcón Guacón, Luis Enrique Espinosa Carrión, Ronald Stalin Parrales Leon, Antonella Paulette Morán Arámbulo, Melissa Lorena Espinoza Torres y Victor Santiago Baidal Peña y explica el plan de negocios del proyecto denominado “Be Vegan”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que completan el trabajo genera, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

### **Palabras Claves**

Certificadora Vegana, Contaminación cruzada, Proceso de certificación, Constitución legal, Caso de éxito.

### **Consideraciones Éticas**

En este apartado, deberán informar brevemente que su propuesta de modelo de negocio ha sido elaborada tomando como punto de partida consideraciones éticas, que respetan la propiedad intelectual de las ideas y asumiendo comportamientos éticos con las personas involucradas en la misma.

## Índice

<b>Resumen Ejecutivo</b>	<b>3</b>
<b>Palabras Claves</b>	<b>6</b>
<b>Consideraciones Éticas</b>	<b>6</b>
<b>Índice</b>	<b>7</b>
<b>Antecedentes y Justificación</b>	<b>10</b>
<b>Objetivo General y Específicos del proyecto</b>	<b>11</b>
Objetivo general:	11
Objetivos específicos:	11
<b>Breve Descripción del Modelo de Negocio Completo</b>	<b>12</b>
<b>Gerencia: Estudio Técnico</b>	<b>14</b>
Descripción del producto/servicio	14
Tipos de certificaciones	15
1) Certificación Apto Vegano	15
2) Certificación Vegan Friendly.	16
3) Certificación productos, Sello A Base de Planta	17
Propuesta de valor	18
Seguridad	18
Rapidez	19
Confianza	19
Presentación / Descripción del prototipo	20
Imagen 12: Descripción del prototipo	20
Producto Mínimo Viable (MVP)	21
Resultados del MVP	23
Testeo del Modelo de Negocio	23
Caso de éxito	24
Proyecto con el paso del tiempo	25
Proceso de producción/ prestación del servicio	27
Gráfico 2: Proceso de inicio y previo a la primera cita	28
Gráfico 4: Proceso una vez firmado contratos y hecho el cobro total del servicio, previo a agendar cita para auditorias físicas al local o empresa	29
Gráfico 5: Proceso una vez obtenido los resultados, correcciones en caso de hacerlas y entrega de certificado	29
Determinación de la capacidad productiva	30
Apto Vegano	30



Vegan Friendly	30
Productos	30
Capacidad productiva total	31
Tabla 8: Capacidad productiva total	31
Ubicación del Proyecto	31
Imagen 13: Ubicación de las oficinas	32
Costos	33
Terreno y Obras Civiles	33
Equipos y Maquinarias	33
Muebles y Enseres	33
Materias primas/ Materiales e insumos	34
Diseño arquitectónico	34
Imagen 14: Diseño interno de oficinas	34
<b>Estudio Legal</b>	<b>36</b>
Mapeo de elementos que componen los aspectos claves del negocio	36
Marca	36
Confidencialidad	36
Gestión Legal	36
Propiedad intelectual	37
Registro Único Contribuyente (RUC)	37
Inscripción como Sociedad Anónima	37
Tabla 9: Costos totales de compañía anónima	37
Marca y Slogan	38
Tabla 10: Costo total de registro de marca y slogan	38
Contratos.	39
Con accionistas	39
Con empleados	39
Contrato de Confidencialidad	39
Aspectos legales relacionados a comercio electrónico en el modelo de negocio	40
Permisos, certificaciones, licencias u otros que requiera el negocio para inicio y mantenimiento.	42
Declaración de impuestos	43
Impuesto a la Renta	44
Impuesto al Valor Agregado (IVA)	44
Impuestos sobre las Sociedades	44
Impuesto Sobre Propiedad o Predial	44
Impuesto Municipal sobre Activos Totales	44
<b>Conclusiones y Recomendaciones</b>	<b>45</b>

Reflexión	46
<b>Referencias Bibliográficas</b>	<b>48</b>
<b>Anexos</b>	<b>48</b>
Anexo 9: Proceso de constitución de una Sociedad Anónima	48
Anexo 10: Requisitos de Permisos de Funcionamiento	50
Anexo 11: Permisos técnicos de funcionamiento.	50
Anexo 12: Evidencias de reuniones con dueños de restaurantes	51

## **Antecedentes y Justificación**

El problema que hemos identificado dentro del consumo saludable para veganos, es la poca confiabilidad que tienen los restaurantes que ofrecen menús con opciones veganas y a esto se le suma también la poca variedad que ofrecen, esto causa que las personas con este estilo de vida se sientan preocupados, de modo que cuando asisten a un restaurante en Guayaquil nadie le puede asegurar que su plato que solicitó cumplan todos los requisitos para que se considere vegano, de modo que se incurre a la contaminación cruzada. Para Real, Jeanneth (2019) en un artículo señala que “La contaminación cruzada es el proceso mediante el cual los alimentos entran en contacto con otros que están cocinados o no y que terminan por contaminarse como resultado del intercambio de sustancias ajenas”. Dicho esto hay que tener en cuenta que las personas que son veganas no consumen alimentos cárnicos y sus derivados, ni alimentos que provengan de los animales tales como: leche de vaca, huevos, queso, etc. Este hecho los establecimientos deben tener muy en cuenta a la hora de elaborar productos para las personas veganas.

Frente a esta problemática lo que se propone como solución es certificar los establecimientos veganos para que de esta forma puedan ofrecer seguridad alimentaria a las personas veganas, esto se logra siguiendo los estándares para la elaboración de estos productos, a través de una auditoría para conocer todo el proceso de elaboración del producto, desde la obtención de la materia prima hasta el producto terminado. con el servicio ofrecido, buscamos dar un de valor agregado a aquellos establecimientos que adquieran nuestros servicios, como por ejemplo una mayor visualización en redes sociales y auditorías constantes.

El testeado del producto mínimo viable (MVP) dejó grandes resultados dando como resultado un modelo de negocio viable y rentable, para este testeado se armó un pitch de venta

el cual consistía en visitar a los establecimientos seleccionados y hacer una presentación del servicio que ofrecemos, detallar los tipos de certificación que ofrecemos:

**Apto vegano:** para establecimientos 100% veganos

**Vegan friendly:** para establecimientos que dentro su portafolio de productos tienen opciones veganas.

**Alimentos a base de plantas:** para empresas que elaboran productos veganos (snacks, bebidas, sustituto de la carne o proteína vegetal, etc).

Se visitó y se entrevistó a los siguientes restaurantes: Giorgios Mediterranean Grill, La Casa del Tomahawk, En Serio es Vegano, Buggy Garden, Nebafit y Kelao.

El testeó del MVP (Mínimo Producto Viable) nos dejó como resultado que uno de los restaurantes al que visitamos optara por una certificación Vegana, la cual la está manejando Nuestro socio clave Internacional Vegan Certificate, hasta el momento de la redacción de este documento se puede decir que ya hubo 2 reuniones entre el socio clave y Buggy Garden. Este caso nos permitirá conocer más a fondo sobre los procesos para certificar a las empresas, ya que estamos trabajando en conjunto.

### **Objetivo General y Específicos del proyecto**

#### **Objetivo general:**

Crear una empresa capaz de certificar a los establecimientos veganos dentro de la ciudad de Guayaquil.

#### **Objetivos específicos:**

1. Determinar el número de establecimientos que vendan productos veganos.
2. Crear una campaña en redes sociales para mostrar los servicios que se ofrecen.

3. Realizar un diagrama de proceso para la certificación.
4. Determinar y analizar la viabilidad financiera del modelo de negocio.

### **Breve Descripción del Modelo de Negocio Completo**

El modelo de negocio planteado está conformado por las siguientes gerencias: gerencia de design thinking, gerencia de estudio de mercado, gerencia de estudio de marketing, gerencia de estudio administrativo, gerencia de estudio técnico y gerencia del estudio financiero las cuales siguen una misma secuencia. La creación de este modelo empezó con el planteamiento del problema en la etapa de design thinking en la cual se lanzaron muchas ideas todas centradas en el tema de Alimentos Saludables, el primer acercamiento y prototipo de idea supuso que tenemos que cambiar el enfoque la solución frente al problema planteado. El mapa de empatía ayudó a encontrar los insight que tenía la idea prototipada, con lo que se procedió a realizar el modelo canvas del modelo de negocio, los 8 puntos que lo conforman muestra cómo funciona este modelo, conociendo así los canales de publicidad, socios claves, la propuesta de valor etc.

La parte del estudio de mercado es la más importante y un reto a la vez porque había que determinar la cantidad de establecimientos veganos en Guayaquil, dato que en ese momento era difícil de determinar, y que casualmente ese número nos servirá más adelante para determinar los ingresos por el servicio ofrecido. Las entrevistas realizadas en esta etapa se desarrollaron con el fin de testear la solución propuesta con los ajustes que se le realizaron después del primer testeo, adicional se realizó un grupo focal con personas veganas para conocer sus gustos, proceso de compra, y en general conocer un poco más sobre el veganismo a través de la experiencias de los entrevistados.

Conociendo un poco más sobre los clientes principales el siguiente paso fue diseñar un plan de marketing para dar a conocer aspectos de la empresa que se estaba formando, compartir información relevante en la cuenta de Instagram cómo eventos, ferias, nuevos establecimientos de comida etc. Adicional dentro del plan de marketing también contempla rubros cómo pautas publicitarias las mismas que serán divulgadas por la selección de medios escogido por el director de Marketing.

En la parte administrativa se encuentra el diseño de la estructura jerárquica la cual muestra los puestos necesarios para poner en marcha el modelo de negocio, el diseño de cada puesto así cómo de sus funciones fueron diseñados en base a las necesidades de la empresa, al ser una empresa nueva en el mercado el tema de salario está por debajo de la media, pero no deja de ser atractivo, estos salarios están contemplados en los costos fijos que mantiene la empresa.

El diseño del diagrama de flujo supone los pasos que nuestro personal debe seguir para poder otorgar una certificación los clientes, desde que el cliente hace el primer contacto hasta el mantenimiento del servicio extendido que se ofrece, En la sección del estudio técnico se detalla cómo funcionan los diferentes tipos de certificaciones que se ofrece, cuales son los beneficios, los acuerdos de confidencialidad que se firma entre las partes involucradas, hasta detallar los pasos para realizar la auditoría que es la parte esencial a la hora de revisar los procesos en la elaboración de los productos veganos, ya que sin la aprobación del auditor no se puede entregar la respectiva certificación, y cómo en las demás etapas las inversiones en esta gerencia también están contempladas en el análisis financiero.

Y por último en el análisis financiero están contempladas todas las inversiones necesarias para poner en marcha el modelo de negocio, en la cual se detalla el valor de la

inversión inicial, a cuanto asciende los costos fijos, con el número de establecimientos encontrados en el estudio de mercado se diseñó la proyección de ventas.

### **Gerencia: Estudio Técnico**

Se procede a la descripción completa del modelo de negocio mencionado anteriormente, recalcando que dentro de este documento se profundizará únicamente la parte técnica del mismo.

Los aspectos técnicos son datos relacionados al proceso de transformación desde la materia prima hasta un producto terminado que serán requeridos por los consumidores. (Guzmán, 2021).

La gerencia del estudio técnico da a conocer a profundidad los aspectos claves internos del servicio que ofrece Be Vegan a sus clientes. El desarrollo de esta gerencia es muy importante porque permite una descripción completa del servicio de certificación y la manera en que la empresa se preocupa por su clientela. Este negocio se ha ideado desde una perspectiva del cliente, es decir, que cada inquietud o consejo recibido en la investigación de mercado ha sido tratado para que cada punto descrito aquí más que una característica nuestra sea un beneficio para quienes contratarán los servicios de Be Vegan.

### **Descripción del producto/servicio**

Be Vegan es la primera empresa de servicio ecuatoriana que se encarga de otorgar certificaciones veganas a restaurantes que ofrezcan a su clientela menús veganos, como también a empresas dedicadas a la elaboración de productos terminados veganos. Este servicio contará con el respaldo de un ente Internacional de la República de Argentina

llamado “International Vegan Certificate” (IVC) quienes ayudarán cumpliendo el rol de aliado estratégico para hacer realidad este proyecto.

Es muy importante que el consumidor final sea consciente y sepa lo que va a ingerir, para ello los sellos que se emitirán tanto a los locales como a los productos certificados, serán de gran ayuda porque contendrán un **etiquetado claro y visible**, para que de esta manera el consumidor pueda tener una manera rápida y asertiva de elegir el producto a consumir. Esto no solamente ayuda en la selección del producto, sino que también en el proceso de compra, que será más rápido y eficiente. Para comprender de una manera mejor la oferta de Be Vegan es necesario describir los tipos de certificaciones que se ofrecen.

### **Tipos de certificaciones**

Se contará con un único plan denominado “Plan Básico”, dicho plan contará con tres tipos de certificaciones dirigida a dos públicos objetivos diferentes.



#### **1) Certificación Apto Vegano**

Este sello es un distintivo para restaurantes que sean 100% veganos, es decir, que ninguno de sus platos de comida tengan origen animal. Estará visible en la entrada del establecimiento y

asi mismo da seguridad de que dentro del restaurante hay platos en su totalidad veganos y certificados. La inversión para obtener este certificado es de un precio base de \$800, su vigencia será de un año a partir de su emisión.

Los requisitos que debe cumplir un local para recibir este sello son:



- Que cuente con personal capacitado en las particularidades de la cocina vegana o plant based.
- Ofrecer a su público una variedad de productos que estén en un 100% libre de origen animal.
- Contar con personal capacitado para asesorar a la persona vegana a lo largo de su estadía.

### **Lo que cubre el plan**

Los \$800 que conforman el valor base contiene certificación para lo siguiente:

- Entre 1 a 3 entradas, máximo 3 platos, y entre 1 o 3 postres.

Si el cliente en su cartilla cuenta con un número de platos superior a los mencionados y desea certificarlos debe pagar un valor adicional lo que hace que el producto final cueste más.



### **2) Certificación Vegan Friendly.**

El sello “Vegan Friendly” se utiliza para identificar restaurantes que tienen dentro de su oferta, algunas opciones aptas veganas. Estará visible en la entrada del establecimiento y dará la seguridad de que dentro del local hay productos veganos certificados. La inversión total que deben hacer los dueños de los locales a para obtener la certificación Vegan Friendly es de un valor mínimo de \$700, una vigencia de un año a partir de la emisión del certificado. A pesar de que la iniciativa es atractiva para muchos. Los requisitos para que un local pueda ser portador del sello Vegan Friendly son los siguientes:

- Que cuente con personal capacitado en las particularidades de la cocina vegana o plant based.
- Ofrecer a su público al menos 3 opciones aptas para veganos, sea entrada, principal o postre.
- Contar con personal capacitado para asesorar a la persona vegana a lo largo de su estadía.

### **Lo que cubre el plan**

Si bien es cierto lo que se certificará es el local, no todo su contenido puede entrar dentro del paquete de \$700, pues este es un valor base que contiene lo siguiente:

- Entre 1 a 5 entradas, máximo 5 platos, y entre 1 o 3 postres.

Si el cliente en su cartilla cuenta con un número de platos superior a los mencionados y desea certificarlos debe pagar un valor adicional lo que hace que el producto final cueste más.



### **3) Certificación productos, Sello A Base de Planta**

A diferencia de los mencionados anteriormente, este sello estará disponible en el empaque de los productos, como su nombre lo dice, certificación solo será para productos elaborado a base de plantas. Este sello será de mucha ayuda

para el consumidor pues será un identificativo muy visible que generará la confianza de que el producto es vegano sin necesidad de leer sus ingrediente de manera individual. La inversión que debe realizar una empresa para la obtención de este sello es de un valor total de \$1000 por cada producto (Snacks, bebidas, barras, cereales, vinos, etc), así mismo la vigencia tendrá una duración de un año. Los requisitos que se deben cumplir son:

- Que el producto no contenga derivados animales.
- Sin químicos, insumos ni aditivos animales ni derivados.
- Los productos no deben ser testeado en animales.

### **Lo que cubre el plan**

En el caso de el sello A Base de Plantas no hay limitantes en ingredientes que aumenten el valor final del producto.

### **Propuesta de valor**

BeVegan es la primera empresa de su categoría no solamente en la ciudad de Guayaquil, sino también en en todo el Ecuador, sin embargo no se debe dejar de lado tener un factor diferenciador en la competencia claro y establecido, de manera que todos sus colaboradores se sientas identificados y esto permita tener éxito en el mercado.

Una propuesta de valor eficaz en un proyecto de emprendimiento aumentará las posibilidades de supervivencia de la nueva empresa. Esta importancia reside en que la propuesta de valor es el eje que debe sujetar todo el modelo de negocio, desarrollando las diferentes actividades y planificaciones alrededor de la misma.(Maqueda, 2015). La propuesta de valor consta de tres aristas muy importantes que son:

### **Seguridad**

Uno de los insights descubiertos en la investigación de mercado y que marcó mucho el rumbo del proyecto es la contaminación cruzada. Los altos estándares de control que existe en el proceso de Be Vegan permite que tanto los clientes de los restaurantes, como también los consumidores de los productos certificados perciban esa seguridad de que lo que van a consumir esta libre de contaminación cruzada.

## **Rapidez**

Por parte de la empresa y por parte de sus clientes. La rapidez en los procesos que se implementará hasta llegar al producto final es la clave para que se elija a Be Vegan por sobre la competencia futura. El proceso que dura obtener la certificación vegana va a ser de un mes siempre y cuando los locales o los productos cumplan con los requisitos descritos anteriormente. Con la rapidez que las certificaciones se emitirán permitirá a nuestros clientes tener también resultados inmediatos. Gracias a esto, la rapidez por parte de los clientes también se reflejará en la agilidad en el proceso de compra, el sello será un determinante para la elección de un producto o de los restaurantes para consumir.

## **Confianza**

La confianza es lo que permitirá tener un contacto directo y constante con el cliente. Se evidenciará en el vínculo cercano que se creará con los cliente, esto en el servicio postventa.

El servicio postventa también es parte del proceso de producción, este servicio consta de visitas físicas trimestrales a los locales certificados o a las empresas de los productos con la certificación, además de contar con un contacto permanente por parte de la empresa. Gracias a esto la confianza mutua se incrementará y el cliente sentirá que BeVegan se preocupa no solo por obtener una venta, sino que el cliente confie en el trabajo recibido.

El servicio de postventa se da una vez el cliente obtenga la certificación, se trata de un seguimiento totalmente gratuito. Esto como una estrategia de ganancia en ambas partes, ya que al terminar el año habrá empresas que necesiten renovar la certificación y con esto

se va a lograr que el número de clientes con renovaciones sea casi similar a los que se certificaron por primera vez.

### **Presentación / Descripción del prototipo**

**Imagen 12: Descripción del prototipo**



La idea de certificación nace a partir de una primera instancia del design thinking, desde un inicio se pensó en un negocio de carácter alimenticio, pues esta industria con el paso del tiempo va a cobrar más importancia de la actual, pues todo puede ser reemplazado menos la alimentación.

Se parte por la creación de una solución con el público que practica el estilo de vida del veganismo, tomando en cuenta una palabra muy importante para el consumidor actual, como lo es EMPATÍA.

Según la Real Academia Española (RAE), Señala a la Empatía como:

1. Sentimiento de identificación con algo o con alguien.
2. Capacidad de identificarse con alguien y compartir sus sentimientos

Al tener en mente esta palabra y sus significados, desde un inicio se trató de obtener una solución a muchos de los problemas como la falta de opciones al momento de consumir, confianza en los restaurantes, destinar mucho tiempo en la lectura de productos veganos para que al final los productos tengan un producto con origen animal, salvar vidas de los animales etc. Empatizando con amigos y conocidos en común que pertenecen a este nicho de mercado que a pesar de ser actualmente pequeño, se tenía certeza que a futuro se podría demostrar que éste iba a crecer, se paso desde la idea en mente al prototipo y a darle forma al proyecto denominado BE VEGAN S.A.

### **Producto Mínimo Viable (MVP)**

El MVP es la versión mínima de un nuevo producto, e incluye las características básicas para satisfacer las necesidades de los clientes. (Sordo, 2021)

Be Vegan funciona con un modelo de negocios Business to Business (B2B), es decir, los clientes son dueños de restaurantes y directivos de las empresas que deseen certificar sus productos. La industria de la alimentación está reactivándose de a poco a raíz de los estragos de la pandemia de hace dos años, cada vez hay nuevos restaurantes y nuevos clientes, mismos que con el pasar de los años se vuelven más exigentes.

La diferencia principal entre el MVP y la investigación de mercado, es que con el primero ya se busca concretar una relación comercial real, sin embargo el segundo solo busca ver la opinión de los clientes acerca del producto.

Para la realización del Producto Mínimo Viable y testear de verdad con el público objetivo y su disposición a adquirir las certificaciones veganas se procedió a utilizar las siguientes herramientas:

**Mapeo.-** Se realizó un mapeo de restaurantes y empresas que dentro de su cartera de productos contengan artículos apto para veganos. Así mismo se identificó los clientes potenciales en la ciudad de Guayaquil para realizar el primer contacto vía email o vía telefónica para alcanzar ese primer contacto que es el más difícil.

**Primer contacto.-** Una vez los clientes potenciales fueron contactados, a los que estaban interesados se procedió con la agenda virtual o presencial, esto a gusto del cliente.

**Pitch de venta.-** En esta sesión se elaboró un brochure físico y digital con información de la empresa y los paquetes que VeBegan ofrece, para ir con ese material a la reunión con los clientes, ya no solo hablar como un proyecto universitario, sino como miembros de BeVegan y vender el producto.

Las preguntas y las reuniones con los clientes están evidenciadas en el anexo 3

**Redes Sociales.-** La creación de redes sociales cumplen con un rol fundamental en el negocio, ya que permite que el público conozca de la iniciativa, debido a eso se procedió a la creación de cuentas en Facebook, Instagram y Tik Tok. Cada uno de estos medios sube a sus plataformas constantemente contenido nuevo para generar expectativa por parte del público en general.

**Página Web.-** Una buena manera de aumentar el MVP es con interacciones reales, para eso se creó una landing page exclusiva de la empresa en donde personas interesadas en adquirir el producto pidan información siendo esta otra forma efectiva de llegar hacia ellos. Esta página web estará disponible todo el tiempo.

Link de la página web: <https://bevegan.my.canva.site/>

### **Comunidad digital**

Esta es la parte más importante del MVP. A pesar de que el producto va dirigido a los dueños de los locales a certificar, es muy importante generar expectativa por el

consumidor final. Con la comunidad digital que se creó en redes sociales se está generando que las personas veganas o que apoyen al veganismo realicen interacciones para que así se cree un movimiento que exija a los dueños de restaurantes y empresas a que Be Vegan es la solución a su problema, que con nuestro servicio ellos se sientan más seguros de consumir productos en los establecimientos, como también su proceso de compra sea rápido gracias a la certificación. La comunidad digital se encargará de informarse entre sí sobre los locales nuevos con certificaciones, generando un marketing social y que con el tiempo pase de ser una comunidad a ser un movimiento vegano gracias a Be Vegan.

## **Resultados del MVP**

### **Testeo del Modelo de Negocio**

Al presentar nuestro emprendimiento a los posibles clientes tuvo una acogida positiva, lo que demostró que es viable y a la vez rentable. Se visitó y se entrevistó a los siguientes restaurantes:

Giorgios Mediterranean Grill, La Casa del Tomahawk, En Serio es Vegano, Buggy Garden, Nebafit, La pepa de oro, Fruatabar y Kelao.

Los resultados fueron los esperados en donde resalta los siguientes:

- Durante la pandemia las personas cambiaron sus hábitos de alimentación. (Buggy Garden).
- Para el sector alimenticio siempre será un plus tener una certificación. ( En serio es Vegano)
- El precio por la certificación es asequible. (La casa del tomahawk)
- El servicio post venta aporta mejoras a futuro para ambas partes (Kelao)



- La comunidad vegana también se verá beneficiada de la certificación. (Giorgios Mediterranean Grill)
- La tendencia de consumo se estima que aumente en comparación con años anteriores (Nebafit).
- Es un negocio para el presente que se anticipa con las necesidades del futuro, con un precio seductible (La Pepa de Oro)
- EL veganismo no es un mercado actual rentable, pero me gusta la certificación por el plus para los negocios que la obtengan (Frutabar)

*Vease la evidencia de testeo en Anexos*

### **Caso de éxito**

Lo que dejó la etapa de Producto Mínimo Viable (MVP) fue muy positivo, dejando sensaciones alentadoras a las personas tetazas y al proyecto en general. Tanto así que a pesar de no estar constituidas oficialmente hubo un restaurante que quedó muy encantado con la certificación, ese es el caso de Buggy Garden que desde un inicio identificó que el servicio que se ofrece es una solución real a sus problemas actuales y a los que puedan surgir a futuro en cuanto a las exigencias del mercado vegano. Buggy está en reuniones constantes con International Vegan Certificate y en conjunto con todas las gerencias Be Vegan se está al tanto de todo lo que sucede con respecto a su certificación que va bien encaminada. Se tuvo con éxito la primera reunión e incluso el CEO del restaurante llenó el formulario para la obtención del presupuesto, Buggy Garden sigue con el proceso de certificación hasta la fecha de conclusión del documento.

## **Proyecto con el paso del tiempo**

Desde un inicio se tenía previsto la creación de una empresa que provea productos veganos terminados para el público objetivo, sin embargo, con la ayuda de los talleres la idea se moldeó. En una de las reuniones nos recomendó que no solo se podía abarcar con un producto, sino que se piense en grande, este feedback fue de mucha ayuda, ya que no solo se podía dar solución con un producto sino ser un ente superior, un negocio que regule a todos los productos veganos del mercado, y evidenciar la transparencia que muchas empresas dicen tener.

El pensar en algo superior hizo que se desviara por completo el negocio, pues al inicio el factor fuentes de ingreso hizo que Be Vegan no solo sea certificadora vegana, sino que sea una sedena de negocios donde funcione también un restaurante y una tienda pequeña con productos 100% veganos. Cuando dicha propuesta fue presentada los jurados acotaron que solo se debía centrar en un negocio y no se abarque más porque el modelo de negocio perdería su esencia.

Con el paso del tiempo se ideó a una certificadora vegana cuyo nombre inicial era VeganCorp con un convenio con la empresa V-Label quienes serían socios claves, todo marchó así hasta el taller financiero, pues los costos que se debían asumir en esta alianza eran excesivamente altos y esto hacía que muchos de los clientes no sean capaz de pagar lo que al inicio valía el servicio para ellos.

VeganCorp como se llamaba en ese momento divisó en International Vegan Certificate (IVC) una oportunidad de crecimiento e inmediatamente todo el equipo se puso en contacto con dicha entidad llegando a un acuerdo de partes lo que permitió hacer una

reingeniería del proyecto para adaptarse a los nuevos aliados. El precio final del servicio bajó considerablemente y esto hizo que exista mucho mercado más interesado en contratar el servicio pues a menor precio mayor es la demanda.

La propuesta de valor inicial era la exclusividad vegana, pues se partía de la premisa de “abarcar más que una certificación vegetariana”, con eso se quería evidenciar que todos los esfuerzos de la empresa era solo para los veganos. Sin embargo, en los comentarios del jurado siempre estuvo que dicha propuesta de valor estaba dirigida para el consumidor final y no para los dueños de los establecimientos. Ese fue un punto de inflexión importante, ya que al tomar en cuenta aquel consejo se pudo tener una mirada más concreta al cliente, pero sin dejar de lado el vegano individual. Otro consejo por parte del jurado era que al ser el mercado vegano un nicho reciente, muchas de las personas que practican este estilo de vida son jóvenes, entonces el nombre VeganCorp sonaba muy poco amigable, desde ahí el negocio pasó de llamarse así a ser BeVegan, un nombre más adecuado para el consumidor final.

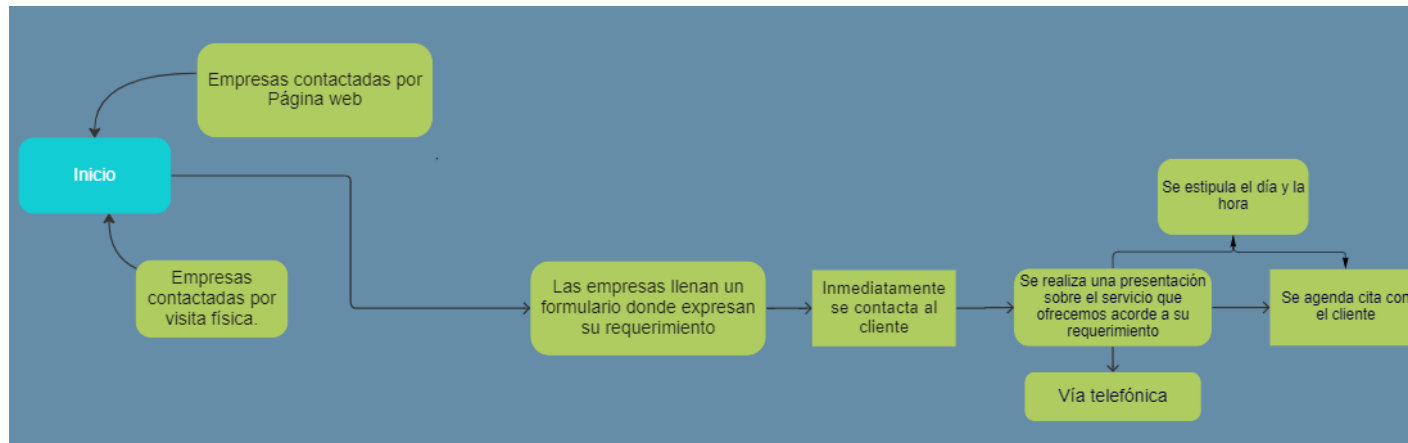
El tutor internacional fue la especialista en estrategias de comunicación y marketing mixtas Adriana Vargas la cual con su experiencia en el campo de estrategias supo brindar su otro enfoque el cual nuestro proyecto tenía que ver la viabilidad del mismo. Se llegó a la etapa de las mentorías internacionales con un proyecto moldeado y dirigido hacia su real target, pero ahora no se hacían esfuerzos con el consumidor final, pues se pensaba que al ellos no adquirir el servicio no podían ser de ayuda para BeVegan. En la etapa de mentoría internacional se recomendó el hacer que ese público sea un socio clave, llegar primero a ellos. Debido a eso se decidió con la creación de una comunidad digital en redes sociales para que de esta manera antes de llegar a nuestros clientes debemos de llegar a los suyos

directamente creándose una necesidad, hacer que ellos exijan que BeVegan entre en funcionamiento lo más pronto posible, que se comente mucho sobre nuestra iniciativa para que cuando se empiece a funcionar el público vegano vea en el negocio la solución a sus problemas alimenticios.

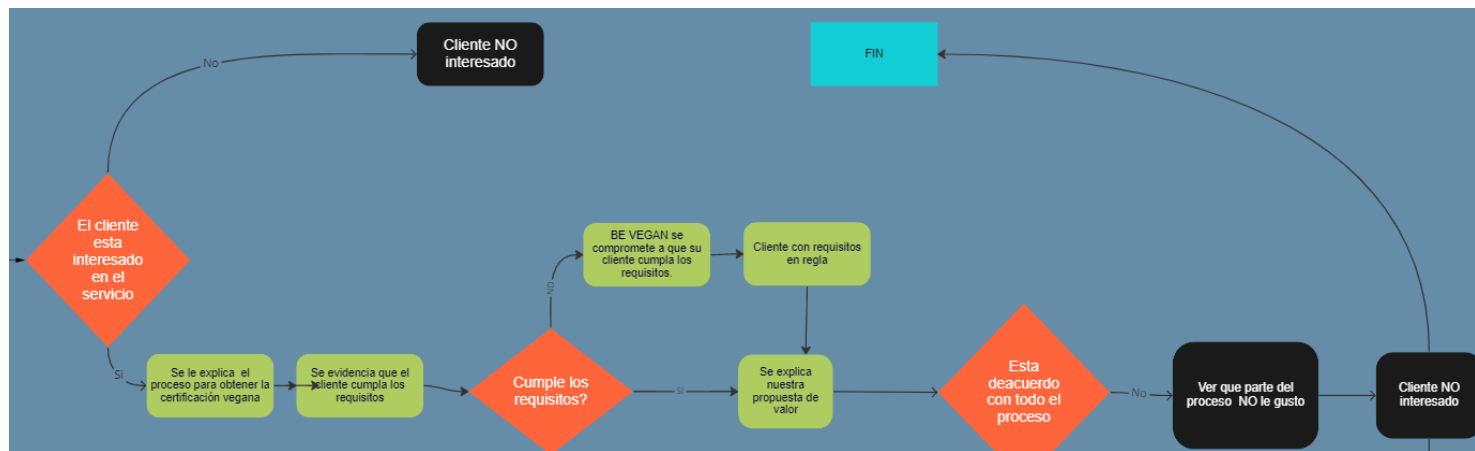
### **Proceso de producción/ prestación del servicio**

A continuación se detalla el proceso de producción total de Be Vegan, cada recalcar que el proceso es el mismo en caso de restaurantes y empresas, para visualizar de una manera total el proceso visite la siguiente dirección.

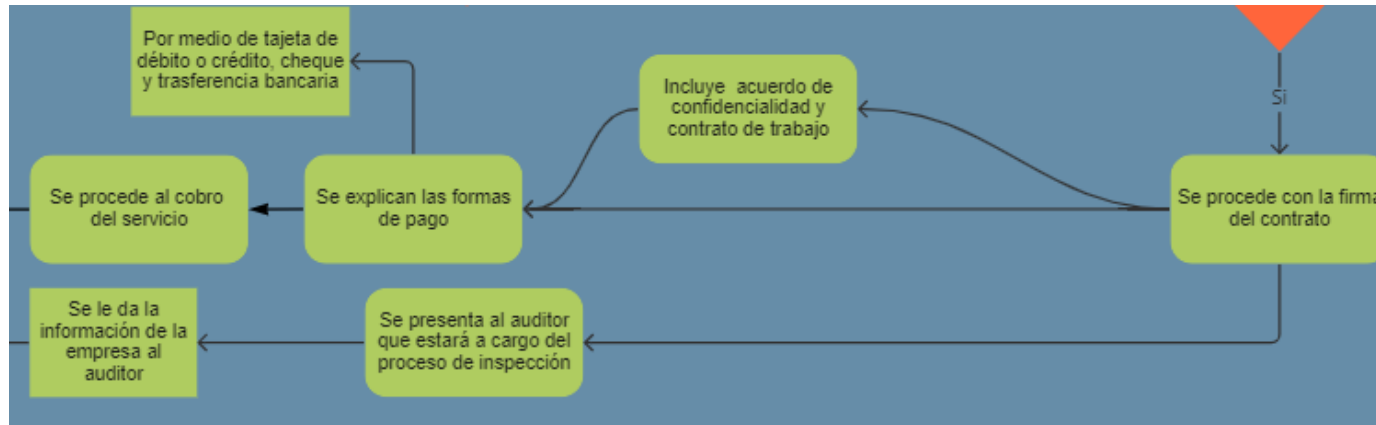
<https://miro.com/app/board/uXjVOqhy2mM=/>



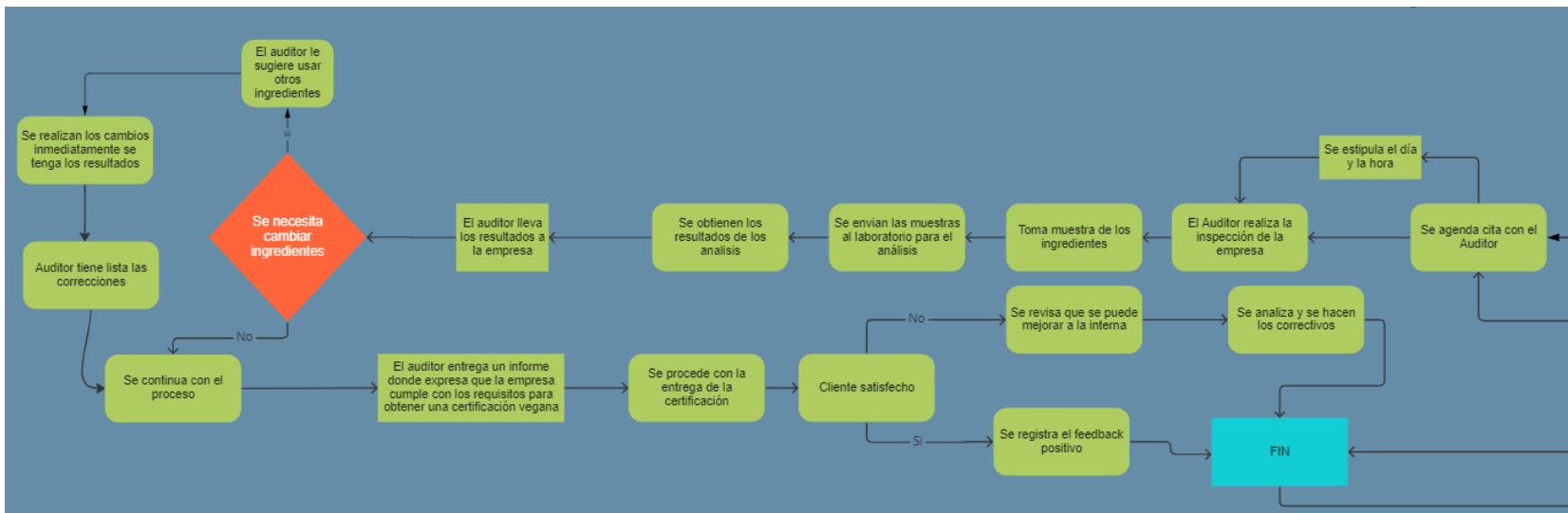
**Gráfico 2:** Proceso de inicio y previo a la primera cita



**Gráfico 3:** Proceso de presentación y presentación de la empresa



**Gráfico 4:** Proceso una vez firmado contratos y hecho el cobro total del servicio, previo a agendar cita para auditorías físicas al local o empresa



**Gráfico 5:** Proceso una vez obtenido los resultados, correcciones en caso de hacerlas y entrega de certificado

## **Determinación de la capacidad productiva**

La capacidad productiva se medirá tomando en cuenta la proyección de demanda mensual y anual dependiendo los tipos de certificaciones, ya que no es un servicio en masa sino especificado que debe tener exclusividad para cada cliente.

### **Apto Vegano**

Para los restaurantes que en su totalidad ofrecen platos veganos, se tiene previsto certificar seis en el año, este dato dividido para el número de meses da como resultado 0,5; quiere decir que por cada dos meses en esta categoría se tiene previsto una sola venta. Sin embargo BeVegan será capaz de ofertar 2 certificaciones de este tipo por mes, un total de 24 por año, y en el caso de la demanda crezca la empresa será capaz de responder a su clientela.

### **Vegan Friendly**

En el caso de restaurantes que ofrecen platos la demanda es mayor, así mismo la oferta. Se tiene previsto para el primer captar a veinte restaurantes, un promedio de 1,66 mensual. Para ello BeVegan será capaz de ofertar una cantidad de 4 certificaciones Vegan Friendly mensuales y un total de 48 anuales, dejando una cantidad por si la demanda es mayor a la prevista

### **Productos**

En el caso de empresas que certifiquen sus productos, la demanda es de cuatro anuales, con un promedio de uno cada tres meses, sin embargo lo que BeVegan esta

capactado a ofrecer es de una certificación por mes, es decir, 12 al año, de esta manera hay capacidad de reacción ante una demanda mayor futura.

### Capacidad productiva total

En el caso de las certificaciones a restaurantes Vegan Friendly y Apto Vegano la capacidad máxima para producir en el año es de 72 restaurantes, mientras que en las empresas es de 12.

**Tabla 8: Capacidad productiva total**

CAPACIDAD PRODUCTIVA TOTAL													
RESTAURANTES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
APTO VEGANO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
VEGAN FRIENDLY	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
EMPRESAS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	
SELLO ABP	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
									TOTAL RESTAURANTES		72		
									TOTAL EMPRESAS		12		

La capacidad de producción es proporcional a la demanda, eso quiere decir que con el paso del tiempo hay mayor demanda, BeVegan será capaz de ofrecer más certificaciones por tiempo determinado.

Fuente: Elaboración propia

### Ubicación del Proyecto

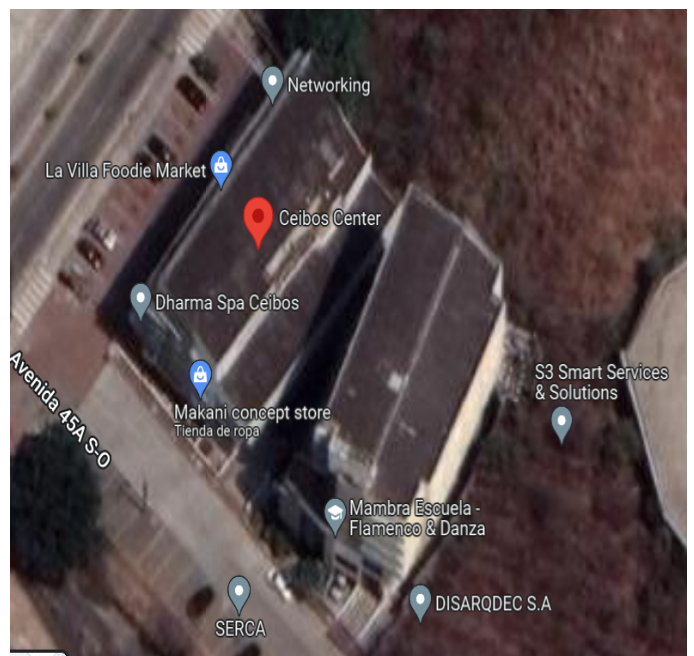
Para la selección del lugar idoneo en donde Bevegan operará, se tomo en cuenta los siguientes aspectos:

- Que el lugar sea de fácil acceso, es decir que cada uno de los socios pueda arribar sin mayor inconveniente.



- Que a su alrededor haya oficinas de otras empresas para que sirva como motivación y que se perciba un ambiente laboral.
- Que el lugar cuente ya con servicios básicos que se cubren con las mensualidades.
- Que el departamento sea justo en cuanto a precio, espacio y tiempo.

**Imagen 13: Ubicación de las oficinas**



Una vez cumplido con estos puntos se determina que las oficinas físicas de BeVegan están ubicadas en el Edificio Ceibos Center, km 7 vía a la Costa. Es un lugar muy comercial donde se encuentran muchas oficinas de empresas.

Foto tomada de: google maps

<https://www.google.com/maps/search/edificio+ceibos+center/@-2.1667564,-79.9445971,202m/data=!3m1!1e3>

## **Costos**

### **Terreno y Obras Civiles**

BeVegan no cuenta con terrenos propios, debido a que el proceso de certificación se lo realizará conjunto a personal de IVC, gracias al convenio que se tiene con dicha empresa uno de los beneficios es el bajo costo unitario de certificación, misma cuyo costo es de \$50 en caso de restaurantes y \$90 en caso de los productos.

También forma parte de de los costos a considerar el arriendo de las oficinas que su valor es de \$300 mensual.

### **Equipos y Maquinarias**

Los costos que Be Vegan tiene en equipos son por equipos de oficina en donde se va a proceder a la compra de tres computadores de escritorio marca HP con un costo en el mercado de \$390 cada uno, dando como resultado \$1170 en este rúbro.

### **Muebles y Enseres**

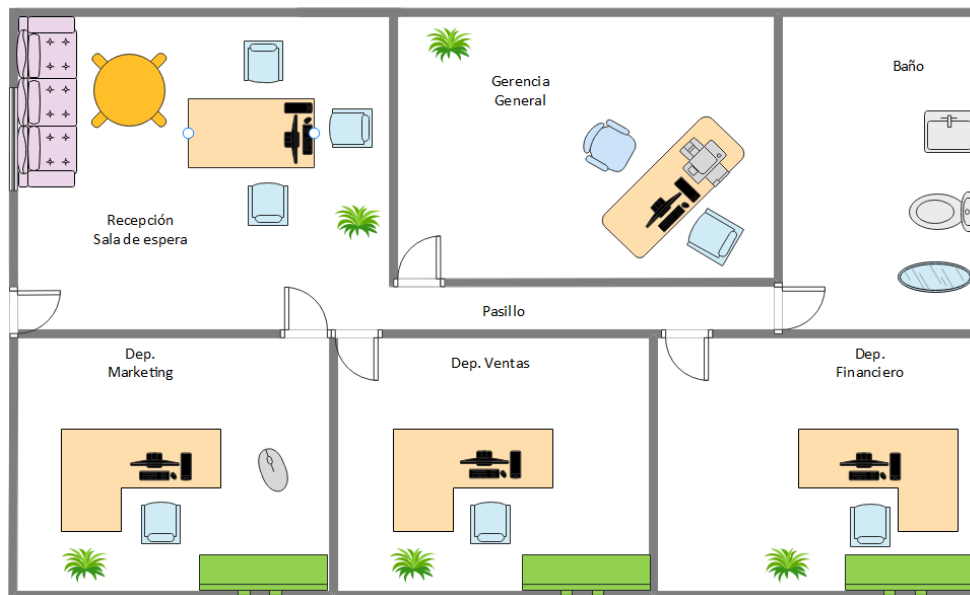
El valor adicional por concepto de muebles y enseres será por la compra de tres sillas ergonómicas giratorias y de altura regulable marca Mueblecom con un costo en el mercado de \$75 cada una, una inversión total de \$225. Así mismo se destinará una cantidad de \$50 para la compra de materiales de oficina varios, como bolígrafos, hojas A4, carpetas, etc. Un total de \$275 por concepto de Muebles y Enseres.

## Materias primas/ Materiales e insumos

Las oficinas y el material que se va a invertir para el funcionamiento de la misma, son la materia prima de Be Vegan S.A.

### Diseño arquitectónico

**Imagen 14: Diseño interno de oficinas**



Fuente: Elaboración propia.

La oficina en la cual BeVegan funciona es adquirida por medio de alquiler, la infraestructura ya viene establecida, así mismo el alquiler trae consigo beneficios como, cinco sillas, cinco mesas, acceso a net y un baño, esto sumado a la compra de los artículos detallados en costos hacen que el diseño arquitectónico sea el siguiente:

1. La recepción y sala de espera donde se atiende al personal que asiste en busca de información.
2. Oficina de la gerencia general, en donde el CEO realiza sus actividades.

3. Departamento de Marketing para la creación estrategias de mejora en la empresa
4. Departamento de ventas, en donde se comunican con los clientes
5. Departamento financiero para la optimización de recursos monetarios.
6. Baño para el personal y visitantes.

Además de un pasillo, en donde cada departamento tiene sus propios materiales de oficina que también están evidenciados en el diseño arquitectónico.

### **Vida Útil del Proyecto**

La vida útil del proyecto está estimada en un tiempo mínimo de cinco años a partir de su creación debido a dos factores importantes.

1. El contrato de arriendo se hará por un tiempo inicial de cinco años con opción de renovación
2. Porque en la proyección de ventas se evidencia que el negocio va a estar funcionando dicha cantidad de tiempo como mínimo.

BeVegan está pensado para tener resultados a mediano plazo, el tiempo mínimo de vida útil es de cinco años, pero si se es exitoso puede ser que este proyecto sea viable y rentable con el pasar de los años.

## **Estudio Legal**

La parte legal es muy importante, ya que es el primer paso para poner en marcha el negocio. BeVegan funcionará como Sociedad Anónima con el nombre de BEVEGAN S.A. con un total de 6 socios, donde cada uno contiene acciones en igual proporción.

### **Mapeo de elementos que componen los aspectos claves del negocio**

## **Marca**

La creación de una marca es importante, ya que al momento de registrarla se da por escrito de que no puede existir ninguna otra marca de igual nombre en la categoría.

## **Confidencialidad**

El contrato es una de las dimensiones de la formalización laboral y del trabajo decente ya que estipula no solo las obligaciones y deberes del trabajador, sino también sus derechos. (Telégrafo, 2016). Se manejan contratos laborales y de confidencialidad, de manera que por escrito los colaboradores de la empresa no puedan divulgar información a ni una persona con respecto a los datos que se proporcionan.

## **Gestión Legal**

La empresa no contará con departamento legal, pero sí con un abogado el cual estará subcontratado las veces que sean necesarias.

## Propiedad intelectual

### Registro Único Contribuyente (RUC)

El primer paso para la creación de cualquier negocio es obtener un Registro Único Contribuyente, En el RUC se podrá verificar el régimen al que la empresa pertenece, si está obligado o no a llevar contabilidad y las obligaciones tributarias a cumplir. El proceso de inscripción es gratuito, solo se debe cumplir con una serie de requisitos para obtenerlo. En el caso de Sociedades Anónimas

*Véase los pasos a seguir para la creación de un RUC en Anexos*

### Inscripción como Sociedad Anónima

El nombre total de la sociedad anónima es BEVEGAN S.A, debido a que al inicio serán seis los socios pero en un futuro seguirán aumentando, para hacer la inscripción de dicha empresa como Sociedad Anónima. El capital está dividido en acciones, en la que sus socios no responden personalmente de las deudas de la sociedad.

**Tabla 9: Costos totales de compañía anónima**

Costos a Cancelar	
Por concepto de:	
Compañía Anónima	800
Notaría Pública	300
Nombramiento de presidente y gerente	50
Registro Mercantil	25
Total	1175

El costo total para la constitución de una sociedad anónima es de \$1175

Fuente: Elaboración propia

*Véase los pasos a seguir para la creación de una Sociedad Anónima en Anexos*

## Marca y Slogan

BEVEGAN S.A al ser la primera empresa certificadora en el Ecuador debe de protegerse bajo el punto de vista legal haciendo la previa inscripción al SENADI quien es el organismo competente para que así solo sea de uso propio, forjando la identidad corporativa y comercializar todo lo que gira en torno de la misma.

Cómo paso primordial para la inscripción de BeVegan es hacer una búsqueda fonética que ayudará a detectar si hay alguna empresa bajo el mismo nombre, en caso de haber no debe pertenecer a la misma categoría, en este caso de certificadora en alimentos. Luego se procede al pago único por la solicitud de registro de marca. La protección de la marca tiene una duración de 10 años, sin embargo su renovación está disponible seis meses antes del plazo mencionado.

En el caso del slogan de Be Vegan se debe cancelar un valor total \$208 por concepto de inscripción de lema comercial. Tendrá una vigencia de 10 años y renovación disponible seis meses antes y después de su vencimiento.

**Tabla 10: Costo total de registro de marca y slogan**

Costos a Cancelar	
Por concepto de:	
Solicitud de registro de lema comercial	208
Búsqueda fonética	16
Solicitud de registro de marca	208
Total	432

El costo total del slogan de Be Vegan es de \$432

Fuente: Elaboración propia

Véase los pasos a seguir para el registro de marca en Anexos

## **Contratos.**

Un contrato de trabajo es un acuerdo entre un trabajador y su empleador en donde el primero se compromete a llevar a cabo determinadas tareas y a seguir las instrucciones del segundo. Esto, a cambio de una determinada retribución. (Roldán, 2022)

Los contratos que se utilizarán son los siguientes:

### **Con accionistas**

Contrato de Sociedad por acciones simplificadas, de manera que quede estipulado por escrito la constitución de una sociedad por parte de una o varias persona naturales y jurídicas

### **Con empleados**

Debido a la situación del país que ha mejorado por el tema de la pandemia el modelo de negocio la contratación de de servicios del personal se lo hará por medio de contratos indefinidos a excepción del abogado de la empresa a quién se lo contratará por medio de contrato por obra o servicio.

### **Contrato de Confidencialidad**

Se tiene previsto que al momento de brindar asesorías se haga bajo contratos de confidencialidad notariados en donde el principal fin es que toda información que llegue a BeVegan por parte de las empresas que trabajen con nosotros sea totalmente confidencial,



para protegernos de posibles demandas. Según lo dictaminado en los acuerdos de confidencialidad.

Tanto el acuerdo de confidencialidad (acd) como el acuerdo de no divulgación (en inglés *non-disclosure agreement* o nda) deben constar por escrito y son aquellos que restringen la publicidad de la información compartida por las partes y el negocio jurídico, restringen la difusión de la información que se encuentra contenida en el documento, restringen el uso público de dicha información.(Derecho Ecuador, 2020).

También tomar en cuenta el principio de acceso a la información, este principio rige a entidades públicas que manejan información de interés general. Se encuentra tipificado en el Art. 91 de la Constitución de la República del Ecuador, en la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso A La Información Pública y en la Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Constitucional.

Este principio es un derecho humano desde el punto de vista de los artículos 18 y 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, adoptada el 10 de diciembre de 1948; del artículo 13 de la convención Americana sobre Derecho Humanos, ratificada el 8 de diciembre de 1977; del artículo 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, ratificado el 6 de marzo de 1969; y, del principio dos de la Declaración de Chapultepec por la Libertad de Expresión y de Prensa, adoptada el 15 de septiembre de 2015. (Briones, A. 2021).

### **Aspectos legales relacionados a comercio electrónico en el modelo de negocio**

BEVEGAN S.A contará con una página web en Internet misma que será uno de los principales medios en los cuáles un cliente interesado se contacte con la empresa para

iniciar con el respectivo proceso de certificación vegana. Así mismo, usaremos redes sociales para promocionar y comunicarnos con nuestra comunidad digital.

Tanto la página web, las cuentas bancarias y las redes sociales al ser medios digitales deben de regirse a las normativas competentes que emite la Ley de Comercio Electrónico, en base a las herramientas antes mencionadas se detallan a continuación:

Uno de los datos que se pedirá al cliente en la página web o mediante redes sociales serán personales del titular de la empresa a certificar necesarios para agendar una reunión posterior ya sea de manera presencial, telefónica o por una sesión de videollamada en dónde se procederá con el inicio del flujo de procesos según su interés. Posterior a la cita se le solicitará al cliente rellenar un formulario sobre las actividades de su empresa e información relevante para detectar si su negocio aplica a tener una certificación vegana.

Para ello y según lo establecido por la Ley de Comercio Electrónico debemos de tomar en cuenta lo dictaminado en el Título I DE LOS MENSAJES DE DATOS Capítulo I PRINCIPIOS GENERALES , Artículos desde el 2 al 12 en dónde señala la regulación de todo mensajes que ambas partes comparten, en este caso nuestros clientes y la página web. (Comercio Electrónico, 2002)

Otro medio digital que será parte de nuestro negocio son las cuentas bancarias que serán la única vía que tendremos para cobrar los ingresos económicos, ya que no trabajaremos por el momento con el pago en efectivo.

Para este proceso la misma ley de Comercio Electrónico en su Título III de los servicios electrónicos, la contratación electrónica y telemática, Capítulo I DE LOS

SERVICIOS ELECTRÓNICOS en el artículo 44 explica sobre el cumplimiento de formalidades y señala que cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicios, que se realice con mensajes de datos, a través de redes electrónicas, se someterá a los requisitos y solemnidades establecidos en la ley que las rija, en todo lo que fuere aplicable, y tendrá el mismo valor y los mismos efectos jurídicos que los señalados en dicha ley. (Comercio Electrónico, 2002)

Be Vegan por el momento no va a requerir de la constitución de una firma electrónica, debido a que una de las políticas más fuertes del negocio es generar cercanía y confianza al cliente, por ello todos los contratos y demás acciones que requieran una firma se realizarán físicamente. Por último, todo dato que es compartido online es de suma confidencialidad y no puede ser expuesto, esto va acorde con lo que estipula la LEY ORGÁNICA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES en el Cap VI seguridad de datos personales desde el art. 35 al 46. Telecomunicaciones (2021).

**Permisos, certificaciones, licencias u otros que requiera el negocio para inicio y mantenimiento.**

Cumplimiento la norma internacional ISO 23662:2021 que establece definiciones y criterios técnicos para alimentos y materias primas veganas. Garantizamos que se cumplan los protocolos establecidos y las normas internacionales. El organismo de certificación Standard Lift es implementador ISO, miembro de International Chamber of Commerce (ICC) y cuenta con la Membresía IRAM N°5493. Incumbencias en el cumplimiento de la Ley de Seguridad e Higiene 19.587 junto a sus decretos reglamentarios. Recientemente

Standard Lift fue admitido en el Convenio De La Haya y Apostille 120 Países Miembros.  
(IVC, 2021)

Previo a la apertura de las actividades BeVegan está obligada a la obtención de varios tipos de documentos que acrediten que puede comenzar a operar en la ciudad de Guayaquil y éstos permisos son:

- Uso y Ocupación de Suelo (ICUS)
- Sanidad
- Prevención de incendios
- Publicidad exterior (Rótulo)
- Ambiental
- Ministerio del Interior (Intendencia de Policía), por convenio de cooperación

*Véase los pasos de obtención de los permisos en Anexos*

### **Declaración de impuestos**

La declaración de impuestos, es el informe que se presenta ante el Sistema Nacional de Rentas Internas (SRI) donde se exponen todos los ingresos, retenciones y gastos presentados en un año fiscal de una persona; este proceso da cuenta, por medio de los montos, si la persona está obligada o no, a pagar porcentaje como tributo a la nación.

### **Los impuestos que deben de declarar la empresa:**

## **Impuesto a la Renta**

El impuesto a la renta sustrae el 25% de tus impuestos gravables. Recuerda que puedes sustraer el 10% de este impuesto en tu tarifa general al reinvertir las utilidades de tu negocio.

## **Impuesto al Valor Agregado (IVA)**

Este impuesto se aplica en todos tus comprobantes de venta, aplicando un 12% del valor final del producto que desees vender o adquirir.

## **Impuestos sobre las Sociedades**

En caso de ser una sociedad, debes sustraer el 22% de tus ingresos mundiales a este impuesto. Al igual que el impuesto a la renta, el impuesto sobre sociedades puede ser reducido en caso de contar con un personal tanto a personas de la tercera edad como a personas con discapacidad.

## **Impuesto Sobre Propiedad o Predial**

En esencia, este impuesto aplica a todas las bienes raíces, sean rústicos o urbanos, y su valor se calcula acorde a la base del avalúo del lote y la construcción. Los valores en zonas urbanas se aproximan entre el 0,25% por mil del avalúo, y el 5% por mil del avalúo.

## **Impuesto Municipal sobre Activos Totales**

Este impuesto municipal aplica a un 0,15% de los activos totales de tu empresa, utilizando tu estado financiero del año fiscal anterior para deducir este impuesto.

## **Conclusiones y Recomendaciones**

### **Conclusiones**

Una vez descrito el proyecto desde un punto de vista técnico se procede a la generación de conclusiones y recomendaciones desde un punto de vista completo.

El proyecto BeVegan es viable y rentable porque así lo evidencian los datos de la gerencia financiera, sin embargo, el precio final es muy sensible a la alza de sueldos de personal, cómo también a la contratación de nuevos empleados.

Los productos que ofrece BeVegan a sus clientes son una solución real para una problemática que existe actualmente no solo en la ciudad de Guayaquil sino a nivel nacional.

Los productos han sido diseñados para brindar seguridad y ahorrarle tiempo al cliente en su proceso de compra, esto también complementado a que será una nueva experiencia y la certificación pasará de ser una característica de BeVegan a ser un factor determinante a la elección de consumo.

El nuevo estilo de vida de comer saludable y preocuparse por la alimentación no solamente se refleja en el servicio a vender, sino también en las obras sociales por parte de la Responsabilidad Social Empresarial dirigida a dichas personas. Es gratificante saber que se está colaborando también con el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Este modelo de negocio quizá en un corto plazo no rinda los frutos esperados, pero la clave está en ser paciente. Las proyecciones de ventas y la demanda que en un futuro seguirá creciendo permitirá que este proyecto esté presente a lo largo del tiempo. La gerencia de marketing se ha encargado de que muchas personas conozcan más de BeVegan, y que se unan a la causa, como clientes o como miembros de la comunidad digital. Las

exigencias de los consumidores en el futuro serán más fuertes que las actuales y la alimentación saludable es clave.

Este proyecto no fuera una realidad sin la gerencia de Design Thinking, sin este proceso es evidente que las certificaciones veganas no se pasarán por la mente. Además este proceso no termina con el testeado, sino que permite acceder a nuevos hallazgos que ayuden como oportunidades de mejora, que seguramente se aplicarán para que así siempre se entregue un producto de calidad a los clientes.

Este modelo de negocio muestra que no solo se puede trabajar en el país, sino que también se puede tener una mirada internacional, esto da más peso. Esto se puede evidenciar en el caso de éxito, pues a pesar de no estar aún constituidos, la problemática real que existe a hecho que ya un restaurante este en contacto con IVC.

Las certificaciones veganas tienen una proyección a futuro muy prometedoras, en otros países de la región se están implementando y es solo cuestión de tiempo de que el Ecuador empiece a tener una empresa ecuatoriana que sea capaz de emitir certificaciones a empresas del país. Sería un grato placer de que esa empresa ecuatoriana antes de ser una realidad haya sido parte del proceso de titulación en el área de modelo de negocios de la Universidad Casa Grande.

## **Reflexión**

Uno de los principales problemas con los que se tuvo que lidiar en casi todo el proyecto era la parte económica, pues desde un inicio se tuvo en cuenta que el estilo de vida vegana en el país aún está empezando y que el nicho de mercado era muy pequeño, de hecho conforme vino formándose el proyecto se demostró con hechos que así era.

Una postura inicial era el hecho de no ser conformista y siempre apuntar a lo superior,

de esta manera se acudió a la generación de ingresos por diversos medios para que de esta manera se compruebe con números que el proyecto es viable. Así fue como todas las gerencias empezaron a tener complicaciones y no se sabía con certeza hacia dónde se tenía que dirigir el negocio.

El querer obtener más ingresos de diferentes maneras hizo que el proyecto se tornará indeciso y confuso, por ello es que todo en exceso es malo, es preferible hacer una actividad bien hecha porque se ha dirigido todos los esfuerzos hacia aquello que a tener muchas por hacer y que se queden inconclusas por la sobreinformación.

Una de las ventajas que a su vez desde otro punto de vista es una desventaja es que éste modelo de negocio nunca ha sido implementado en el país, y que no hay registro exacto de las personas veganas de la ciudad. Por esta razón la parte de investigación de mercado se la tuvo que elaborar. La información que hay respecto al veganismo es casi nula, como se mencionaba anteriormente es una ventaja porque al ser los pioneros en tratar este tema se nos dará los créditos y seremos ese punto de partida para que a futuro este tema se investigue más. Tal como lo dice la ley del liderazgo que es la primera de las 22 leyes inmutables del Marketing “Es mejor ser el primero que el mejor”.



## Referencias Bibliográficas

*empatía* | *Definición* | *Diccionario de la lengua española* | *RAE - ASALE*. (2015).

Diccionario de la lengua española. Retrieved November 13, 2022, from

<https://dle.rae.es/empat%C3%ADa?m=form>

Barranzuela, I. N., & Guzmán, C. (2020). *Emprendedor: ¿Sabes qué son los*

*aspectos técnicos de un producto?* PQS. Retrieved November 13, 2022, from

<https://pqs.pe/emprendimiento/que-se-entiende-por-aspectos-tecnicos-de-un-producto/>

Maqueda, C. (2019). *La importancia de la propuesta de valor : aplicación a una*

*Empresa Social*. DSpace Principal. Retrieved November 13, 2022, from

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/4546>

*Voy a emprender mi negocio - intersri*. (2017). Servicio de Rentas Internas.

Retrieved November 13, 2022, from

<https://www.sri.gob.ec/voy-a-emprender-mi-negocio>

Roldán, P. N. (2018). *Contrato de trabajo - Definición, qué es y concepto*.

Economipedia. Retrieved November 13, 2022, from

<https://economipedia.com/definiciones/contrato-de-trabajo.html>

## Anexos

### Anexo 9: Proceso de constitución de una Sociedad Anónima

1. Reservar el nombre de la empresa ante la Superintendencia de Compañías
2. Elaboración de Minuta de la escritura de constitución y del nombramiento firmado por un abogado.

3. Apertura de una Cuenta de Integración de Capital en un banco y su respectivo certificado bancario.
4. Trámite de aprobación e inscripción de la escritura en el Registro Mercantil con el nombramiento del Representante Legal.
5. Notificación y obtención en la Superintendencia de Compañías de la nómina de accionistas, Certificado de Cumplimiento de Obligaciones y Número de Expediente.
6. Obtención del Registro Único de Contribuyentes ante el SRI.
7. Elaboración de Libro de Acciones y Accionistas y títulos de acciones con sus respectivos talonarios.

Los documentos e información para realizar el trámite ante la Superintendencia de Compañías son:

- A.- Copia a color de cédula y votación, y/o pasaporte actualizado de los accionistas.
- B.- Copia de cédula y votación, y/o pasaporte del representante legal (puede ser uno de los accionistas).
- C- Distribución del paquete accionario.
- D.- Copia de planilla de servicios básicos con la dirección fiscal.
- E.- Borrador de la actividad principal de la compañía.

## **Anexo 10: Requisitos de Permisos de Funcionamiento**

Procedimiento para realizar el trámite en línea:

1. Ingresar a la página web: [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)
2. Ingresar a SRI en línea
3. Ingresar número de identificación y clave
4. Escoger la opción inscripción
5. Aceptar términos y condiciones
6. Ingresar información general del contribuyente
7. Ingresar medios de contacto
8. Ingresar dirección de domicilio
9. Ingresar dirección del establecimiento matriz
10. Ingresar actividades económicas
11. Ingresar actividad económica principal
12. Resumen información ingresada
13. Confirmación de inscripción de RUC

## **Anexo 11: Permisos técnicos de funcionamiento.**

### **Uso y Ocupación de Suelo (ICUS)**

- Formulario único de solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE, debidamente lleno y suscrito por el representante legal
- Copia del RUC
- Copia de cédula o pasaporte y certificado de votación del representante legal de la persona jurídica
- Copia del nombramiento del representante legal
- Copia de los estatutos debidamente inscritos en el Registro Mercantil

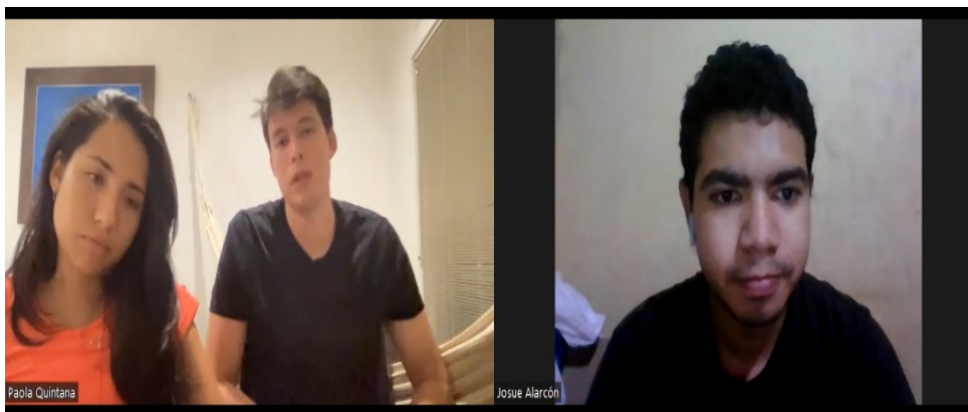
### **Sanidad**

- Formulario de solicitud llenado y suscrito por el propietario.

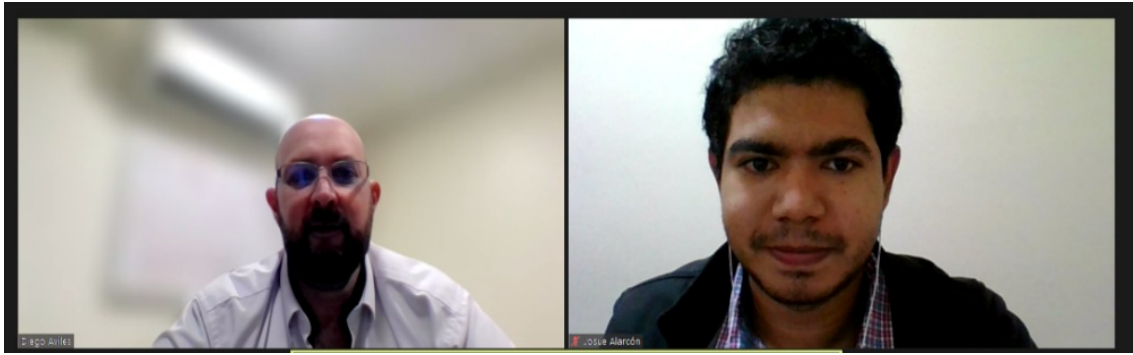
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de identidad del propietario o representante legal.
- Documentos que acrediten la persona Jurídica.
- Copia del título del profesional de salud responsable del establecimiento, el cual deberá estar registrado en el Ministerio de Salud.
- Plano topográfico.
- Croquis de ubicación.
- Permiso otorgado por los Bomberos.
- Copia de los certificados ocupacionales de salud del personal que laboral

## **Anexo 12: Evidencias de reuniones con dueños de restaurantes**

### Empresa Kelao



### Empresa En serio es Vegano



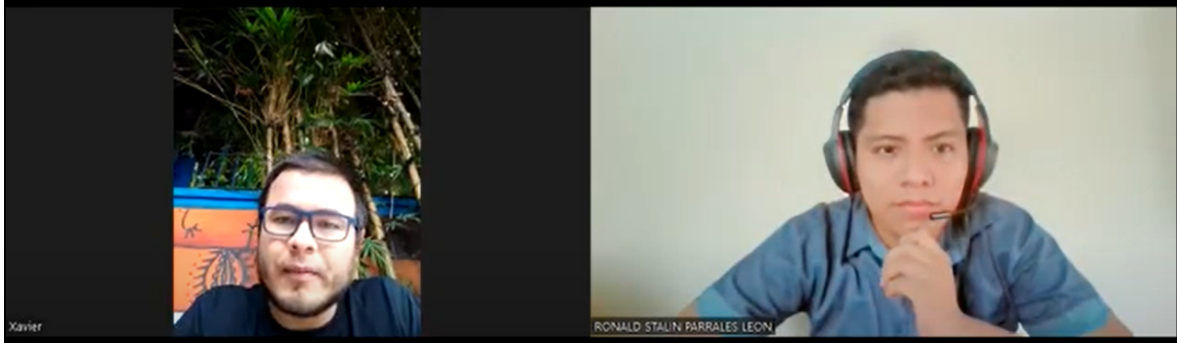
Empresa Buggy Garden



Reuniones con nuestros aliados estratégicos International Vegan Certificate (IVC)



Frutabar Restaurante



## La Pepa de Oro

