

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y GESTION AMBIENTAL**

ESCUELA DE GASTRONOMÍA



**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA EN GASTRONOMÍA**

TEMA

**ELABORACIÓN DE PASTELES PARA PERSONAS
INTOLERANTES A LA LACTOSA EN LA PROVINCIA DE
PICHINCHA CANTÓN RUMIÑAHUI PARROQUIA SANGOLQUÍ
BARRIO UNIÓN Y PROGRESO**

AUTORA

ADRIANA LIZETH SANTACRUZ RAMOS

TUTOR

Ing. PABLO ANALUISA MSc.

QUITO – ECUADOR

2020

CERTIFICACIÓN DE AUTOR

Yo, Adriana Lizeth Santacruz Ramos, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mí autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y, que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, sin restricción de ningún género o especial.

Adriana Lizeth Santacruz Ramos

CI. 1723611735

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a mi Madre que siempre me ha brindado su amor y apoyo incondicional para cumplir todas las metas que me he trazado en la vida. Siempre me ha apoyado en todas mis decisiones y fue mi inspiración en la tesis.

DEDICATORIA

Es un trabajo que lo he realizado con la guía de algunas personas. Especialmente dedico esta tesis a mi amada madre Amelia por su infinito apoyo que me ha brindado para cumplir todas mis metas para ser un gran profesional. Y a las diferentes personas que de una u otra manera me ayudaron en el proyecto.

RESUMEN

El presente proyecto de titulación tiene como propósito principal dar a conocer todo sobre la lactosa mediante una investigación sobre que es la intolerancia a la lactosa, los tipos que existen, síntomas y como las personas pueden tener un mejor estilo de vida por productos sin lactosa.

Fue elaborado a través de una investigación bibliográfica, una entrevista y una encuesta; realizada a expertos de la salud y de igual manera Chefs expertos relacionados con el tema. De esta manera se recolecto datos y se llegó a conclusiones que fueron necesarias para la elaboración de un recetario guía, que puede ser una opción de un proceso a seguir para la creación de un producto culinario libre de productos lácteos.

Finalmente con los resultados obtenidos, se desarrolló pasteles que en su composición no contenga de ninguna manera productos lácteos, sustituyéndolos con diferentes tipos de leches y mantequillas vegetales, de esa forma respondiendo a las necesidades nutricionales de nuestro público objetivo, que son las personas que padecen intolerancia a la lactosa de cualquier grado. Ofreciendo un mejor estilo de vida.

ABSTRACT

The main purpose of this titling project is to make everything about lactose known through an investigation into what lactose intolerance is, the types that exist, symptoms and how people can have a better lifestyle due to lactose-free products.

It was prepared through bibliographic research, an interview, and a survey; made to health experts and likewise expert chefs related to the subject. In this way, data was collected and conclusions were reached that were necessary for the preparation of a guidebook, which may be an option of a process to follow for the creation of a culinary product free of dairy products.

Finally, with the results obtained, cakes were developed that in their composition do not contain dairy products in any way, replacing them with different types of milk and vegetable butters, thus responding to the nutritional needs of our target audience, who are people who suffer from lactose intolerance of any degree. Offering a better lifestyle.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DE AUTOR	II
CERTIFICACIÓN DE TUTOR	III
AGRADECIMIENTO	IV
DEDICATORIA	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT.....	VII
1 Introducción.....	1
1.1 Descripción del Problema	1
1.2 Planteamiento del Problema.....	1
2 Contextualización	2
2.1 Macro	2
2.2 Meso.....	3
2.3 Micro	3
3 Árbol de problemas	6
3.1 Análisis crítico del problema	6
4 Delimitación de la investigación	7
5 Importancia.....	7
5.1 Antecedentes	7
5.2 Justificación.....	7
6 Objetivos.....	8
6.1 General	8
6.2 Específicos	8
7 Marco de Referencia.....	9
7.1 Marco teórico	9

7.2	Marco conceptual	10
7.2.1	Lactosa	10
7.2.2	Lactasa	10
7.2.3	Intolerancia a la lactosa.....	11
7.2.4	Productos sustitutos sin lactosa.....	11
8	Metodología.....	12
8.1	Metodología de Investigación	12
	Para cumplir con los objetivos propuestos se utilizara la siguiente metodología..	12
8.1.1	Descriptivo.....	12
8.1.2	Experimental.....	12
8.2	Técnica de Investigación.....	13
8.2.1	Concepto	13
8.2.2	Técnicas	13
CAPITULO I	13
1	Generalidades	13
1.1	Historia de la intolerancia a la lactosa.....	13
1.2	Diagrama de causa y efecto de la intolerancia	14
1.3	Alergia a la leche e intolerancia a la lactosa	15
1.3.1	Intolerancia alimentaria	15
1.3.2	Causa de la intolerancia a la lactosa	15
1.4	Estructura química.....	16
1.5	Intolerancia en recién nacidos y niños	16
1.6	Intolerancia en personas adultas y adulto mayor	17
1.7	Diagnóstico de la intolerancia	18
1.8	Síntomas y tratamiento de la intolerancia a la lactosa	18

1.9	Contenido de lactosa en productos.....	20
1.10	Tipos de intolerancia	20
1.11	Valores indicativos de tolerancia.....	21
1.12	Vivir con intolerancia a los lácteos.	21
CAPITULO II		22
2	Vivir con intolerancia a la lactosa	22
2.1	Calidad de vida en el ámbito social.....	22
2.2	Calidad de vida en salud.....	23
2.2.1	Contenido de lactosa y calcio	23
2.2.2	Factores y la aparición de síntomas de intolerancia.....	24
2.3	Calidad de vida en lo económico.	25
2.4	El negocio de los productos sin lactosa.....	26
2.5	Calidad de vida con pasteles sin lactosa.....	26
CAPITULO III.....		27
3	Estudio de mercado	27
3.1	Concepto.....	27
3.2	Epidemiología	27
3.3	Muestra.....	28
3.4	Reemplazo	28
3.5	Encuesta	29
3.6	Parámetros	32
3.7	Parámetro demográfico por género	32
3.8	Parámetro demográfico por edad	33
3.9	Gráficos de la encuesta.....	34

3.10	Relación oferta y demanda	39
3.11	Segmentación de mercado	40
3.11.1	Población cantonal por sexo y grupos de edad	41
3.12	Mapa del cantón Rumiñahui.....	42
3.13	Mapa de las parroquias urbanas y rurales del cantón Rumiñahui	42
3.14	Ubicación de la zona.....	43
3.15	Análisis de la competencia	43
3.16	Ferías sectoriales.....	44
3.17	Estudio del consumidor	45
3.18	Porcentaje de intolerancia en el mundo	47
3.19	Estrategia competitiva	48
3.20	Análisis FODA	48
3.21	Las 5 fuerzas Porter	48
3.21.1	Análisis Porter	50
3.22	Concepto Start Up	50
3.23	Modelo Canvas	51
3.23.1	Elementos del negocio Canvas.....	52
3.23.2	Segmento de clientes.....	52
3.23.3	Propuesta de valor	53
3.23.4	Canales de distribución	53
3.23.5	Relación con los clientes	53
3.23.6	Flujo de ingresos	53
3.23.7	Recursos clave.....	53
3.23.8	Actividades clave	54
3.23.9	Alianzas clave	54
3.23.10	Modelo Canvas de la empresa.....	55

3.24	Plan de Marketing.....	55
3.25	Marketing mix	56
3.25.1	Las 4Ps de la empresa	56
3.25.2	Conceptos básicos del marketing	57
3.26	Marketing digital	57
3.26.1	Características	58
3.26.2	Estrategia de marketing digital.....	59
3.26.3	Las 4 Fs del Marketing Digital.....	59
3.26.4	Estrategias utilizadas en el marketing digital.....	60
3.27	Email Marketing	61
3.28	Canales de difusión.....	62
3.29	Navegadores web.....	63
3.30	Redes sociales.....	64
3.30.1	Clasificación de las redes sociales	64
3.31	Redes sociales más utilizadas	65
3.31.1	Facebook	66
3.31.2	Instagram.....	66
3.32	Beneficios de las redes sociales.....	66
3.33	Entregas a domicilio	68
3.34	Nombre y Logo.....	68
CAPITULO IV		69
4	Historia de la pastelería	69
4.1	Clasificación de la harina	69
4.2	Línea de productos libre de lactosa	70
4.2.1	Tabla nutricional de productos	70

4.3	Análisis de proveedores	72
4.4	Panel de degustación	72
4.5	Formato de hoja de degustación.....	73
4.6	Recetas de productos y valor nutricional	74
	Conclusiones.....	80
	Recomendaciones	80
	BIBLIOGRAFÍA	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1: Arbol de problemas	6
Grafico 2: Causa y efecto de la intolerancia	14
Grafico 3: Métodos para evaluar la intolerancia.....	18
Grafico 4: Síntomas	19
Grafico 5: Parámetro por género	33
Grafico 6: Parámetro por edad.....	34
Grafico 7. Encuesta. Pregunta 1.....	34
Grafico 8. Encuesta. Pregunta 2.....	35
Grafico 9. Encuesta. Pregunta 3.....	35
Grafico 10. Encuesta. Pregunta 4.....	36
Grafico 11. Encuesta. Pregunta 5.....	36
Grafico 12. Encuesta. Pregunta 6.....	37
Grafico 13. Encuesta. Pregunta 7.....	37
Grafico 14. Encuesta. Pregunta 8.....	38
Grafico 15. Encuesta. Pregunta 9.....	38
Grafico 16. Encuesta. Pregunta 10.....	39
Grafico 17. Análisis Foda	48
Grafico 18. Las 5 fuerzas Porter	49
Grafico 19. Análisis Porter	50
Grafico 20. Las 4Ps de la empresa.....	56
Grafico 21. Email marketing (ventajas).....	61
Grafico 22. Email marketing (logros).....	62
Grafico 23. Clasificacion de las redes sociales.....	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Parámetro por género.....	32
Tabla 2: Parámetro por edad.....	33
Tabla 3. Ferias sectoriales.....	45
Tabla 4. Modelo Canvas de la empresa.....	55
Tabla 5. Torta marmoleada.....	75
Tabla 6. Brazo gitano.....	76
Tabla 7. Brownie.....	77
Tabla 8. Torta de manzana y nuez.....	78
Tabla 9. Pie de piña.....	79

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Estructura química	16
Imagen 2: Contenido de lactosa en productos	20
Imagen 3: Valores de tolerancia	21
Imagen 4: Contenido de lactosa y calcio	23
Imagen 5: Factores y síntomas.....	24
Imagen 6: Negocio de productos sin lactosa	26
Imagen 7. Población cantonal.....	41
Imagen 8. Mapa cantón Rumiñahui	42
Imagen 9. Mapa parroquias urbana y rural	42
Imagen 10. Ubicación de la zona.....	43
Imagen 11. Mapa de la competencia	44
Imagen 12. Porcentaje de intolerancia en el mundo	47
Imagen 13. Elementos del negocio Canvas	52
Imagen 14. Marketing digital.....	58
Imagen 15. Estrategia marketing digital	59
Imagen 16. Las 4 Fs del marketing digital.....	59
Imagen 17. Navegadores web	63
Imagen 18. Redes sociales mas utilizadas	65
Imagen 19. Nombre y logo	68
Imagen 20. Clasificación de la harina.....	69

ANEXOS

Anexo 1. Tabla nutricional de productos	71
Anexo 2. Análisis de proveedores	72
Anexo 3. Tabla de degustación.....	73

1 Introducción

1.1 Descripción del Problema

La población que padece intolerancia a la lactosa posee varios problemas para poder alimentarse con normalidad el día a día, ya que la mayor parte de alimentos de venta al público contienen productos lácteos en sus ingredientes. Según estudios de la NCBI (National Center for Biotechnology Information) en América Latina un 70% de personas en el mundo padece de deficiencia de lactasa, lo que provoca este padecimiento de intolerancia; tienden a excluir los lácteos de su dieta diaria, ya que estos tienen una repercusión desfavorable con varios síntomas gastrointestinales muy molestos que afectan a las personas (Intolerance, 2019).

1.2 Planteamiento del Problema

¿Por qué elaborar pasteles para intolerantes a la lactosa en la provincia de Pichincha cantón Rumiñahui parroquia Sangolquí barrio Unión y Progreso?

La necesidad de consumir el azúcar resulta una adicción para una parte de los seres humanos y dentro del menú alimenticio el equilibrio en las dietas. Los pasteles son los productos que más se consumen como postre, pero la mayoría de estos contienen en su composición grasas y productos lácteos que es el principal problema a la hora de comer un pastel; padecimiento desde muy temprana edad para niños que nacen con esta sintomatología y son expuestos a la lactosa por la leche materna. Según estudios del Ministerio de Salud Pública Ecuatoriana, la prevalencia de este trastorno va desde 1% hasta el 17% hacia la edad adulta (Ministerio de Salud Pública, 2016).

Las personas con este padecimiento poseen muchas restricciones al momento de consumir pasteles elaborados ya que todos tienen un porcentaje de lactosa en su preparación, por ese motivo la elaboración de este dulce libre de lactosa posee un

impacto importante para estas personas ya que podrán consumir un producto de calidad sin tener la preocupación del daño que les puede ocasionar en un futuro.

Este trabajo pretende elaborar pasteles aptos para personas de todas las edades que padezcan este trastorno, brindando una opción para la alimentación. La materia prima utilizada para la elaboración será adecuada y confiable, ya que no contará con productos lácteos, cumpliendo todas las normas de calidad para este grupo de población.

Con la elaboración de estos pasteles dulces, se tiene el fin de posicionarse en el mercado abarcando principalmente el Valle de los Chillos que cuenta con una población de 180.000 habitantes, la mayor parte son de clase media, según la Administración Zonal Los Chillos (Administración Zonal Los Chillos , 2019) ; el medio de promoción y venta se realizara por redes sociales, para de esta manera llegar a la mayor parte de personas con un producto de calidad obteniendo un buen resultado.

2 Contextualización

2.1 Macro

Estadísticas muestran que en la población de Latinoamérica más del 70% posee intolerancia a la lactosa. Según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) el Ecuador con una población de los 16,62 millones en el año 2017, mas tercio de los habitantes sufre este padecimiento, pudo ser que lo obtuvo desde muy temprana edad o ya con una edad madura. Este trastorno se debe a los genes que cada persona posee, en los países europeos tiene un 10%, en Estados Unidos hay un 25%, en el Mediterráneo un 50% y un 70% en Asia y África (Infante, 2015).

2.2 Meso

Teniendo como referencia al IECED (Instituto Ecuatoriano de Enfermedades Digestivas), la intolerancia a la lactosa se presenta cuando el intestino delgado no puede digerir fácilmente el azúcar de la leche (lactosa), esto se debe a que el organismo tiene una deficiencia en la producción de la enzima lactasa, la cual descompone y ayuda a digerir la lactosa (Lactosa I. a., 2018).

2.3 Micro

ELABORACIÓN DE PASTELES PARA PERSONAS INTOLERANTES A LA LACTOSA EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA CANTÓN RUMIÑAHUI PARROQUIA SANGOLQUÍ BARRIO UNIÓN Y PROGRESO

PRESENTACIÓN ENTREVISTA

Como parte de mi trabajo de tesis de fin de carrera de la materia Gastronomía de la Universidad Internacional del Ecuador, estoy realizando una investigación acerca de la elaboración de pasteles para personas intolerantes a la lactosa en la provincia de pichincha cantón Rumiñahui parroquia Sangolquí barrio Unión y Progreso. La información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial, solo será utilizada para los propósitos de la investigación. Agradezco su colaboración.

INICIO

Empresa: Hospital del Día del IESS Sangolqui

Persona entrevistada: Dra. Terán Torres Maria Cristina

Función: Gerea (Adulto Mayor)

Preguntas principales:

¿Cómo se puede detectar la intolerancia a lactosa en las personas?

Lo primero que se debe tener presente son los signos y los síntomas al momento de consumir lácteos. Si al instante de consumir dicha proteína comienza con: dolor del estómago, flatulencias, y diarrea, es muy probable ser intolerante a la lactosa. Otra forma de saber si una persona padece este trastorno, es realizando una prueba de sangre, ya que con esto se puede conocer el porcentaje de glucosa que tiene en la sangre en condiciones normales y tras la ingesta de lactosa. Y de esa manera poder ver que variación presenta.

¿Se puede sustituir la falta de calcio, por el bajo consumo de lactosa en la dieta?

Dependiendo del grado de intolerancia que una persona presente, es posible no retirar por completo los productos derivados de la leche, pero si tener en cuenta los que contengan menos cantidad de lactosa en su composición como: yogurt griego o quesos maduros, pero en pocas cantidades y muy esporádicos. También para poder compensar de cierta manera el calcio que el organismo necesita, es recomendable consumir algunos alimentos que sirven como suplementos como: el ajonjolí, el brócoli, pescados, etc... Pero siempre teniendo presente que el calcio que la leche aporta no se iguala.

¿Cuál es la diferencia entre alergia e intolerancia a la lactosa?

Los síntomas presentes son semejantes entre ambas afecciones, teniendo en cuenta de que la alergia alimentaria puede tener alguna reacción al sistema inmunitario, provocando una serie de síntomas como el rash cutáneo. Por otra parte la intolerancia alimentaria afecta directamente al sistema digestivo debido a un déficit enzimático en el organismo y que impide metabolizar adecuadamente los alimentos.

¿Conoce la existencia de algún suplemento para poder controlar este trastorno?

La intolerancia a la lactosa es ocasionada en el organismo, por no producir la enzima lactasa, la cual es responsable de sintetizar la lactosa al momento de que ingresa el

organismo, dividiéndolas en sustancias simples para su mejor absorción y digestión. Existen algunos suplementos que se puede ingerir, estos producen la enzima necesaria para descomponer la lactosa en dos azúcares más simples que son: glucosa y galactosa. De esta manera es más fácil digerir para el organismo.

¿Desde qué edad se puede desarrollar la intolerancia a la lactosa?

No existe edad mínima o máxima para la presencia de este padecimiento, puede ser desde recién nacido y hasta un adulto mayor, además en ocasiones es probable que se desencadene por otra enfermedad intestinal, pero lo más común es que se desarrolle sin ninguna causa. No es muy común, pero desde que una persona nace puede ser probable de tener esta intolerancia, en ellos al pasar los años puede llegar a ver una mejora. Por otro lado en los adultos mayores es menos probable una mejora, ya que por los años no producen la misma cantidad de sustancias en el organismo. En conclusión no hay una edad precisa en la que se presente la intolerancia a la lactosa.

¿Existe alguna dieta para personas con intolerancia a la lactosa?

Si, adaptándose a una alimentación que consiste en excluir todos los alimentos que contengan lactosa o consumir productos con bajo contenido de la misma como: el yogurt griego, la leche deslactosada, quesos curados, manjar de leche etc... o a su vez, consumir productos vegetales como: leche de almendras, yogurt de soya, etc... Dependiendo del nivel de intolerancia que presente.

3 Árbol de problemas

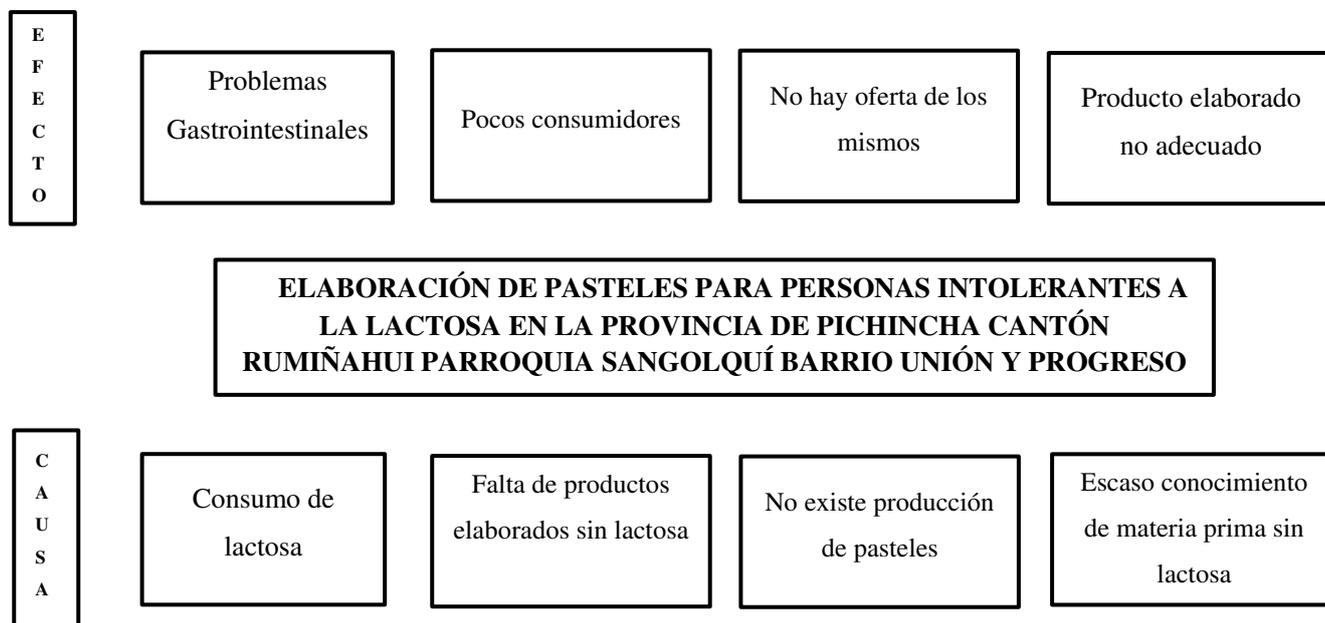


Grafico 1: Árbol de problemas

Fuente: Adriana Santacruz

3.1 Análisis crítico del problema

De acuerdo con el árbol de problemas ya definido, el consumo de lactosa afecta de manera alarmante, poniendo en riesgo la integridad del individuo. La falta de elaboración de pasteles sin lácteos, conlleva a la escasez de consumidores por el limitado conocimiento del problema que la lactosa ocasiona en las personas que la consumen. Ya que en el mercado no se promociona la materia prima sin lactosa, esta provoca un efecto de que los limitados productos elaborados no cuenten con las normas respectivas para el consumidor con intolerancia.

Se puede observar que las personas que poseen este padecimiento no cuentan con el conocimiento de la elaboración de pasteles que no contienen lácteos en su preparación, entonces la resignación es su mejor opción para no atentar contra su salud y dignidad.

4 Delimitación de la investigación

Campo: Nutricional.

Área: Gastronomía.

Aspecto: Desarrollo de recetas de pasteles sin lactosa.

Delimitación espacial: Público en general con intolerancia a la lactosa Provincia de Pichincha cantón Rumiñahui parroquia Sangolquí barrio Unión y Progreso.

Delimitación temporal: 2020 - 2021

Unidades de observación: Personas intolerantes a la lactosa de la parroquia Sangolquí, barrio Unión y Progreso.

5 Importancia

5.1 Antecedentes

Teniendo como referencia al IECED (Instituto Ecuatoriano de Enfermedades Digestivas), la intolerancia a la lactosa se presenta cuando el intestino delgado no puede digerir fácilmente el azúcar de la leche (lactosa), eso se debe a que el organismo tiene una deficiencia en la producción de la enzima lactasa, la cual descompone y ayuda a digerir la lactosa (Lactosa I. a., 2018).

Existen distintos grados de intolerancia a la lactosa, esto influye en la cantidad de productos que contengan lácteos que una persona puede llegar a consumir sin que llegue a ocasionar un mal muy grande en su organismo.

5.2 Justificación

Debido a que en el Valle de los Chillos los mercados que ofertan productos elaborados colocan lácteos en sus ingredientes, las personas intolerantes a la lactosa no

disfrutan de un estilo de vida normal al no poder consumir este tipo de alimentos, debido al daño que este les ocasiona en su salud.

Por ese motivo los pasteles serán aptos para personas con intolerancia a la lactosa, cuidando la salud e integridad de los clientes y brindando una mejor calidad de vida. Los pasteles elaborados serán de total confianza, ya que se utilizara materia prima de primera calidad como: mantequilla libre de lactosa, leche de coco, etc... Que cuente con los respectivos permisos sanitarios para el consumo.

Para la comercialización y difusión de estos productos se realizará un marketing digital dando comienzo en las redes sociales como: Facebook y WhatsApp. Abarcará a todo el Valle de los Chillos, ya que la distribución será para todos los habitantes de esta zona, teniendo ahí los clientes potenciales.

6 Objetivos

6.1 General

Desarrollar pasteles sin lactosa dirigido a personas que posean este padecimiento en la provincia de Pichincha cantón Rumiñahui parroquia Sangolquí barrio Unión y Progreso.

6.2 Específicos

- Analizar la causa y los efectos de la intolerancia a la lactosa.
- Mejorar la calidad de vida de personas intolerantes a la lactosa con estos productos.
- Realizar un estudio de mercado y un propuesta marketing digital para llegar a ser reconocidos ante los consumidores que presenten intolerancia a la lactosa.

- Elaborar un recetario de pasteles para personas intolerantes a la lactosa.
Propuesta

7 Marco de Referencia

7.1 Marco teórico

La lactosa, también conocida como el azúcar de la leche, es un disacárido formado por dos monosacáridos, la glucosa y la galactosa. La lactosa se encuentra en la leche de todos los mamíferos, pero varía dependiendo de la especie, ya que tiene relación con el porcentaje de concentración de grasa y proteína (Fritsche, 2014).

Las personas que padecen intolerancia a la lactosa poseen una insuficiencia de la enzima denominada lactasa, que se produce en el intestino delgado; esta evita una absorción y digestión normal de los productos lácteos y azúcares añadidos en los alimentos. Al momento de ingerir lácteos provocan desagradables síntomas gastrointestinales, que afectan de una manera inmediata al individuo (García, 2017).

La mayor parte de productores de alimentos elaborados no consideran que todos los derivados de la leche poseen lactosa y por ese motivo no todos los alimentos son confiables para el consumo de las personas que tienen esta intolerancia.

La principal característica es que la materia prima para la elaboración de estos pasteles es totalmente confiable y consumible para cualquier grado de intolerancia. Por otra parte, estos productos se encuentran con total facilidad en la ciudad, como, por ejemplo, el aceite de coco, la leche de soya, la mantequilla de avellana, etc... Otro punto muy importante es la gran aceptación en el mercado, ya que su elaboración será de una manera fácil y sencilla sin incrementar su valor excesivamente, llegando a todo tipo de target.

Las propuestas y resultados se basarán en un estudio de mercado que se realizara a los potenciales clientes a quien va dirigido este producto, que vienen a ser las personas con intolerancia a la lactosa llegan a pasar su mayor cantidad de tiempo en el Valle de los Chillos, por otro lado, en los pequeños establecimientos de expendio de alimentos y bebidas elaborados como: pastelerías y panaderías.

7.2 Marco conceptual

7.2.1 Lactosa

La lactosa o azúcar de la leche, es un disacárido compuesto por glucosa y galactosa, dos azúcares simples (Alimentacion I. a., 2016). En el intestino delgado la lactasa ayuda a la lactosa a ser disuelta y mejor digerida. Es utilizada en la leche como nutriente. Es un laxante suave (Lactosa F. d., 2015). La leche de vaca contiene 4,7 % de lactosa, y aporta un 30 % de energía que el cuerpo necesita (Nutrition, 2018).

No es un nutriente vital para el organismo, solo hay que encontrar sustitutos que posean los mismos nutrientes, sin la necesidad de que tengan un sabor desagradable. Los productos alternativos en muchas ocasiones, hasta llegan a proporcionar más nutrientes. Solo se debe poner más atención a las etiquetas que los productos poseen al reverso del empaque.

7.2.2 Lactasa

Enzima elaborada por las células de la pared intestinal, esta enzima digiere la lactosa para formaren glucosa y galactosa (Lactosa, 2006). La lactasa a la edad de 11 años, en los seres humanos, se vuelve menos activa. Esto puede ser tanto genético como por la edad. Las personas que padezcan este síndrome, digieren en menor porcentaje los lacteos (Lactasa, 2018).

7.2.3 Intolerancia a la lactosa

“La intolerancia a la lactosa se produce cuando hay desequilibrio entre la cantidad de lactosa ingerida y la capacidad de la lactasa para digerirla” (Alimentacion I. a., 2017).

Esta se produce porque el cuerpo es incapaz de digerir la lactosa en el organismo, ya que la lactasa no puede hacer este trabajo. Esto puede ser biológico, hereditario, o por el paso del tiempo, llegar a padecer este problema. Los síntomas que se presentan al momento de ingerir lactosa son: hinchazón, diarrea y gases. Los expertos recomiendan suspender el consumo del productos lácteos (Lactosa F. d., 2018).

Existen varios tipos de intolerancia a la lactosa, desde la más fuerte, hasta la más común, cada una es diagnosticada con diferentes niveles y para las cuales existen distintas presentaciones mediciales para poder controlar las consecuencias de la ingesta de lácteos.

7.2.4 Productos sustitutos sin lactosa

- Leche de almendras
- Leche de coco
- Leche de soya
- Leche de arroz
- Queso sin lactosa
- Yogurt de soya
- Grasa vegetal
- Mantequilla de almendras

8 Metodología

8.1 Metodología de Investigación

Para cumplir con los objetivos propuestos se utilizara la metodología cuantitativa y cualitativa.

8.1.1 Descriptivo

Con el método descriptivo se observará el mercado y los hábitos que los clientes poseen. Se elaborará una encuesta para conocer sobre al consumidor, los gustos y las falencias que existen en este entorno de los pasteles y las personas con intolerancia a la lactosa.

Los comportamientos, las costumbres y las actitudes son aspectos importantes que tomar en cuenta al momento de realizar este producto, ya que así se tendrá una visión más general del entorno en el que se trabajará, promoviendo planes más inteligentes y nuevas variables para llamar la atención de los clientes potenciales.

8.1.2 Experimental

La población prioritaria, son las personas con intolerancia a la lactosa, se buscará brindar una mejor calidad de vida. Como su nombre lo indica, en esta investigación se experimentará con los productos, el lugar y el entorno para poder promocionar los pasteles sin lactosa de la mejor manera. Se pondrá a prueba la aceptación de esta idea y la promoción vía redes sociales.

8.2 Técnica de Investigación

8.2.1 Concepto

Para la técnica de investigación se tendrá muy claro cuál es el problema que solucionar, y cuál va a hacer el método con el que se va a desarrollar este proyecto (Investigacion, UNAM, 2016). La técnica es la estructura por la cual se va a realizar la investigación y lograr los objetivos son: organizar las etapas de investigación, instrumentos para el correcto manejo de información, controlar los datos y obtener conocimiento (Investigacion, Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo , 2015).

8.2.2 Técnicas

- Encuesta escala del likert
- Entrevista
- Lectura
- Resúmenes

CAPITULO I

1 Generalidades

1.1 Historia de la intolerancia a la lactosa

El tema de la intolerancia a la lactosa aparece desde hace más de unos 10.000 años, teniendo en cuenta la relación que los seres humanos tienen con la leche desde recién nacidos con la lactancia materna. En las tribus, los recién nacidos consumían la leche de las madres por algunos meses, hasta que tuvieran la edad apropiada para consumir los alimentos al igual que el resto de integrantes, según la investigación esto sucedía gracias a la evolución de la naturaleza que aplacaba el gen que produce la

lactasa, que es la enzima que permite la correcta digestión de la lactosa, eso les producía un fuerte dolor en el estómago.

Los primeros pobladores deciden probar todo lo que los animales domésticos pueden brindar y entre una de ellas es la leche, sin embargo debido a la mutación del gen que les impedía consumir la lactosa, se dieron cuenta que la fermentación de la misma no generaba problemas digestivos, aportando todos los nutrientes para el ser humano, esta es una de las miles hipótesis que existe sobre el tema. Expandiéndose por África y Oriente medio la mutación de este gen, llevando en su genética este padecimiento. (Funcionales, 2016)

1.2 Diagrama de causa y efecto de la intolerancia

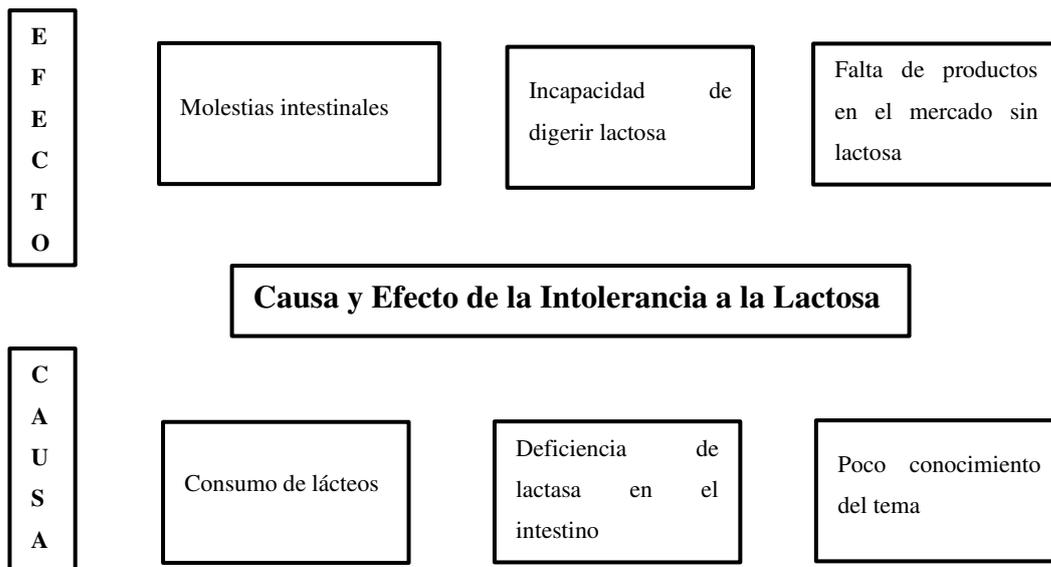


Grafico 2: Causa y efecto de la intolerancia

Fuente: (Sociedad, 2018)

1.3 Alergia a la leche e intolerancia a la lactosa

Estas dos alteraciones en muchas ocasiones tienen a confundir a las personas, ya que poseen síntomas similares, pero ninguna de las dos dispone a enfermedades malignas.

La alergia a la lactosa proviene del sistema inmunitario dando una respuesta negativa a las proteínas que contienen los productos lácteos, esta tiende a aparecer con mayor frecuencia en los primeros años de vida de un individuo siendo capaz de poner en riesgo la existencia. (Digestivo, 2016)

La intolerancia a la lactosa es un trastorno que impide la correcta digestión de la lactosa en el intestino delgado, provocando síntomas incómodos a las personas. Por lo general tiende a aparecer en la edad adulta. (Diseases, 2018)

1.3.1 Intolerancia alimentaria

Afectando a un grupo determinado de personas, estas son reacciones adversas asociadas a los alimentos, en el que el sistema inmunitario no está implicado directamente en la patogénesis. Entre las principales tenemos: reacciones anafilácticas, trastornos anafilácticos metabólicos y reacciones idiosincrásicas. (Catherine.R, 2012)

1.3.2 Causa de la intolerancia a la lactosa

La lactosa, conocida también como el azúcar de la leche, está compuesta por glucosa y galactosa más un enlace beta. La lactasa se encuentra en la mucosa intestinal, las personas que producen poca cantidad de la misma, junto con el enlace (β) dificulta la correcta absorción y digestión de la lactosa provocando molestias intestinales agudas. (Libro nutrición)

La intolerancia a la lactosa es producida por una mal absorción de la lactosa, esto se produce, dicho anteriormente por una baja producción de lactasa en la mucosa intestinal. Esto conlleva a que las personas sufran de dolores y molestias abdominales fuertes.

1.4 Estructura química

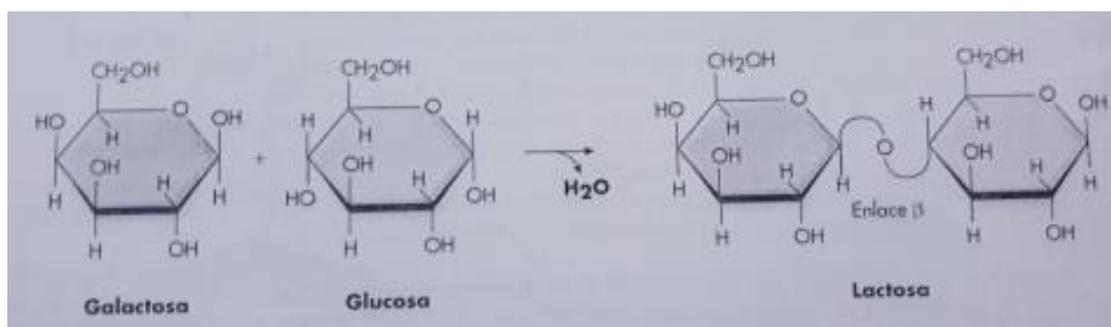


Imagen 1: Estructura química

Fuente: Wardlaw; Perspectivas en Nutrición; Novena edición; Carol, Gaile, Donna, Jacqueline.

1.5 Intolerancia en recién nacidos y niños

Esta intolerancia en bebés debe ser llevada con cuidado, consultando al pediatra antes de realizar algún cambio o adecuación en su alimentación, para que así se sostenga un diagnóstico seguro y certero del problema del infante.

Si el diagnóstico sale positivo a intolerancia, es recomendable que el niño siga una dieta rigurosa libre de lactosa en su totalidad, para de esa manera no tener ningún contratiempo y preocupación de los síntomas que causan la ingesta de productos lácteos.

Se debe tener muy en cuenta el etiquetado de los alimentos empaquetados, ya que estos pueden contener leche o alguno de sus derivados entre sus ingredientes. Sin embargo la dieta para un recién nacido debe contener nutrientes y vitaminas que son

necesarios para su crecimiento diario, esto se puede sustituir por papillas y suplementos alimenticios en polvo, aptos para cada edad. (Beby and Me, 2016)

En niños este trastorno puede deberse a diversos factores, ya sea alguna infección o un estado temporal al momento de poseer alguna enfermedad. La manera más práctica y fácil de diagnosticarlo, es suspender en su totalidad los productos lácteos en todas sus formas por unas cuantas semanas, viendo si los síntomas van mejorando con el paso del tiempo. Paulatinamente se vuelve a introducir los lácteos teniendo en cuenta si los síntomas se manifiestan nuevamente. (Pediatrics, 2017)

1.6 Intolerancia en personas adultas y adulto mayor

Las personas en edad madura son más propensas a desarrollar la intolerancia a la lactosa, ya que el organismo deja de producir enzimas, y entre ellas la lactasa, esto es ocasionado naturalmente por el paso del tiempo. (J. Fernando del Rosario, 2015)

La intolerancia puede presentarse en las diferentes etapas de la vida, pero en adultos mayores es mucho más común poseer dicha deficiencia, en estas personas es más peligroso ya que en edades avanzadas los síntomas pueden llegar a ocasionar problemas más serios como: la deshidratación y hasta enfermedades irreversibles en su organismo. (Tomas, 2018)

1.7 Diagnóstico de la intolerancia

Metodos para poder evaluar la intolerancia a la lactosa	Test de hidrogeno en la respiración
	Endoscopia
	Prueba de tolerancia a la lactosa
	pH de las heces
	Historia clinica
	Control de glucemia
	Respuesta a la exclusion de lactasa

Grafico 3: Métodos para evaluar la intolerancia

Fuente: Adriana Santacruz

(MedlinePlus, 2018)

1.8 Síntomas y tratamiento de la intolerancia a la lactosa

Al momento de haber ingerido algún producto lácteo, los síntomas se presentan a partir de 30 minutos a 1 hora máximo, dependiendo de la cantidad de lactosa consumida. (Diseases, 2018)

	Dolor estomacal
	Espasmos
	Gases
	Diarrea
Síntomas	Cólicos
	Hinchazón abdominal
	Nauseas
	Vomito
	Ruido estomacal

Grafico 4: Síntomas

Fuente: Adriana Santacruz

Existen distintos métodos para poder tratar esta intolerancia adecuadamente, dependiendo del grado tolerable de ingesta para cada persona. Uno de ellos es la exclusión de lactosa tanto en alimentos sólidos como en líquidos durante algunas semanas, hasta que el organismo se vuelva a regenerar, posteriormente se vuelve a reincorporar paulatinamente los productos lácteos a la dieta, teniendo en cuenta si los síntomas vuelven a presentarse, si es así, la suspensión deberá ser permanente.

Sin embargo al momento de suprimir un alimento tan rico en calcio, minerales y vitaminas; Se debe complementar con otros que contengan los mismos nutrientes, aunque estos ya sean en porcentajes menores. (Mi Cielo, 2011)

Otra manera para poder manejar este padecimiento es con pastillas o gotas que contengan lactasa (Lactaid), estas se deben ingerir momentos antes de consumir algún producto que contenga lactosa o, en su defecto disolverlas en el líquido que se va a tomar, para que de esa manera esta enzima logre descomponer la lactosa, y así las personas puedan tener un mejor estilo de vida, dejando a un lado los terribles síntomas

que se puedan presentar, esto también es teniendo en cuenta el grado de tolerancia que cada individuo padece. (Diseases, 2018)

1.9 Contenido de lactosa en productos

Tabla 1. Contenido de lactosa en leche humana, leche de vaca y productos lácteos

Alimento	Contenido (%)
Leche humana	7.0
Leche de vaca fluida	5.0
Leche deslactosada	1.1
Leche de vaca en polvo	37.5
Leche de vaca en polvo sin grasa	51.3
Yogur	4.1
Crema	2.9
Quesos	1.7-4.2
Mantequilla	0.9
Helados	3.1-8.4

Imagen 2: Contenido de lactosa en productos

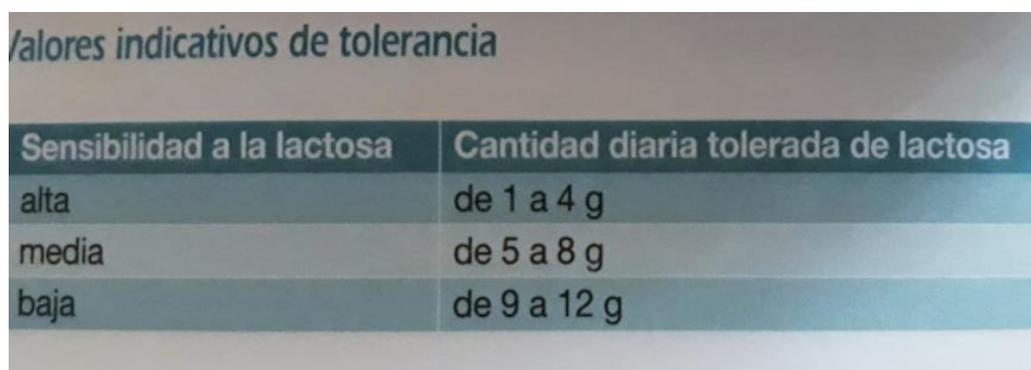
Fuente: USDA Food Composition Database. <https://ndb.nal.usda.gov/>. 25 de Julio del 2016

1.10 Tipos de intolerancia

- Congénita
- Primaria o racial
- Secundaria o adquirida

(Federación Nacional de Industrias Lácteas)

1.11 Valores indicativos de tolerancia



La imagen muestra una tabla con el título "Valores indicativos de tolerancia". La tabla tiene dos columnas: "Sensibilidad a la lactosa" y "Cantidad diaria tolerada de lactosa". Las filas corresponden a niveles de sensibilidad: alta, media y baja.

Sensibilidad a la lactosa	Cantidad diaria tolerada de lactosa
alta	de 1 a 4 g
media	de 5 a 8 g
baja	de 9 a 12 g

Imagen 3: Valores de tolerancia

Fuente: Tabla de Intolerancias Alimentarias. Hispano Europea. Doris Fritsche. 2012

1.12 Vivir con intolerancia a los lácteos.

La existencia de una persona que tiene que vivir con este padecimiento es radicalmente distinta a la de una persona “normal”, que puede consumir todos los alimentos en su totalidad. Debido a que la restricción en los alimentos es muy drástica, y teniendo en cuenta que una gran diversidad de productos elaborado contiene productos con lactosa entre sus ingredientes.

Dependiendo del grado de intolerancia es el nivel de restricción de lácteos a la que una persona debe limitarse para no atentar contra su salud e integridad.

CAPITULO II

2 Vivir con intolerancia a la lactosa

2.1 Calidad de vida en el ámbito social

Conociendo que, alrededor de un 70% de la población mundial posee intolerancia a la lactosa, esto conlleva a que las personas no puedan convivir normalmente en su círculo social, ya que por tener este padecimiento se impidan disfrutar de un libre esparcimiento con los demás. En todo momento se debe estar atento a lo que se ingiera, ya que nada puede llevar lácteos entre sus ingredientes.

Desde el ámbito social esto afecta de diferentes maneras, ya que no siempre es factible encontrar algún producto preparado que no contenga lactosa, muchas veces las personas con este trastorno están obligadas a conformarse con alimentos que no sean de su total agrado, con tal de no lidiar con los vergonzosos síntomas que se producen al ingerir algún producto lácteo.

Dependiendo del grado de intolerancia que una persona presente, es la cantidad de lactosa que puede llegar a ingerir sin presentar algún problema adverso. Pero esto puede llegar a convertirse socialmente en un contratiempo, ya que en su gran mayoría se debe estar pendiente del etiquetado y siempre preguntando por los ingredientes que llevan los alimentos, en cierto momento esto puede llegar a ser fastidioso, tanto para la persona que tiene este padecimiento, como para los acompañantes y el mesero o dueño de la casa. (Electronica, 2011)

Pensando en los contratiempos que una persona con intolerancia a la lactosa tiene que sobrellevar a lo largo de su día a día, se crean pasteles aptos, con productos adecuados para la población que sufre este padecimiento, sin dejar de lado el tema nutricional, ya están enriquecidos con calcio, brindando una mejor calidad de vida, sin la preocupación de sufrir algún bochorno en público.

2.2 Calidad de vida en salud

En términos de salud, se debe tener en cuenta que existen distintos grados de intolerancia que pueden afectar a las personas al momento de consumir lácteos y esto puede tener una consecuencia desfavorable en la salud. Teniendo en cuenta que el bajo consumo de productos de esta categoría ya es perjudicial para el organismo.

Los productos lácteos son la fuente principal de calcio para la mayor parte de personas, teniendo en cuenta que no es el único producto que puede aportar este mineral al organismo. Existe una gran variedad de productos que contienen calcio, pero en diferentes proporciones, contribuyendo de la misma manera, pero en distintos grados.

2.2.1 Contenido de lactosa y calcio

Producto	Contenido de lactosa (g)	Contenido de calcio (mg)
Leche entera, 250 cc	12.25	276
Leche descremada, 250cc	11	306
Yogurt natural semidescremado, 165g	6.1	302
Queso maduro, 100g	0.7	720
Helado de chocolate, 125g	8.25	136

Imagen 4: Contenido de lactosa y calcio

Fuente: Alliende F. Intolerancia a la lactosa y otros disacáridos. Gastr Latinoam 2007;vol 18, n°2:152-156

Existen distintos métodos antes mencionados para conocer si una persona es intolerante a la lactosa como: una prueba de sangre, heces o de alimento, así corroborar dicho padecimiento y el grado que presenta, de esta manera poder empezar con una

dieta y un tratamiento adecuado teniendo un mejor estilo de vida sin atender contra la salud. Los síntomas posteriores al haber consumido productos lácteos se presentan minutos después.

Para poder tener un control sobre el síndrome de la intolerancia a la lactosa, es necesario tener una dieta libre de productos lácteos o a su vez consumir suplementos de lactasa, ya sea en pastillas o gotas minutos antes ingerir algún alimento que contenga esta sustancia, de esta manera lograr controlar los síntomas que se producen en el organismo como: dolor abdominal, diarrea, flatulencias, etc.. ya que este aporta la lactasa necesaria que a nuestro organismo le hace falta para poder digerir de mejor manera la lactosa que ingresa al organismo. Uno de los inconvenientes es encontrar la dosis adecuada para cada persona. (Asociación de Intolerantes a la Lactosa España, 2019)

2.2.2 Factores y la aparición de síntomas de intolerancia.

Factores relacionados con la aparición de síntomas de intolerancia a la lactosa
Cantidad de lactosa ingerida
Cantidad de lactosa malabsorbida
Tipo de lácteo ingerido (yogur, leche, etc.)
Velocidad del vaciado gástrico
Capacidad de absorción agua en colon
Consumo simultáneo de comida
Interacciones con la microbiota luminal del colon
Hipersensibilidad visceral

Imagen 5: Factores y síntomas

Fuente: Reconocimiento de la intolerancia a la lactosa, Puesta al día en común en la intolerancia a la lactosa. (Jordá, 2017)

2.3 Calidad de vida en lo económico.

En el mercado, los productos sin lactosa o con bajo contenido de la misma, están jugando un papel importante, ya que cada día más personas presentan este síndrome y buscan un sustituto que no les ocasione un mal en la salud. Por ello las industrias están poniendo más énfasis en crear productos aptos para dicha población, llegando a hacer una gran potencia económica.

La economía juega un papel importante al momento de controlar la intolerancia a la los lácteos, para tener un buen estilo de vida es necesario suspender el consumo de lactosa, y reemplazarlos por: leche de almendras, soya, coco, etc... Pero dichos productos tienen un costo diferente a los habituales siendo un poco complicados de encontrar en el mercado. De la misma manera los suplementos ya sean tabletas o gotas que contienen la enzima lactasa, para que el organismo pueda digerir la lactosa descomponiéndola en sustancias más simples para su mejor absorción en el organismo y dejando a un lado los molestos síntomas que produce.

Para que las personas puedan llevar un estilo de vida adecuado, sin la necesidad de pasar malos momentos, consumir alimentos adecuados que no contengan lactosa o a su vez tabletas para la correcta digestión. Para ello se debe tener en cuenta que el costo de los productos influye en el precio de la leche y del ingrediente que está elaborado.
(Lacteo)

2.4 El negocio de los productos sin lactosa

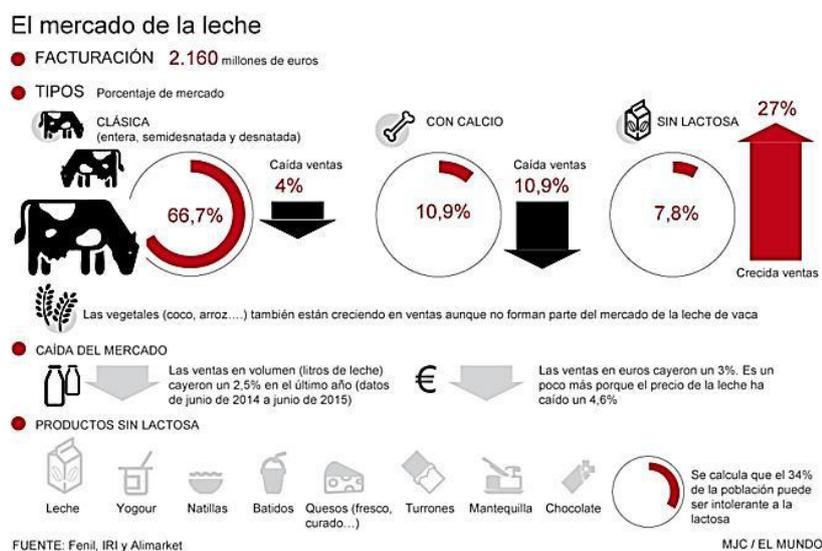


Imagen 6: Negocio de productos sin lactosa

Fuente: El mundo,

<https://www.elmundo.es/economia/2016/01/13/569390bbe2704ede778b45ae.html>

2.5 Calidad de vida con pasteles sin lactosa

Vivir con intolerancia conlleva a siempre estar pendiente del etiquetado en los productos que consume, generando un estado de tensión, alerta y estrés para la persona.

Los establecimientos de expendio de alimentos tienen un reglamento que deben anunciar de forma obligatoria sobre los alérgenos principales en sus productos, pero esto no se lleva a cabo habitualmente, ya que existe falta de conocimiento sobre el tema por parte del personal para brindar al cliente y de esa manera prevenirlo de una posible complicación en su salud, por culpa del producto. (ADILAC, 2016)

Los pasteles sin lactosa deben elaborarse pensando en dichas personas, utilizando productos libres de lactosa en su totalidad como: mantequilla, leche, queso, etc... Brindando una mejor calidad de vida y precautelando la integridad de los clientes, teniendo el conocimiento adecuado para brindar una óptima información del producto a expender y con ello proporcionar una mejor calidad de vida.

CAPITULO III

3 Estudio de mercado

3.1 Concepto

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita el resultado de los datos, resultados que de una u otra manera serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así tener como resultados la aprobación o no y sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado.

Para obtener una mejor perspectiva sobre la decisión a tomar para la decisión de los problemas de marketing se utiliza una herramienta de auxilio como es el estudio de mercado, que contribuyen a reducir los riesgos, por ende permiten conocer mejor los antecedentes del problema. (Estudio de mercado , 2009)

3.2 Epidemiologia

Hoy en día se encuentra un número muy elevado de personas que se preocupan de llevar una buena salud alimentaria a lo largo su vida, por ende siempre están en la búsqueda de productos en su mayoría preparados que no atenten hacia su salud. En el Ecuador no existen mercados que estén propiamente enfocados en cubrir este mercado que se ha vuelto cada vez más común con el pasar de los años.

Según datos estadísticos del Instituto de Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), En Ecuador hasta el año en curso existe una población de 17.504.776 personas, entre ellas se estima que hasta el año 2010 hay 681.532 habitantes que tienen intolerancia a la lactosa.

3.3 Muestra

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

n= tamaño de la muestra

N= población o universo

e²= margen de error (5%)

Z²= nivel de confianza (95%)

p= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

3.4 Reemplazo

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

$$n = \frac{75.080 \times (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2(75.080 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{72076,8}{188,65}$$

$$n = 382$$

3.5 Encuesta

Una vez determinada la muestra, se realizara la encuesta directamente al público objetivo.

Cuestionario

Edad

Sexo

Este cuestionario servirá para realizar un estudio y conocer la opinión del consumidor sobre el tema de la intolerancia a la lactosa.

La encuesta fue realizada vía on-line, con un número de personas de 75.080, de tipo investigativa y exploratoria. El tiempo estimado en que la encuesta se llevó a cabo fue de 35 días.

1. ¿Consumes productos lácteos habitualmente?

Si

No

2. ¿Qué tipo de leche consumes?

Entera

Semidescremada

Deslactosada

Vegetal

3. ¿Se le presenta problemas digestivos al consumir productos lácteos?

Si

No

4. ¿Conoce que es la lactosa?

Si

No

5. ¿Conoce alguna persona que padezca intolerancia a la lactosa?

Si

No

6. ¿Qué leche vegetal le gustaría probar?

Almendra

Arroz

Coco

Soya

7. ¿Conoce algún producto de pastelería que en su composición no contenga lácteos?

Si

No

8. ¿Le gustaría que en el mercado exista pasteles sin lactosa?

Si

No

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una porción de pastel sin lactosa?

1.50

2

3

10. ¿Por qué medio le gustaría que se promocione los pasteles sin lactosa?

Facebook

Instagram

Página Web

3.6 Parámetros

3.7 Parámetro demográfico por género

Sexo	Nº Encuesta	Porcentaje %
Femenino	218	57%
Masculino	164	43%
Total	382	100%

Tabla 1: Parámetro por género

Fuente: Adriana Santacruz

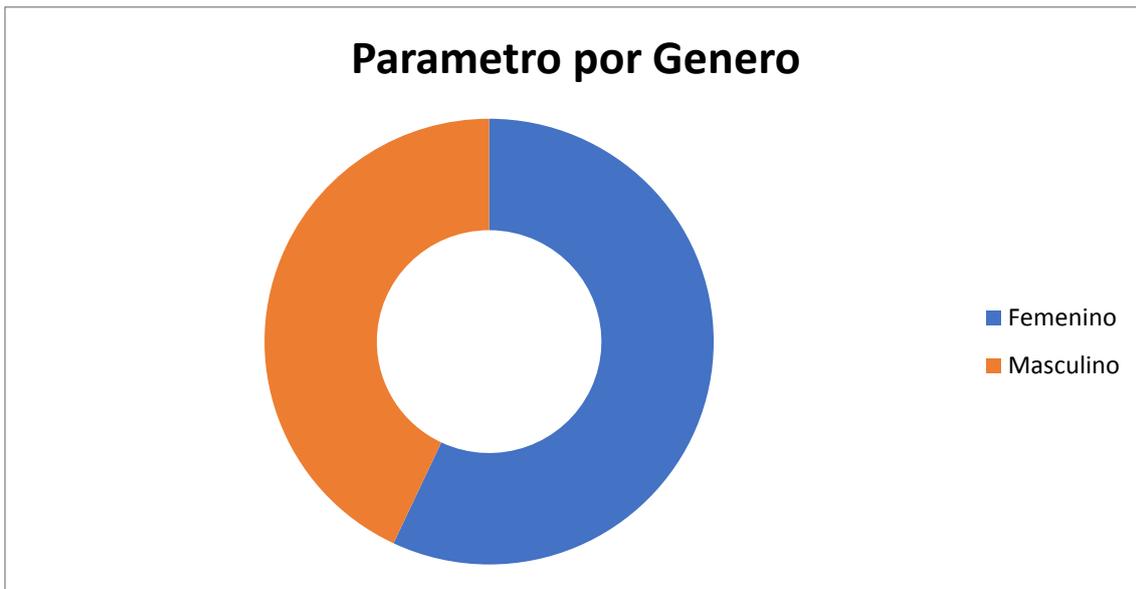


Grafico 5: Parámetro por género

3.8 Parámetro demográfico por edad

Edad	Nº Encuesta	Porcentaje %
18 – 28	96	25%
29 – 39	130	34%
40 – 50	73	19%
51 – 60	53	14%
Más de 60	30	8%
Total	382	100%

Tabla 2: Parámetro por edad

Fuente: Adriana Santacruz

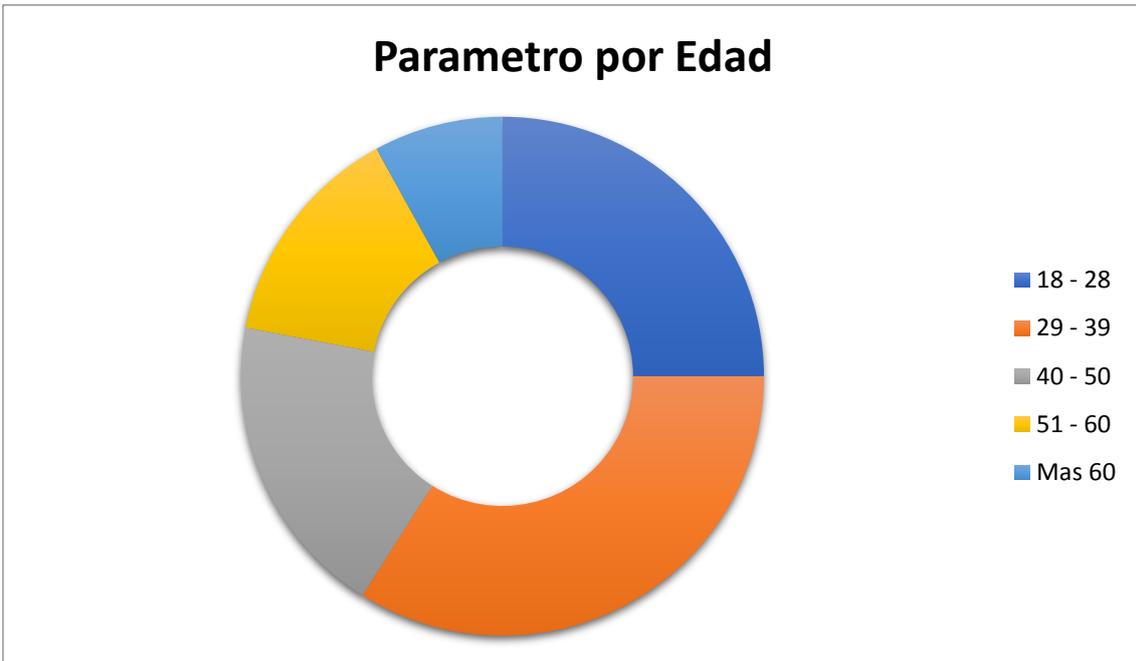


Grafico 6: Parámetro por edad

3.9 Gráficos de la encuesta

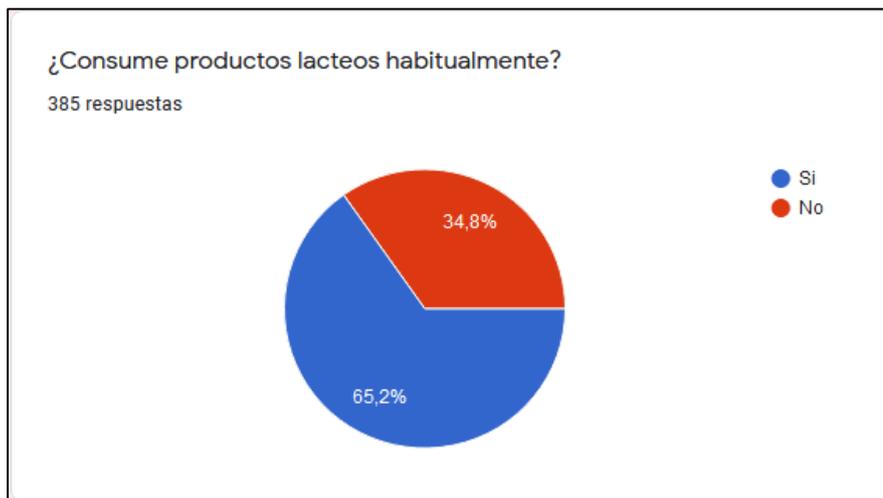


Grafico 7. Encuesta. Pregunta 1

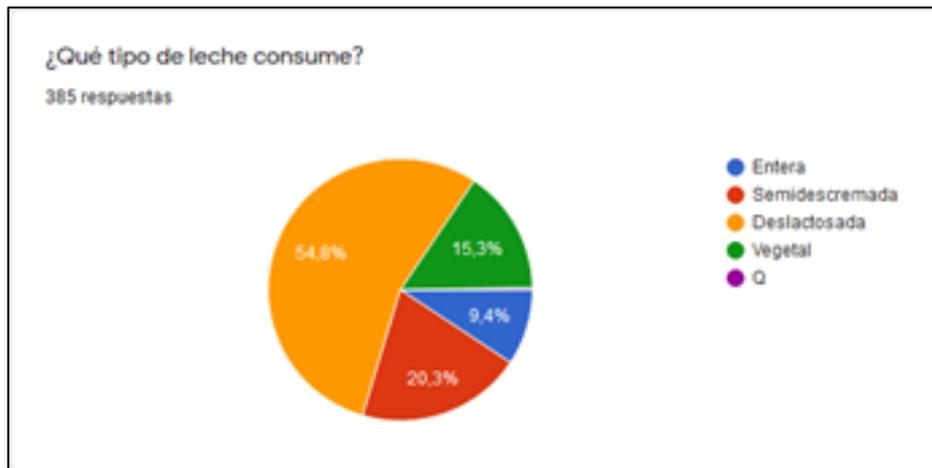


Grafico 8. Encuesta. Pregunta 2

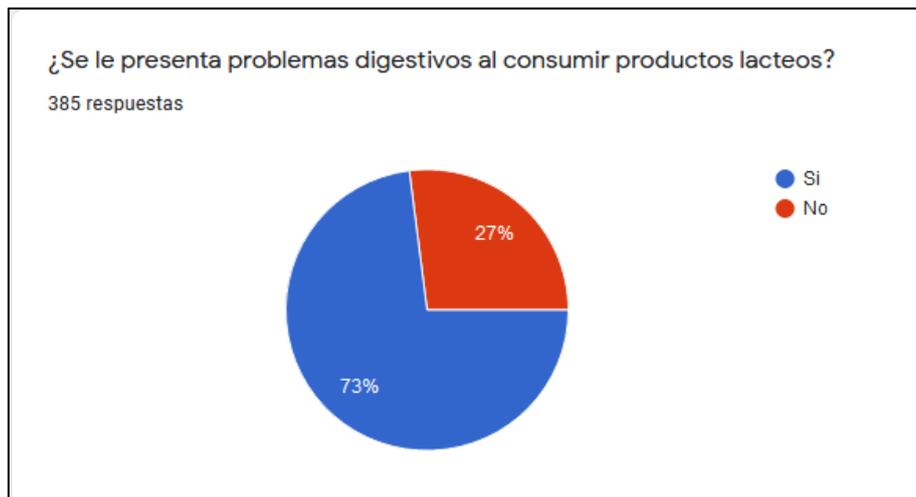


Grafico 9. Encuesta. Pregunta 3

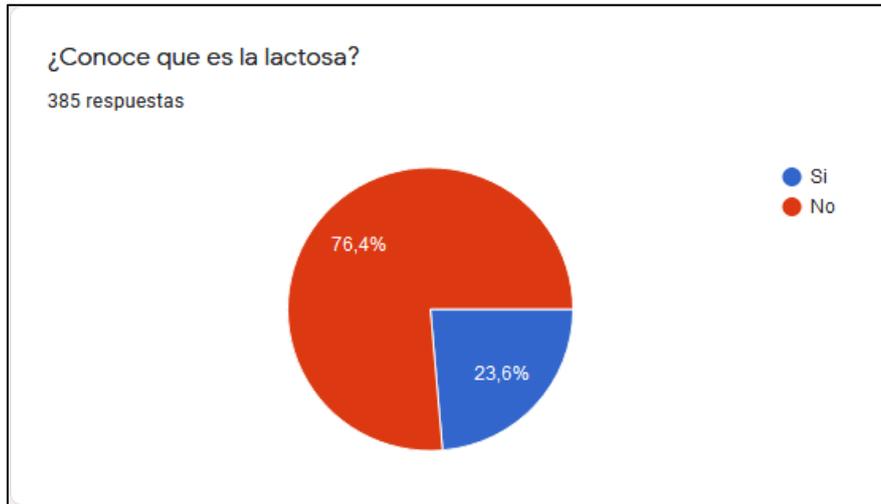


Grafico 10. Encuesta. Pregunta 4



Grafico 11. Encuesta. Pregunta 5

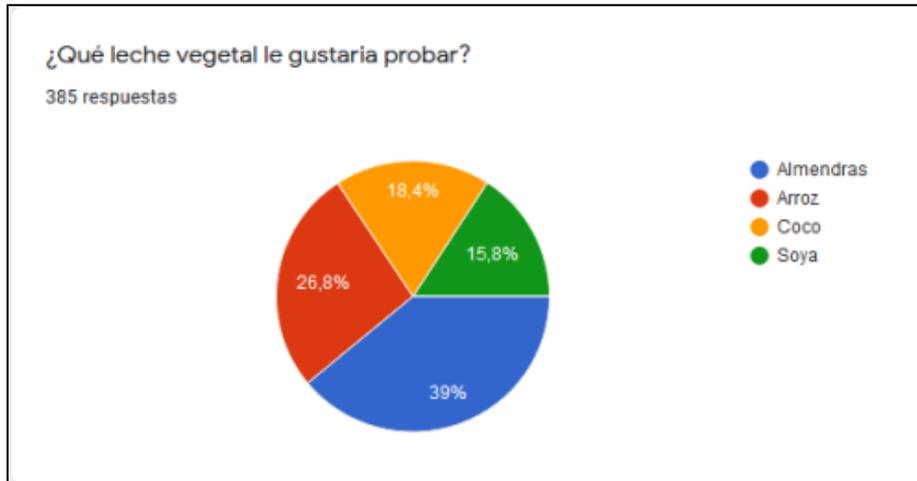


Gráfico 12. Encuesta. Pregunta 6

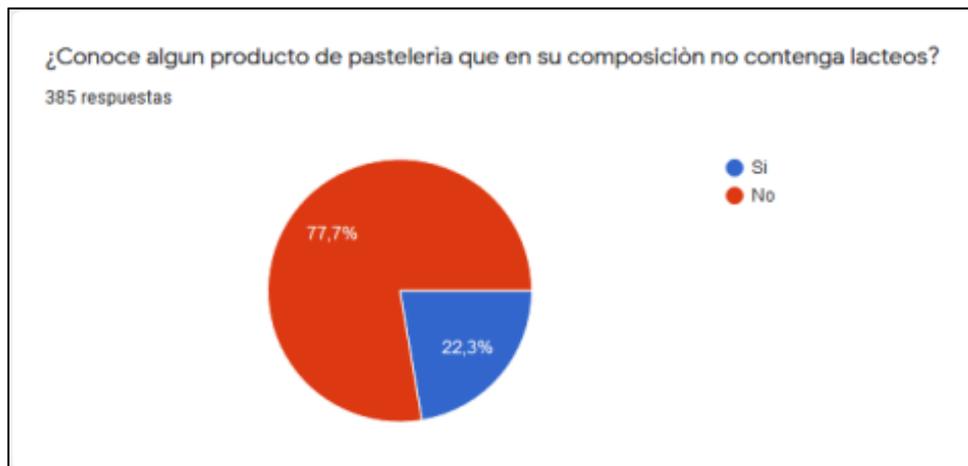


Gráfico 13. Encuesta. Pregunta 7

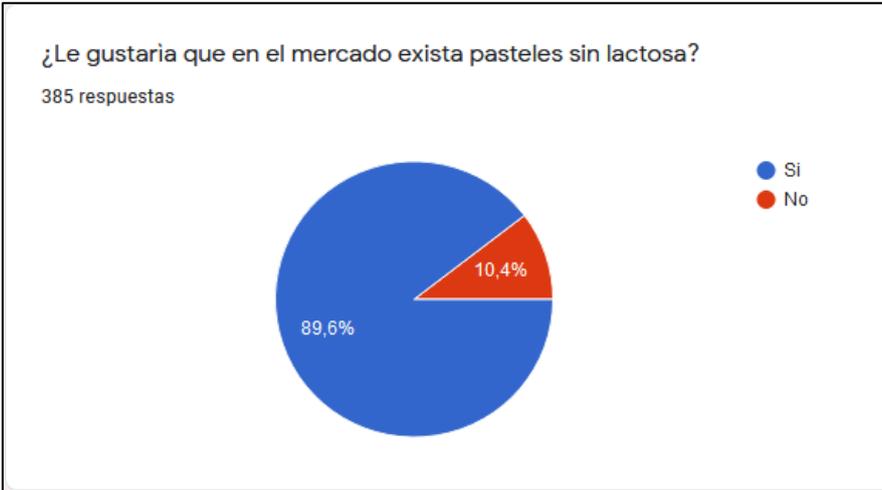


Grafico 14. Encuesta. Pregunta 8



Grafico 15. Encuesta. Pregunta 9

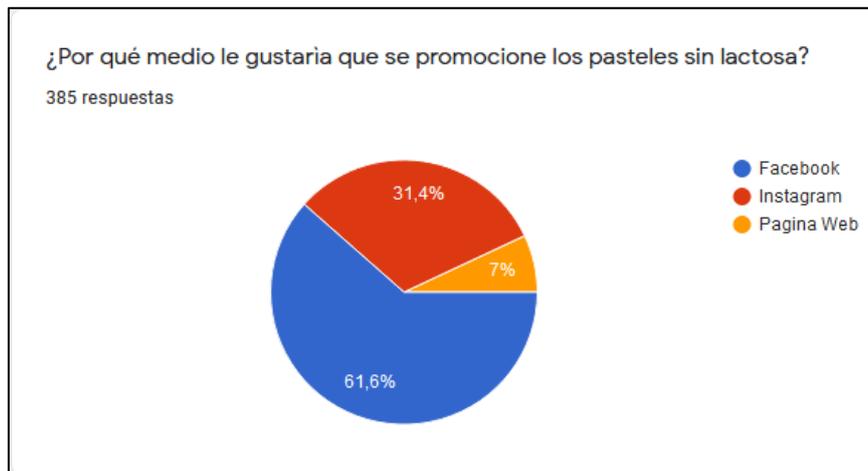


Gráfico 16. Encuesta. Pregunta 10

3.10 Relación oferta y demanda

En el presente proyecto se realizará un estudio de mercado analizando la oferta y demanda que existe en el sector a estudiar. Considerando los resultados se tendrá en cuenta si es bueno acceder al mercado o no. (OkDiario, 2016)

Dejando a un lado la incertidumbre y trazando un camino con más certeza y sin dudas, es lo que el estudio de mercado brindará a la investigación. La información que se obtenga es vital para poder estar seguro de que el producto va a tener un buen auge ante la sociedad y de esa manera poder emprender correctamente.

Es necesario analizar algunos aspectos importantes antes de sacar el producto al mercado como: el objetivo del emprendedor, el target al que va dirigido, las empresas competidoras, nichos de mercado, espacios de información al público y el tipo de producto que se va a ofertar.

Junto con lo anteriormente mencionado en el mercado, existen tres universos distintos de competencias: producto de consumo, servicios y tecnología. Se debe distinguir que se va a ofertar para direccionar el estudio. (OkDiario, 2016)

Teniendo presente que lo que se ofertará en el mercado es un producto de consumo, se evaluarán distintos aspectos como: en qué hora del día consumiría mejor el producto, cuanto estaría dispuesto a pagar, medio de promoción, entre otros aspectos importantes a evaluar para que el proyecto llegue a tener un buen futuro en el mercado.

3.11 Segmentación de mercado

Según el Gobierno Provincial de Pichincha, el Cantón Rumiñahui, cuenta con una superficie de 136 km² y una población de 85.852 habitantes, ubicado al Sur de la Provincia de Pichincha, en el Valle de los Chillos. Limitación al Norte, Este y Oeste con el Distrito Metropolitano de Quito y al Sur con el Cantón Mejía. Parroquias Sangolqui, San Pedro de Taboada, San Rafael, Cotogchoa y Rumipamba.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) realizado el año 2010 en el centro de la ciudad de Sangolqui, existe una población de 75,080 habitantes.

3.11.1 Población cantonal por sexo y grupos de edad

Pirámide de la población cantonal por grupos de edad según sexo (2010)

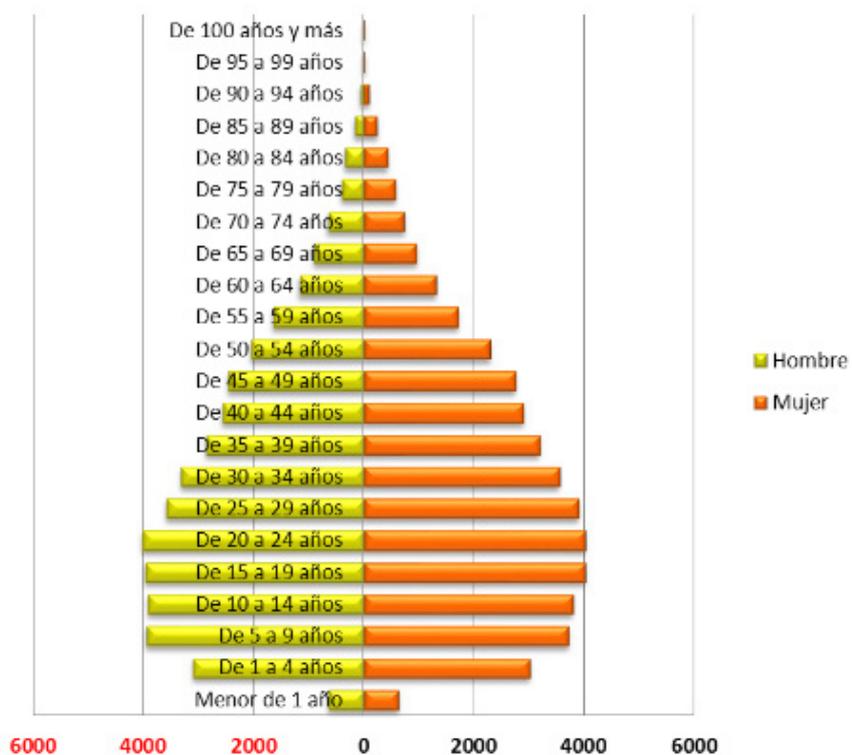


Imagen 7. Población cantonal

Fuente: Censo 2010 – Rumiñahui, INEC

3.12 Mapa del cantón Rumiñahui



Imagen 8. Mapa cantón Rumiñahui

Fuente: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=1556359>

3.13 Mapa de las parroquias urbanas y rurales del cantón Rumiñahui

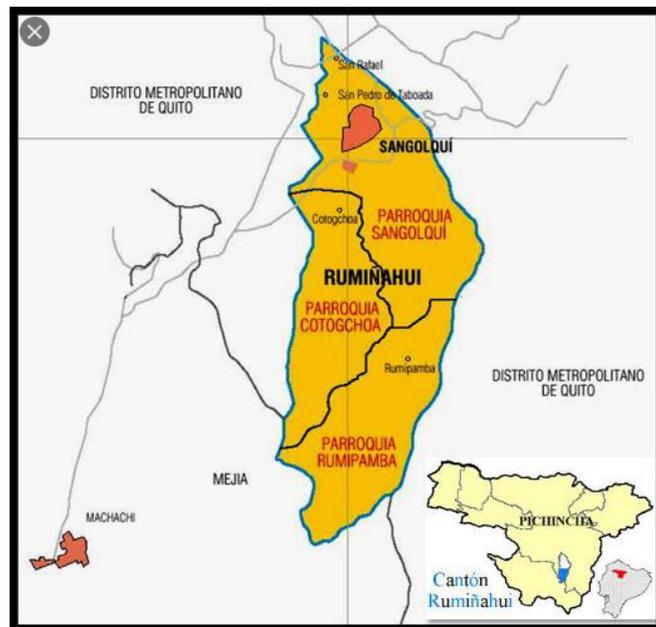


Imagen 9. Mapa parroquias urbana y rural

Fuente: <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream>

3.14 Ubicación de la zona

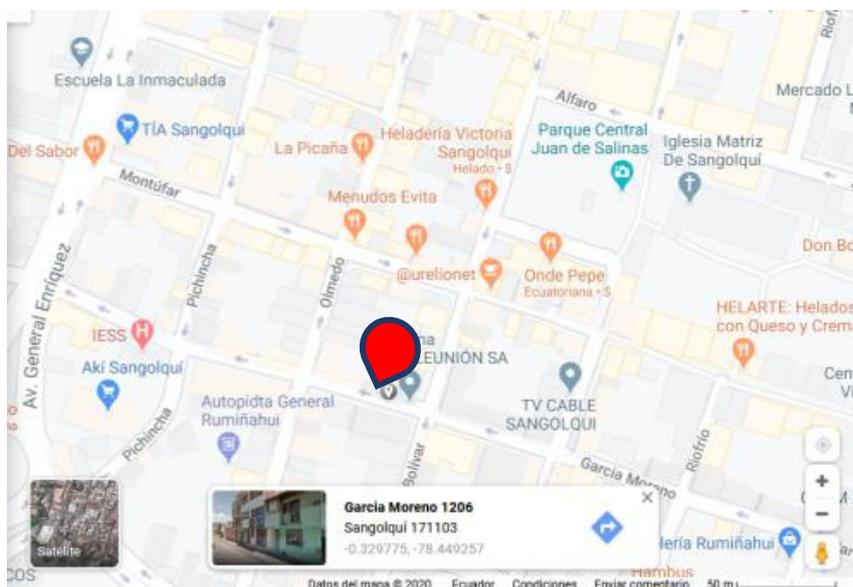


Imagen 10. Ubicación de la zona

Fuente: <https://www.google.com/maps/place/Sangolqui>

3.15 Análisis de la competencia

Hablando de la competencia que podría existir en el punto geográfico del proyecto, es muy escasa ya que no existe una competencia directa hacia los productos a ofertar. Muchos de los establecimientos que se encuentran en la zona no representan una amenaza directa ya que según la investigación realizada, ninguno de ellos elabora pasteles para personas intolerantes a la lactosa.

Teniendo en cuenta esta investigación, se puede decir con certeza que por este lado resultaría factible llevar a cabo el proyecto, ya que a más de ser un producto que ayudaría a las personas con intolerancia a la lactosa a llevar un mejor estilo de vida, resultaría un producto novedoso para el mercado y no solo para el sector, sino también para toda la población que tenga este padecimiento.

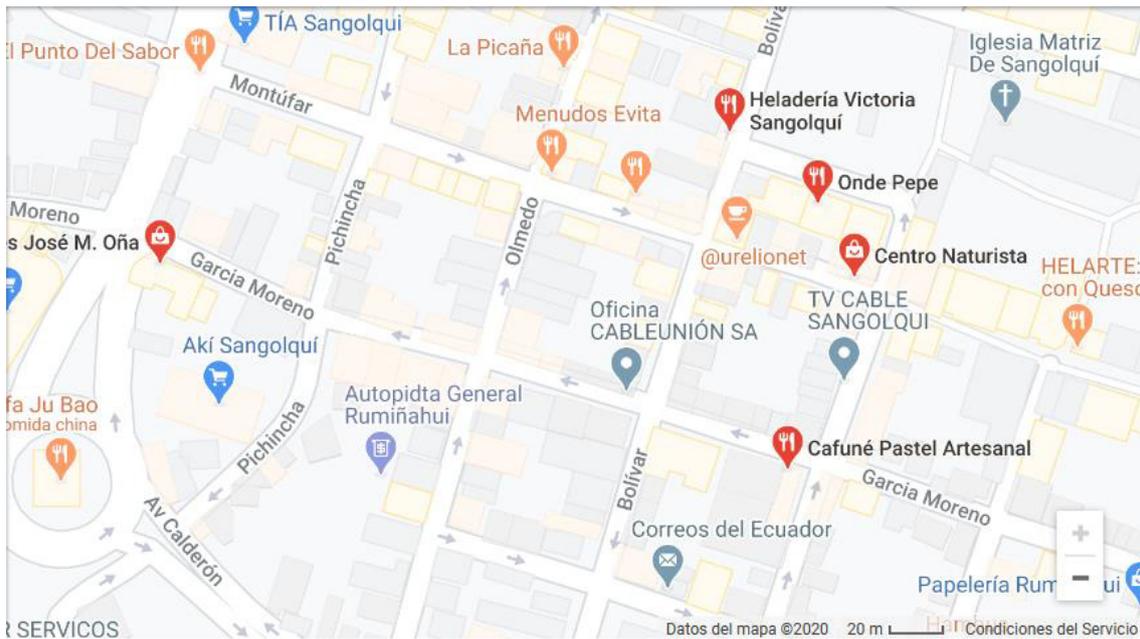


Imagen 11. Mapa de la competencia

Fuente:<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&tbm=lcl&sxsrf=ALeKk01>

3.16 Ferias sectoriales

En la parroquia de Sangolquí, en el cantón Rumiñahui existen ferias que se realizan en distintos lugares para fortalecer la Economía Popular y Solidaria (EPS), muchas de ellas son realizadas por la Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).

En dichos lugares existen una gran variedad de productos que son ofertados y puestos a conocimientos de todo el público que asiste a estas ferias. El fin de esto a más de promover nuevos emprendedores, es enterarse de artículos novedosos que a la ciudadanía podría interesarle.

	<p>Parque Santa Clara de Sangolqui – Nosotros emprendemos hecho a mano – 35 emprendedores (Feria de emprendedores)</p>
	<p>Parque Turismo de Sangolqui – Nosotros emprendemos – 40 emprendedores (Feria de emprendedores)</p>
	<p>Parque Turismo de Sangolqui – Nosotros emprendemos hecho a mano – 15 emprendedores (Feria de emprendedores)</p>

Tabla 3. Ferias sectoriales

Fuente: Adriana Santacruz

3.17 Estudio del consumidor

Teniendo en presente que en el mundo existe una población considerable que es el 75% que presentan intolerancia a la lactosa, este proyecto tendrá un enfoque en dichas personas, ya que en ciertos países no han sido tomados en cuenta como deberían.

Tal es el caso de Ecuador, ya que muchos de los establecimientos que expenden alimentos preparados, sobre todo en productos de pastelería, no tienen el conocimiento suficiente para saber sobre el tema y la materia prima correcta, que ocasiona el problema a este grupo de población.

El target definido para este proyecto son personas intolerantes a la lactosa, ya que son muy escasos los productos que pueden consumir con tranquilidad y sin el temor que les ocasione un daño intestinal y a su integridad. Por esa razón los pasteles sin lactosa son una buena propuesta para dicha población, porque serán realizados con ingredientes adecuados y que cumplan todas las normas para realizar un producto de primera.

La población a considerar, a más de presentar este trastorno, será de un grupo social medio a alto y sin rango de edad, ya que con los productos a trabajar son de un costo elevados y no muy fáciles de encontrar en el mercado.

Si el mercado a considerar tiene las características antes mencionadas, la forma en cómo se promocionara el producto será netamente dirigido a dicho target, con las promociones, el servicio y el producto para satisfacer todas las necesidades del cliente. De esa manera llegar a tener una empresa exitosa ofreciendo un valor adicional y exclusivo.

3.18 Porcentaje de intolerancia en el mundo

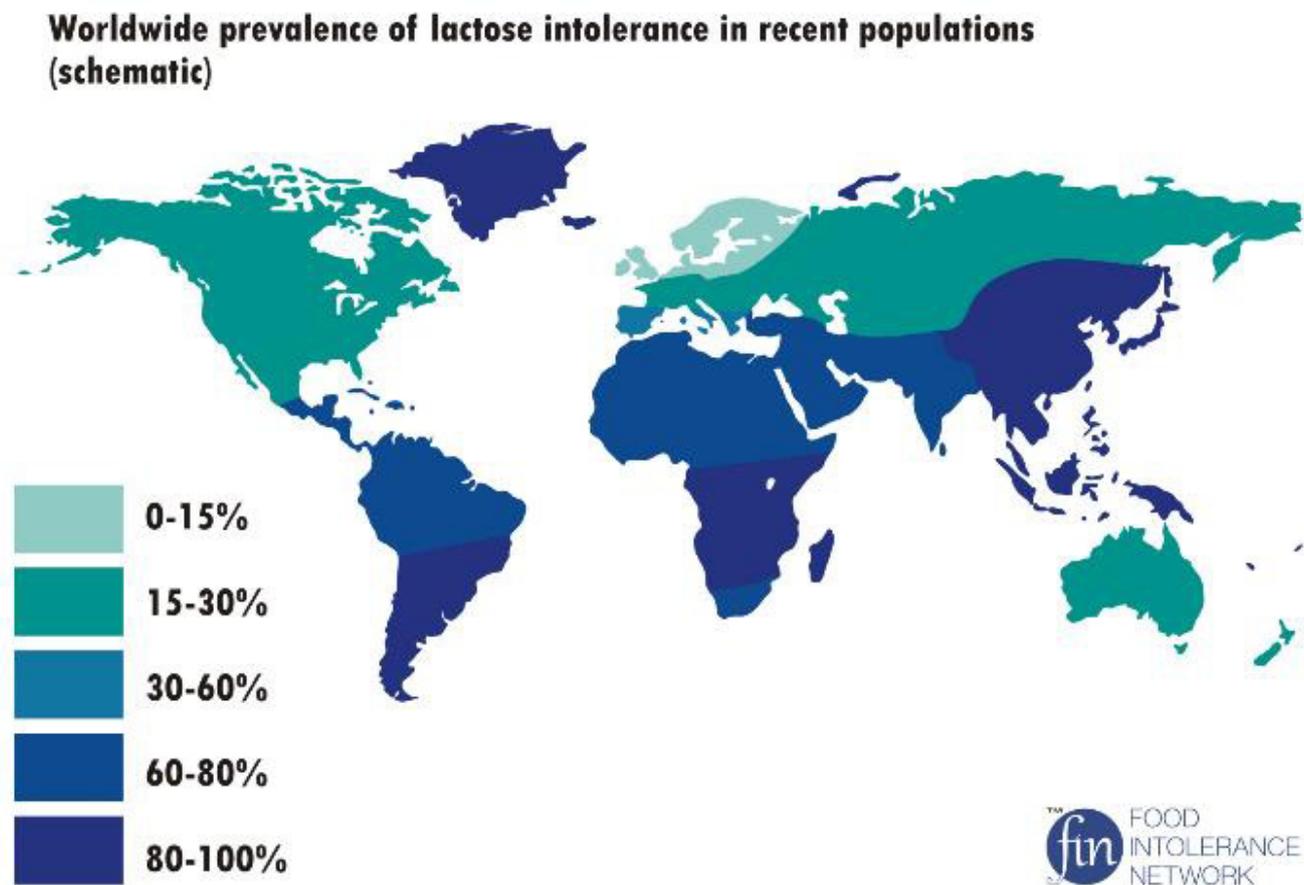


Imagen 12. Porcentaje de intolerancia en el mundo

Fuente: <https://www.food-intolerance-network.com/food-intolerances/lactose-intolerance/ethnic-distribution-and-prevalence.html>

3.19 Estrategia competitiva

3.20 Análisis FODA

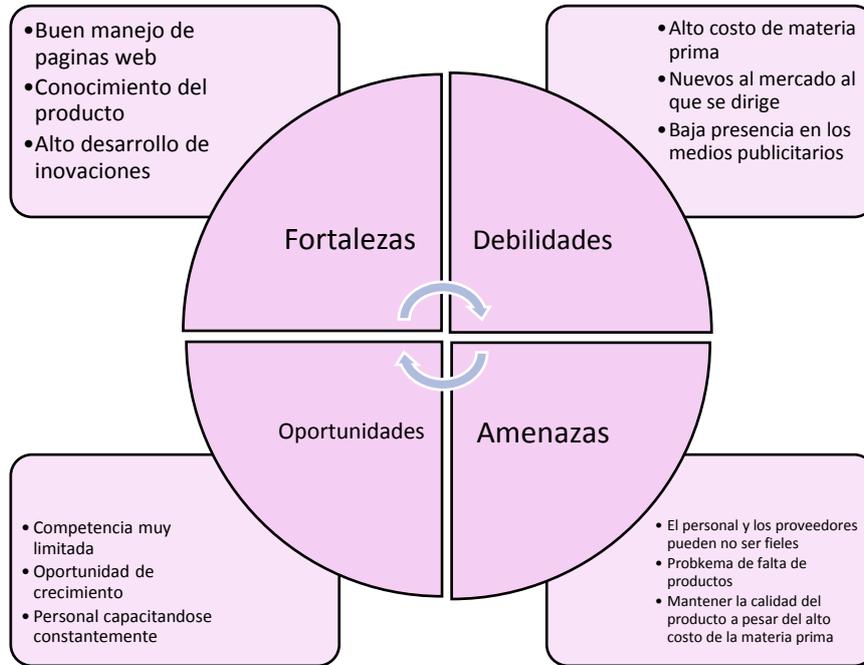


Grafico 17. Análisis Foda

Fuente: Adriana Santacruz

3.21 Las 5 fuerzas Porter

Es el modelo que permite a las empresas una reflexión estratégica para determinar la rentabilidad de un sector, de esta manera poder evaluar el valor a largo plazo. Con las cinco fuerzas de Porter se puede realizar un autoanálisis para diseñar las estrategias adecuadas. Una empresa para poder formular una estrategia competitiva debe relacionarse con el medio ambiente en la que se encuentra. (Rico, 2018)

La estructura del modelo Porter que componen las cinco fuerzas, son las que fijan los precios, costos y requerimientos de inversión, se basa en la economía para evaluar la competencia.



Grafico 18. Las 5 fuerzas Porter

Fuente: <https://dircomfidencial.com/diccionario>

3.21.1 Análisis Porter

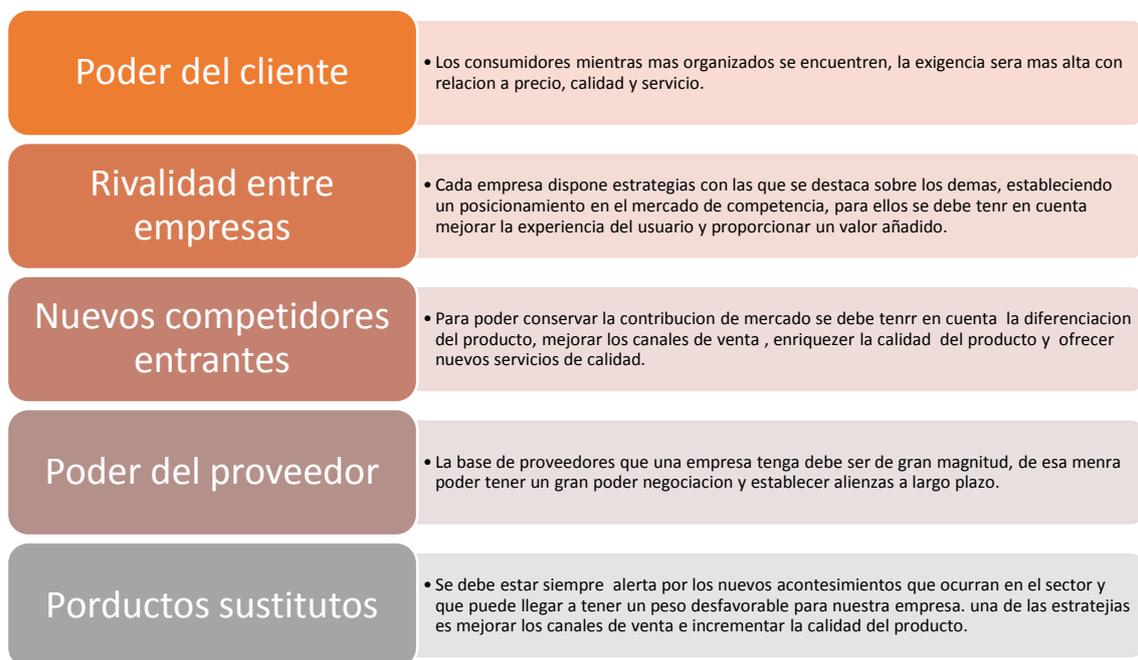


Grafico 19. Análisis Porter

Fuente: Adriana Santacruz

3.22 Concepto Start Up

Desde el inicio hasta hoy, el concepto de Startup ha ido avanzando y transformando desde que el termino fue grabado en los años 50 en Silicon Valley, y desde entonces es definida como aquella sociedad que a pesar de tener un bajo costo de implementación para su desarrollo, consigue obtener resultados sorprendentes en el mercado, y de cierta manera los Business Angels se ven atraídos por invertir dinero en distintas Startups, teniendo la esperanza de que resulten un boom en la sociedad, llegando hacer una empresa consolidada.

Este modelo de negocio ha tenido una muy buena aceptación en el mundo empresarial ya que se relaciona como una empresa innovadora. Apunta a ideas de cualquier sector económico y sociocultural que, normalmente esta relacionado con el

ámbito tecnológico, ya que son empresas que están relacionadas directamente con el mundo del Internet y las TICs.

La definición según Steve Blank y Bob Dorf (2013) “una organización temporal en busca de un modelo de negocio rentable, repetible y escalable”. (Pindora, 2016)

Startup o empresa emergente, es una idea innovadora de creación que es capaz de comercializar producto y/o servicios a través del uso de la tecnología en información y comunicación. Esto resulta útil, siempre y cuando desarrolle la economía de un sector y permita un crecimiento rápido y sostenible en el tiempo.

Una de las características es que son empresas chicas o medianas, con una necesidad de capital inferior a las empresas tradicionales y que poseen pocos socios. Están en busca de nichos de mercados que tengan un gran potencial para explotarla y de esa manera venderla a compañías más grandes.

La principal función de esta empresa es lograr un acercamiento y un trato con el cliente, en muchas ocasiones resulta ser un reto grande, ya que al no contar con un presupuesto para poder financiar las campañas de marketing, aquellas que permite tener clientes de forma masiva, esta busca en internet una manera para más económica para darse a conocer, llegando a una buena cantidad de personas.

La innovación es una de las principales características de un Startup, ya que fomenta el trabajo en equipo y la creatividad aportando ideas significativas, de esa manera genera una mayor participación entre los colaboradores. (Scoble, 2015)

3.23 Modelo Canvas

El modelo Canvas o business model canvas, fue elaborado y diseñado por el doctor Alexander Osterwalder. Este modelo, se basa en encontrar y generar nuevas formas de crear, entregar y captar valor para el cliente mediante el aprendizaje validado.

El formato Canvas se divide en nueve módulos y cada uno de ellos son los elementos que necesita una empresa para lograr sus objetivos.

3.23.1 Elementos del negocio Canvas

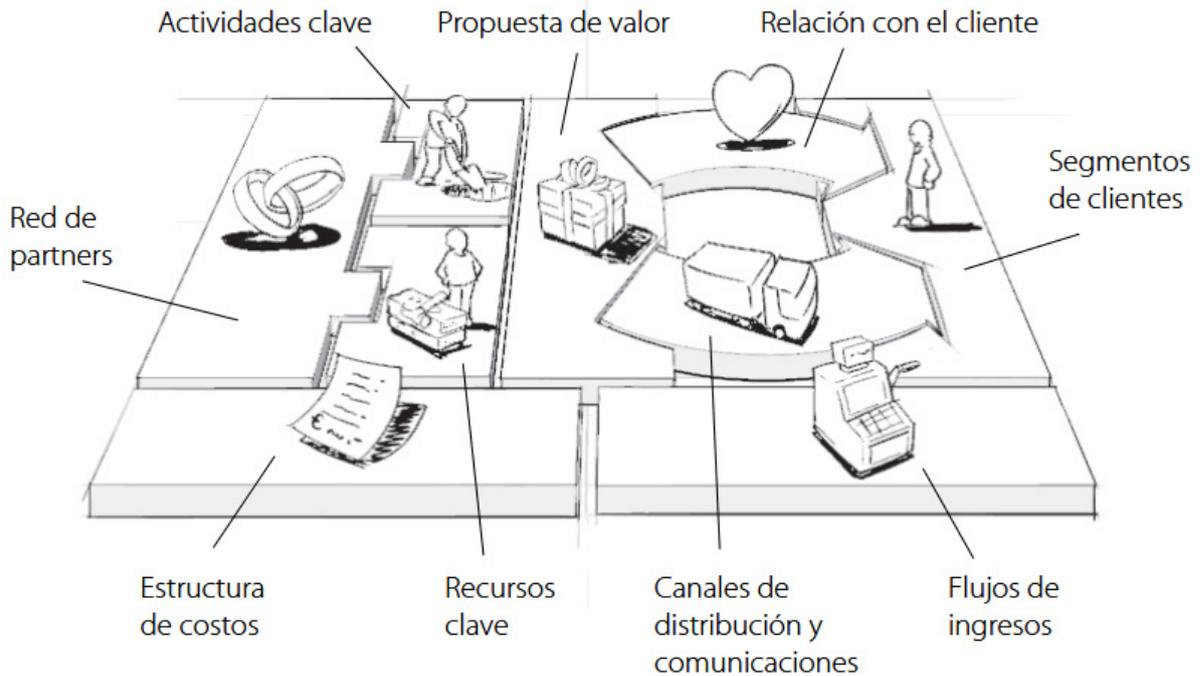


Imagen 13. Elementos del negocio Canvas

Fuente: http://www.fadu.edu.uy/marketing/files/2013/04/BMC_2015.pdf

3.23.2 Segmento de clientes

Encontrar las necesidades del cliente. Nuestro foco siempre es el cliente y debemos dirigir el producto a sus necesidades y deseos. Para poder identificar cuáles son sus problemas y los beneficios que le puede contribuir nuestro producto/servicio. Llegando a ellos a través de diferentes canales de distribución y difusión. (The Business Model Canvas, 2013)

3.23.3 Propuesta de valor

La ventaja competitiva es, por qué el cliente nos va a comprar a nosotros y no a otro. Aquí se incluye lo que hace diferente e innovador a nuestro producto/servicio. Describe los productos y servicios que crean valor para un segmento específico de clientes.

3.23.4 Canales de distribución

Describe como una compañía se comunica y llega a su segmento de clientes para brindar una oferta de valor. Una vez definidos nuestros clientes y la propuesta de valor que les ofrecemos, vamos a decidir los canales de distribución del producto o servicio.

3.23.5 Relación con los clientes

Describe los tipos de relaciones establecidas en una compañía con los segmentos establecidos. El tipo de relacionamiento determinado tiene un fuerte impacto en la experiencia del consumidor puede variar a partir relaciones personales hasta una relación automatizada a través de correo o Internet.

3.23.6 Flujo de ingresos

Lo primero que se debe hacer para darse cuenta que se tiene ingresos en una empresa es restar los gastos de los ingresos.

3.23.7 Recursos clave

A la hora de establecer el plan de negocio, debemos conocer con qué medios contamos y con los que debemos contar para llevar a cabo la actividad de nuestro negocio. Siempre se debe tener presente en la forma de optimizarlos, consiguiendo la máxima productividad al mínimo coste.

3.23.8 Actividades clave

Describe los activos más importantes requeridos para producir el modelo de negocio. Son esenciales ciertas actividades para preparar el producto antes de que llegue a los clientes.

3.23.9 Alianzas clave

Red de proveedores y socios que hacen funcionar al negocio.

Los Socios: una buena red de partes puede ayudar a ganar más rápido al cliente, gracias a su reputación y experiencia.

Los Proveedores: proporcionan los medios clave para poder brindar los servicios/producto final. Estructura de costos Se debe definir las prioridades y los gastos fundamentales, tener bien en claro la estructura que nos ayudará a no desviarnos de los presupuestos y que el negocio no fracase por problemas de financiación. (The Business Model Canvas, 2013)

3.23.10 Modelo Canvas de la empresa

Socios Claves  <ul style="list-style-type: none"> *Proveedor de productos sin lactosa *Distribuidores 	Actividades Claves  <ul style="list-style-type: none"> *Ventas *Fabricación *Plataforma/ red Recursos Claves  <ul style="list-style-type: none"> *Web de calidad *Vehículo Productos 	Propuesta de Valor  <ul style="list-style-type: none"> *Confiabilidad *Producto fresco 	Relación con el Cliente  <ul style="list-style-type: none"> *Redes sociales *Página Web *Teléfono móvil *Transparencia *Responsabilidad Canales  <ul style="list-style-type: none"> *Web *Redes sociales *Servicio a domicilio *Marketing on-line 	Segmento de Clientes  <ul style="list-style-type: none"> *Clientes meta *Ingresos medios/altos *Intolerantes a la lactosa
Estructura de coste  <ul style="list-style-type: none"> *Costes variables en función del volumen de pedidos *Costos de producción *Publicidad / redes sociales 		Fuentes de Ingreso  <ul style="list-style-type: none"> *Venta de productos 		

Tabla 4. Modelo Canvas de la empresa

Fuente: Adriana Santacruz

3.24 Plan de Marketing

Se define en satisfacer las necesidades del cliente, siendo eficaz al momento de llegar al mercado meta, creando, comunicando, produciendo y vendiendo.

El marketing proporciona valor y satisfacción a sus mercados; para ello la empresa debe encontrar la manera más efectiva de acercarse al mercado y de esa modo ser capaz de identificar las necesidades del cliente, de diseñar y desarrollar ofertas acordes al gusto del mismo, llegando a transmitir las de forma clara y efectiva. Lo

fundamental del marketing es el análisis estratégico, junto con técnicas de comercialización, observando respuestas hacia los mercados. (Tirado, 2013)

3.25 Marketing mix

Es una herramienta que combina algunos elementos controlables por las empresas como: producto, precio, plaza, promoción; Lo que compone las 4Ps del Marketing Mix. Estas son herramientas tácticas que la empresa utiliza para producir una respuesta satisfactoria en el mercado meta, en conclusión es todo lo que un negocio debería realizar para que la demanda influya en el producto. (Novoa, 2016)

3.25.1 Las 4Ps de la empresa

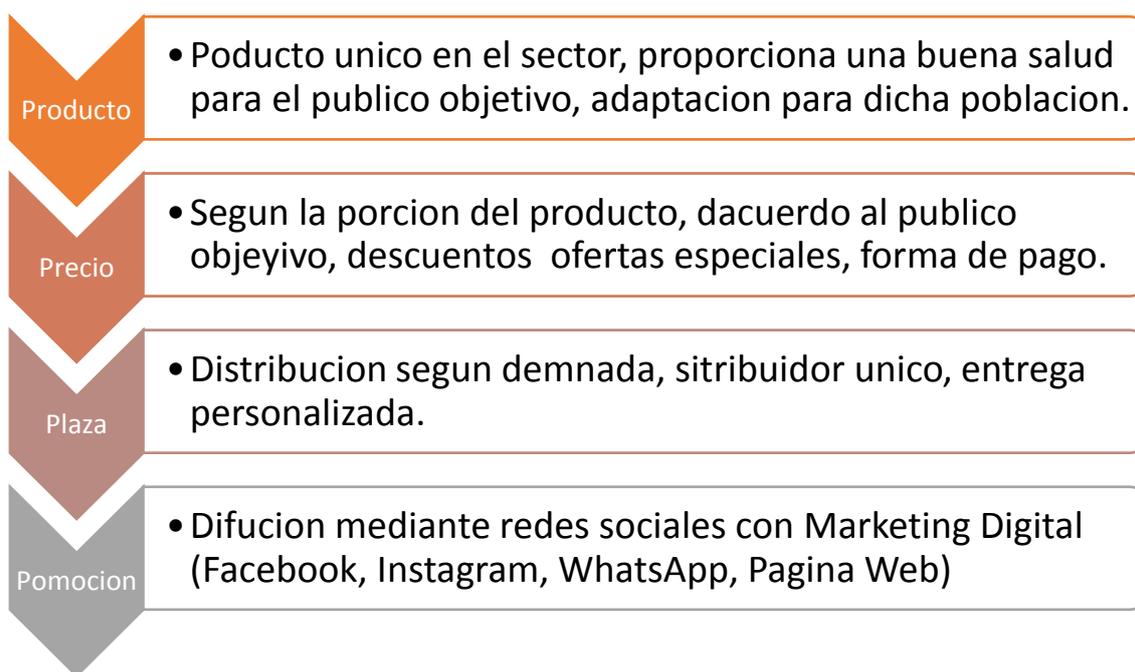


Grafico 20. Las 4Ps de la empresa

Fuente: Adriana Santacruz

3.25.2 Conceptos básicos del marketing

Se define como un proceso social y de gestión, a través del cual las asociaciones obtienen lo que necesitan y desean; el producto; valor, satisfacción y emoción; intercambio, transacción y relación; mercado; gestión de marketing

3.26 Marketing digital

Adopta varias definiciones, entre una de ellas es integrar estrategias y técnicas diversas pensadas para el mundo digital, abarcando toda la parte de comunicación, publicidad y relaciones públicas.

Según el Institute Digital Marketing (IDM) es “el uso de tecnologías digitales para crear una comunicación integrada, objetiva y medible que ayuda a adquirir y retener clientes mientras se construyen relaciones más profundas con ellos”. Concluyendo, el marketing digital son actividades orientadas a la promoción, comunicación y comercialización electrónica mediante el uso de redes sociales, internet y aplicaciones de bienes, servicios o marcas. (DanielEstebanAcostaHerrera, 2019)

El marketing digital para una empresa tiene el objetivo de atraer nuevos clientes, crear relaciones, desarrollar una identidad de marca y llegar a un público objetivo. Es una de las maneras principales en las que una empresa puede llegar a comunicar al público de forma directa, personalizada y en el momento exacto. Según Philip Kotler lo define como “El proceso social a partir del cual las personas y grupos de personas satisfacen deseos y necesidades con la creación, oferta y libre negociación de productos y servicios de valor con otros”.



Imagen 14. Marketing digital

Fuente: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>

3.26.1 Características

Existen dos características que sobresalen entre las empresas y lo diferencian del marketing tradicional.

Personalizado: los usuarios buscan información cada vez más específica y personalizada y eso es más fácil gracias a las nuevas tendencias que el marketing digital ha adoptado en los últimos tiempos, permitiendo que cada internauta reciba y sugiera información automáticamente sobre lo que le interesa y ha buscado anteriormente o esté definido entre las preferencias más solicitadas.

Masivo: con una cantidad mucho menor de recursos, se puede abarcar un mayor número de personas que llegan hacer parte del público objetivo. Por lo tanto la inversión proporcionada será mejor definida. (López, 2018)

3.26.2 Estrategia de marketing digital



Imagen 15. Estrategia marketing digital

Fuente: <https://es.slideshare.net/ChristianFabianMontoyaOrtiz>

3.26.3 Las 4 Fs del Marketing Digital



Imagen 16. Las 4 Fs del marketing digital

Fuente: <https://es.slideshare.net/definiciones-de-marketing-online-y-roi.net/>

El modelo que compone los elementos esenciales para una estrategia de marketing digital efectiva para cumplir los objetivos de las empresas en internet.

Flujo: el usuario se tiene que sentir atraído por el contenido y la interactividad que la página le proporcione al internauta al momento de ingresar a la web, y de esa manera captar la atención añadiendo un valor.

Funcionalidad: los recursos digitales usados en la web deben crear una homepage atractiva, con una navegación clara, atractiva y útil para el usuario, de esta manera se previene que abandone la página por haberse perdido. (DanielEstebanAcostaHerrera, 2019)

Feedback (retroalimentación): la interactividad con el usuario debe ser esencial para poder crear un vínculo de confianza, que es la clave. Consiste en una comunicación empresa – usuario y viceversa, debe existir un dialogo en que la opinión del cliente tenga importancia de peso para la página. (Fandiño, La era del marketing digital y las estrategias Publicitarias en Colombia, 2018)

Fidelización: tener un dialogo personalizado con los cliente, llegando a establecer un vínculo de fuerza y lealtad que sea duradero; proporcionando un tema de interés que le permita al usuario mantenerse en constante contacto con la página de la empresa, para ello es importante tener comunicaciones online. (López, 2018)

3.26.4 Estrategias utilizadas en el marketing digital

Seo: (Search Engine Optimization –Posicionamiento orgánico o gratuito)

Actualmente es utilizado para el buen posicionamiento en buscadores web, usando prácticas y técnicas que los principales motores de búsqueda emplean. No se debe destinar un presupuesto ya que es gratuito, por otra parte para que el

posicionamiento este entre los primeros lugares, demanda recursos técnicos y especializados de profesionales. (Fandiño, Universidad Nacional de Colombia, 2018)

3.27 Email Marketing

Consiste en el uso del email para, el envío de mensajes publicitarios, como medio comunicación para promocionar un producto o servicio, mantenerse en contacto con el consumidor y de esa manera enfocarse en la fidelización del cliente. El objetivo principal de las campañas del email marketing es beneficiarse con las ventas.

Se debe tener en claro a que publico se quiere llegar, teniendo en cuenta esto, se puede enviar mensajes con la información de interés y calidad para no caer en la carpeta de “no deseados” y poder tener un contacto con ellos. La base de datos juega otro papel muy importante ya que ahí se encuentran los clientes actuales y potenciales de la empresa, al igual que los suscriptores voluntarios para recibir una información valiosa.

	Reduccion de costos
	Reduccion de tiempo
	Flexibilidad de formato
Ventajas	Personalizacion restable
	Medio totalmente directo
	No tiene límite el volumen de información
	Inversión mínima y controlada

Grafico 21. Email marketing (ventajas)

Fuente:<http://pa.bibdigital.uccor.edu.ar>

Logros

Conducir tráfico a la página web

Promocionar alguna acción especial

Obtener beneficios a través de la publicidad

Ahorro de costos

Investigacion

Notoriedad e imagen de lamarca

Grafico 22. Email marketing (logros)

Fuente:<http://pa.bibdigital.uccor.edu.ar>

3.28 Canales de difusión



La Web en general es uno de los métodos más importantes y utilizados de comunicación que existe en el internet hoy en día. Un sistema de información que contiene enlaces a otras secciones del mismo u otros documentos. La información se establece en páginas web,

“Se denomina páginas Web a documentos que contienen elementos multimedia (imágenes, texto, audio, vídeo, etc.) además de enlaces de hipertexto.” (Tecnica)

Tiene una estructura Cliente – Servidor y por ser cada vez más moderna tiene la capacidad de comprenderse con otro tipo de servicios o protocolos. Se conoce que un sitio web es un conjunto de páginas web y archivos electrónicos, incluyendo a la home page. Generalmente lo más común es que los sitios web son empleados tanto por las

instituciones públicas como privadas, organizaciones e individuos para llegar al mundo entero. (Técnica)

Hablando de las empresas, tiene que ver con lo que oferta de bienes y servicios a través del internet, brindando de esta manera un mejor atención al público. En los sitios web se destaca diversos géneros como los sitios de: negocios, servicio, comercio electrónico en línea, imagen corporativa, entretenimiento, redes sociales y sitios informativos.

Hoy en día las páginas web tienen una gran importancia, ya que muchas personas exponen sus servicios o productos por ese medio, dando a conocer su trabajo. Como cada vez la población que utiliza internet se incrementa considerablemente, es mucho más factible hacer ofertas por este medio, teniendo en cuenta que la mayor parte de usuarios cuentan con ocupaciones que no les permite realizar compras en física. Por otra parte resulta mucho más fácil buscar lo que uno necesita por los sitios web sin necesidad de salir de la comodidad de casa.

3.29 Navegadores web



Imagen 17. Navegadores web

Fuente: <https://sites.google.com/site/lfdgjacg0001/navegadores>

3.30 Redes sociales

En los últimos años las redes sociales han adquirido una importancia notable. Las redes sociales ocupan un lugar notable en el medio de las relaciones personales. “Una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común” (Ponce, 2012). Hoy en día las redes sociales forman parte de nuestra vida y un medio de sobrevivencia de cierta manera.

El uso del internet y las redes sociales son un fenómeno de gran relevancia social, cultural, política y sobretodo económico, ya que para un gran número de personas resulta como su fuente de ingresos. (Hernández, 2015)

Los intereses, necesidades o valores comunes es lo que conecta para que personas u organizaciones formen estructuras en internet. Creando relaciones individuo-empresa.

3.30.1 Clasificación de las redes sociales

Hay un sinnúmero de redes sociales que se puede encontrar según su prototipo y ámbito. Para generalizar, viendo desde un panorama más amplio, se puede decir que hay tres grandes categorías que engloban los conceptos.

Redes Personales	Redes Tematicas	Redes Profesionales
<ul style="list-style-type: none"> En esta los usuarios pueden publicar cualquier tipo de informacion personal, ya sean fotos, videos, musica, etc... Al mismo tiempo pueden relacionarse con multiples personas. Las redes mas utilizadas para esto son: Facebook, Instagram y Twiter. 	<ul style="list-style-type: none"> Estas se centran en un tema en concreto en torno a intereses comunes. Un ejemplo son los foros, en donde las personas pueden realizar comentarios y opinar de los diferentes temas tratados. 	<ul style="list-style-type: none"> Una de las mas usadas actualmente, son unca y exclusivamente para el ambito laboral. En ellas se ponene en contacto aquellos que buscan trabajo y aquellos que ofrecen trabajo. Las relaciones entre usuarios es netamente profesional.

Grafico 23. Clasificacion de las redes sociales

Fuente: https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE000563.pdf

3.31 Redes sociales más utilizadas

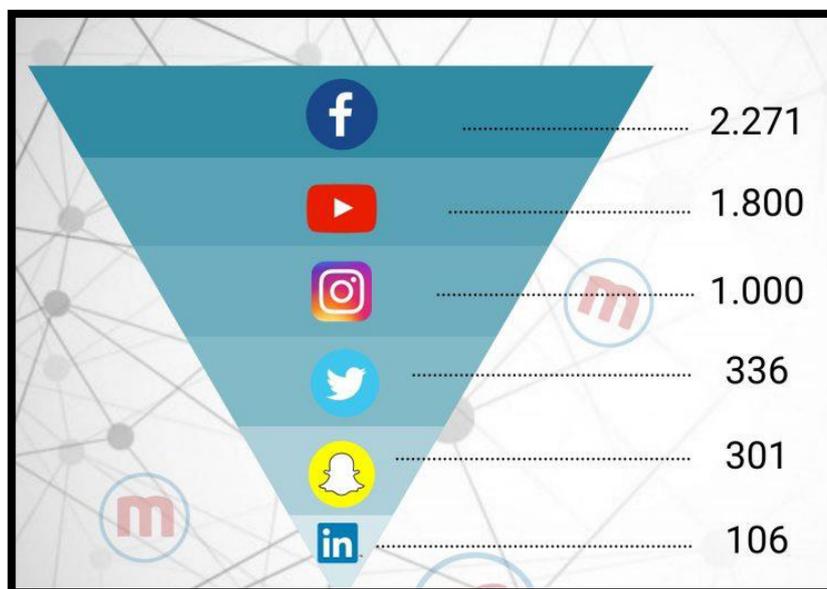


Imagen 18. Redes sociales mas utilizadas

Fuente: <https://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-en-2019/>

3.31.1 Facebook



Fue creada por Mark Zuckerberg, es una red social abierta para cualquier persona que tenga un correo electrónico, cuenta con múltiples funciones, entre una de ellas está la de crear páginas. Hoy en día se encuentra entre las más populares del mundo, por ese motivo las empresas han optado por crear cuentas para publicitar su producto o servicio, de la misma manera mantener al usuario al día con las novedades y ofertas.

3.31.2 Instagram



Fue creada por Kevin Systrom y Mike Krieger en el año 2010, es una aplicación y red social que consiste principalmente en subir fotos, imágenes y videos. Muchos negocios de productos y servicios lo utilizan para publicar y promocionar sus artículos y dar a conocer lo que ofertan, de la misma manera proporciona información como lugar, teléfono y sus gustos.

3.32 Beneficios de las redes sociales

Ha evolucionado a un ritmo muy acelerado, en donde las personas se han adaptado de una manera bastante fácil y rápida. Hoy en día las plataformas sociales más populares son las que mandan sobre el marketing, volviéndose para los negocios algo que ya no es opcional. El costo de utilización es muy bajo y la popularidad que se obtiene es muy alta, facilitando la promoción de productos y servicios, gracias a la interacción personal con los clientes.

Este medio se está volviendo clave en la estrategia de marketing digital de cualquier empresa, ya sea un negocio únicamente online, físico o a su vez ambos. Sin embargo, son pocos los que verdaderamente sacan provecho y conocen las innumerables ventajas de las redes sociales.

Crear un perfil social es realmente fácil, pero nunca se debe dejar de lado una planificación necesaria para garantizar un manejo eficaz y efectivo acorde al plan de marketing que la empresa maneje. Los objetivos deben relacionarse con la actividad de la empresa, el producto o servicio que ofrece, la competencia y la información que se desea difundir al cliente, de esa manera lograr una fidelización y hasta encontrar clientes potenciales.

El principal objetivo de la empresa en las redes sociales es el cliente, hoy en día la mayor parte de personas posee un perfil en alguna red social. La presencia que una empresa posee es fundamental para llamar la atención, al mismo tiempo de la variedad de artículos y la manera en la que esta ofrezca.

Una de las mejores ventajas es que se puede seleccionar al target al que se desea llegar, aumentando los canales de comunicación con los clientes, brindando una atención personalizada y amigable. La difusión se la realiza de una manera rápida haciendo viral las ofertas y promociones de la empresa, de la misma manera la información que se proporcione a los clientes para llamar su atención.

De cierta manera es una manera resulta una nueva oportunidad de negocio, valorando una posible internacionalización, mejorando el posicionamiento en el Internet y esto se logra adquiriendo experiencia ya que este es un mundo que está en constante crecimiento.

3.33 Entregas a domicilio

Uber eats: Lo primero es registrarse en la plataforma de la empresa, a continuación se llena un formulario que se detalla el restaurante y lo que oferta. Una vez la App revise el perfil del establecimiento se comunicaran con el dueño.

Glovo App: Contactarse con la página de Globo, llenar la información específica y necesaria sobre la empresa que quiere ser parte de Globo. En unos días tendrá una respuesta de que está formando parte de Globo App.

3.34 Nombre y Logo

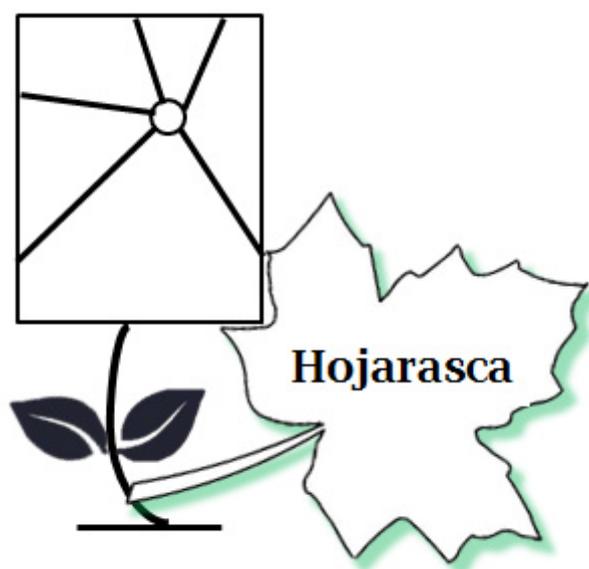


Imagen 19. Nombre y logo

Fuente: Adriana Santacruz

CAPITULO IV

4 Historia de la pastelería

La pastelería es el oficio y el arte basada en la técnica de trabajar pasteles o pastas de toda clase. En la antigua Roma, por el siglo, IV a.C introduciendo el oficio de los “pastillariorum”. (Rodriguez, 2018)

En el antiguo Egipto se elaboraban recetas que su ingrediente principal era la miel, se los ponía al sol para que se secaran y los únicos que podían deleitar con ese manjar, eran los reyes de los palacios.

En esa época la pastelería genera una estrecha relación con la religión, nace el primer pastel llamado obleas, las que estaban dirigida principalmente a las iglesias. (Diario de gastronomía , 2014)

4.1 Clasificación de la harina



Imagen 20. Clasificación de la harina

Fuente: https://www.taringa.net/juliog87/interesante-para-no-morir-en-la-ignorancia-harina_tv4hz

4.2 Línea de productos libre de lactosa

- Mantequilla sin lactosa (vegetal)
- Leche de almendras
- Leche de soya
- Leche de coco
- Leche de arroz

4.2.1 Tabla nutricional de productos

<p>Mantequilla vegetal</p>		 <p>INFORMACIÓN NUTRICIONAL: Tamaño por porción: 14 g (1 cda) Porciones por envase aproximado: 36 Cantidad por porción: Energía (calorías) 292 kJ (70 cal), (70 cal), Energía de Grasa 292 kJ (70 cal), Grasa Total 8 g (12% VDR). De los cuales: Ácidos grasos saturados 5 g (10% VDR), Ácidos grasos monoinsaturados 3 g (6% VDR), Ácidos grasos poliinsaturados 0 g (0% VDR), Colesterol 0 mg (0% VDR), Sodio 212 mg (12% VDR), Carbohidratos Totales 0 g (0% VDR), Proteínas 0 g (0% VDR)</p>																																												
<p>Chocolate libre de lactosa</p>		 <p>Información Nutricional</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Componentes por porción</th> <th colspan="2">% Valor diario</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Cantidad por porción</th> <th colspan="2">Energía (calorías) 292 kJ (70 cal)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Grasa Total</td> <td>8 g</td> <td>12%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Grasa Saturada</td> <td>5 g</td> <td>10%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Grasa Monoinsaturada</td> <td>3 g</td> <td>6%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Grasa Poliinsaturada</td> <td>0 g</td> <td>0%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Colesterol</td> <td>0 mg</td> <td>0%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sodio</td> <td>212 mg</td> <td>12%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos Totales</td> <td>0 g</td> <td>0%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos Azúcares</td> <td>0 g</td> <td>0%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Proteínas</td> <td>0 g</td> <td>0%</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Componentes por porción		% Valor diario		Cantidad por porción		Energía (calorías) 292 kJ (70 cal)		Grasa Total	8 g	12%		Grasa Saturada	5 g	10%		Grasa Monoinsaturada	3 g	6%		Grasa Poliinsaturada	0 g	0%		Colesterol	0 mg	0%		Sodio	212 mg	12%		Carbohidratos Totales	0 g	0%		Carbohidratos Azúcares	0 g	0%		Proteínas	0 g	0%	
Componentes por porción		% Valor diario																																												
Cantidad por porción		Energía (calorías) 292 kJ (70 cal)																																												
Grasa Total	8 g	12%																																												
Grasa Saturada	5 g	10%																																												
Grasa Monoinsaturada	3 g	6%																																												
Grasa Poliinsaturada	0 g	0%																																												
Colesterol	0 mg	0%																																												
Sodio	212 mg	12%																																												
Carbohidratos Totales	0 g	0%																																												
Carbohidratos Azúcares	0 g	0%																																												
Proteínas	0 g	0%																																												

<p>Leche de almendras</p>		
<p>Yogurt libre de lactosa</p>		
<p>Queso crema sin lactosa</p>		

Anexo 1. Tabla nutricional de productos

Fuente: Adriana Santacruz

4.3 Análisis de proveedores

 The logo for Olojjoya Cia. Ltda. Industria Aceitera features a stylized orange oil drop on the left. To its right, the word "Olojjoya" is written in a large, bold, blue sans-serif font. Above the "y" in "Olojjoya", the text "Cia. Ltda." is written in a smaller, lighter blue font. Below "Olojjoya", the words "Industria Aceitera" are written in a smaller, bold, blue sans-serif font.	<p>Es una industria aceitera.</p> <p>“Olojjoya Cía. Ltda. es una empresa ecuatoriana fundada en 2009. Nos dedicamos a la refinación de aceite de palma y otros aceites vegetales, y nos especializamos en la industrialización de aceites y grasas vegetales, para el consumo humano. Nuestros principales productos son: aceite vegetal, margarinas, mantecas y shortering, dirigidos al consumidor final e industrial.” (Olojjoya, 2009)</p>
---	--

Anexo 2. Análisis de proveedores

Fuente: Adriana Santacruz

4.4 Panel de degustación

Según el Real Decreto 227/2008 “Un panel de catadores es un grupo de personas seleccionadas, entrenadas y con conocimientos acreditados para percibir y cuantificar de manera objetiva sus impresiones sensoriales al evaluar un producto.” Lo principal para realizar una degustación correctamente, es tener la infraestructura adecuada y segundo tener una hoja pre elaborada para evaluar los resultados. La información obtenida es utilizada para mantener o a su vez mejorar el producto a ofertar y asegurar la calidad para obtener una buena acogida en el mercado.

4.5 Formato de hoja de degustación

Nombre del Degustador					
Fecha					
Lugar					
Nombre del Producto					
Calorias					
Pasteles sin Lactosa	Sobresaliente	Exelente	Muy bueno	Bueno	Regular
Apariencia					
Aroma					
Equilibrio					
Sabor					
Textura					
Calificacion					
					TOTAL
Resultado					
Observaciones			Escala de calificaciones		
			Sobre saliente	5	
			Exelente	4	
			Muy bueno	3	
			Bueno	2	
			Regular	1	

Anexo 3. Tabla de degustación

Fuente: Adriana Santacruz

Información Nutricional	
Los valores estan basados en una dieta diaria de 2000 Kcal	
Cantidad por porcion:	1843 g
Energia (Kcal)	6.522,60
Proteina (g)	119,5
Grasa (g)	321,1
Hidratos de carbono (g)	768,2
Libre de LATOSA	

Tabla 5. Torta marmoleada

Fuente: Adriana Santacruz

2. Brazo Gitano

ESCUELA DE GASTRONOMIA				 				
FICHA Nº	NOMBRE	CATEGORIA	PORCIONES					
3	Brazo Gitano	Pasteles	8					
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO					
Biscochuelo en plancha, sabor a vainilla, relleno de crema pastelera de frutos rojos								
MONTAJE TRADICIONAL								
Biscocho de vainilla relleno de crema pastelera de frutos rojos								
MONTAJE DE VANGUARDIA								
Deconstrucción								
MISE EN PLACE								
INGREDIENTES	UNIDAD	A	B	C	TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
Masa								1. Batir los huevos, el azucar, la esencia de vainilla; hasta punto letra. Colocar la harina con movimientos envolventes.
Huevos	u	10			10	0,15	1,50	2. En un molde previamente enharinado y enmantecado, meter al horno previamente calentado a 180° C por 25 minutos
Azucar	gr	200			200	1,00	0,20	
Harian	gr	200			200	1,64	0,33	3. Para la crema pastelera; Hervir la leche de almendras junto con el azucar
Esencia de vainilla	cc	30			30	2,52	0,08	
Polvo de hornear	gr	30			30	17,50	0,53	4. Incorporar la maicena previamente diluido en un poco de leche, a continuacion se saca del fuego y se coloca las yemas sin dejar de batir.
Relleno								
Leche de almendras	cc	500			500	4,12	2,06	5. Por ultimo incorporar la mantequilla y a continuacion agregar la mermelada de frutos rojos, batir suavemente con movimientos envolventes.
Azucar	gr	100			100	1,00	0,10	
Huevos	u	4			4	0,15	0,60	6. Sacar del horno el pastel y desmoldarlo, siguiente cubrir con la crema pastelera de frutos rojos y enrollar.
Maicena	gr	50			50	2,50	0,12	
Mantequilla sin lactosa	gr	30			30	0,88	0,03	
Esencia de vainilla	gr	2			2	2,52	0,01	
Frutilla	gr	200			200	7,08	1,42	
Mora	gr	200			200	4,44	0,88	
					0			
					0			
					0			
					0			
					0			
					0			
					0			
					0			
					0			
NOTAS OBSERVACIONES					SUBTOTAL COSTO		7,86	
Controlar la temperatura de la crema pastelera					ESPECIAS		-	
					COSTO POTENCIAL		17,20	
					COSTO RECETA		7,86	
					COSTO PORCIÓN		2,15	
PUNTOS CRITICOS				RESEÑA				
Temperatura de coccion				Tambien conocido como brazo de reina; entre los siglos XIX y XX, los caldereros iban por las ciudades ofreciendo sus trabajos y servicios. Los pasteleros de Barcelona después de utilizar sus servicios les regalaban unos pasteles elaborados a base de los dulces que les habian sobrado, con los que hacian un biscocho y lo enrollaban, de forma que los caldereros, muchos de ellos de etnia gitana, se los pudieran llevar bajo el brazo. Es por ello que se bautizarian como "brazo gitano".				
Pesado								
METODOS		TECNICAS						
Hornear		Batir						

Información Nutricional	
Los valores estan basados en una dieta diaria de 2000 Kcal	
Cantidad por porcion:	2382 g
Energia (Kcal)	3.495,50
Proteina (g)	99,6
Grasa (g)	108,8
Hidratos de carbono (g)	520,6
Libre de LATOSA	

Tabla 6. Brazo gitano

Fuente: Adriana Santacruz

3. Brownie

ESCUELA DE GASTRONOMIA

FICHA Nº	NOMBRE	CATEGORIA	PORCIONES					
3	Brownie	Pasteles	10					
ARGUMENTACION TECNICA Batido pesado relleno de nueces y nibs de cacao		FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO						
MONTAJE TRADICIONAL Pastel cuadrado espolvoreado de azucar impalpable								
MONTAJE DE VANGUARDIA Deconstruccion								
MISE EN PLACE								
INGREDIENTES	UNIDAD	A	B	C	TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
Huevo	u	5			5	0,15	0,75	1. Batir los huevos y el azucar hasta formar punto letra, agregar el chocolate negro fundidos y por ultimo incorporar la harina. 2. Por ultimo agragar las nueces pocadas y los nibs de cacao. 3. Colocar la preparacion en una bandeja cuadrada previamente enharinada y engrasada, hornear a una temperatura de 180° C por 25 minutos o hasta que dora ligeramente. 4. Deje enfriar y servir porciones cuadradas.
Azucar	gr	325			325	1,00	0,33	
Chocolate negro sin lactosa	gr	335			335	64,00	21,44	
Nueces	gr	150			150	25,62	3,84	
Harina de trigo	gr	150			150	1,64	0,25	
Sal	gr	1			1	0,56	0,01	
Mantequilla sin lactosa	cc	160			160	0,88	0,14	
					0			
					0			
					0			
NOTAS OBSERVACIONES Tener cuidado con la temperatura y la l batido de la masa					SUBTOTAL COSTO		26,76	
					ESPECIAS		-	
					COSTO POTENCIAL		47,50	
					COSTO RECETA		26,76	
					COSTO PORCIÓN		4,75	
PUNTOS CRITICOS Agregado del chocolate Incorporar las nueces					RESEÑA Es un postre tipico Americano, tiene mas de 100 años de antigüedad. La característica mas relevante es su corteza seca y agrietada. Su nombre proviene de "brown", que en ingles su significado es "café"			
METODOS Hornear		TECNICAS Cremer						

Información Nutricional	
Los valores estan basados en una dieta diaria de 2000 Kcal	
Cantidad por porcion:	1421 g
Energia (Kcal)	6.254,80
Proteina (g)	106,3
Grasa (g)	389,5
Hidratos de carbono (g)	551,1
Libre de LATOSA	

Tabla 7. Brownie

Fuente: Adriana Santacruz

4. Torta de Manzana y Nuez

ESCUELA DE GASTRONOMIA									
FICHA Nº	NOMBRE					CATEGORIA	PORCIONES		
4	Torta de Manzana y Nuez					Pastel	10		
ARGUMENTACION TECNICA					FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Batido pesado de textura suave enriquecido con nuez y manzana									
MONTAJE TRADICIONAL									
Manzanas y nueces sobre el pastel									
MONTAJE DE VANGUARDIA									
Decostrucción									
MISE EN PLACE									
INGREDIENTES	UNIDAD	A	B	C	TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
Harina	gr	125			125	1,64	0,21	1. Precalentar el horno a 180 °C. Engrasar y enharinar un molde.	
Azucar	gr	125			125	1,00	0,13	2. Cernir la harina junto con el bicarbonato, la canela y la sal	
Mantequilla sin sal y libre de lactosa	gr	100			100	0,88	0,00030	3. Revolver las manzanas picadas con el azucar morena.	
Huevo	u	2			2	0,15	0,00030	4. Mezclar el azucar morena con la mantequilla, los huevos y la esencia de vainilla.	
Nueces	gr	115	Repicado		115	25,62	2,94	5. Agregar las manzanas previamente mezcladas con el azucar morena y las nueces, con una espátula realizar movimientos envolventes.	
Polvo de hornear	gr	5			5	17,50	0,09	6. Vertir la masa dentro del molde y hornea durante 45 minutos a 180° C. Deja enfriar y servir.	
Bicarbonato	gr	5			5	6,50	0,04		
Jugo de manzana	cc	60			60	1,23	0,08		
Manzanas	u	3	Brunoise		3	2,40	0,72		
Esencia de vainilla	cc	5			5	2,52	0,02		
					0				
					0				
					0				
					0				
					0				
					0				
					0				
					0				
					0				
					0				
					0				
NOTAS OBSERVACIONES					SUBTOTAL COSTO		4,14		
Controlar el tiempo de horneado					ESPECIAS		-		
					COSTO POTENCIAL		35,00		
					COSTO RECETA		4,14		
					COSTO PORCIÓN		3,50		
PUNTOS CRITICOS					RESEÑA				
Pesado de ingredientes					Es de suponer que apareció espontáneamente en los países de Europa donde existía una tradición de tartas con relleno y donde se cultivaban manzanas. En Francia llamada entonces torta (tourte en francés), aparece en 1651 en el libro El cocinero francés, de François Pierre de La Varenne.				
Manejo del producto									
Horneado									
METODOS			TECNICAS						
Horneado			Cremar						

Información Nutricional	
Los valores estan basados en una dieta diaria de 2000 Kcal	
Cantidad por porcion:	1448 g
Energia (Kcal)	2.550,80
Proteina (g)	24,6
Grasa (g)	134,9
Hidratos de carbono (g)	298,7
Libre de LATOSA	

Tabla 8. Torta de manzana y nuez

Fuente: Adriana Santacruz

5. Pie de piña

ESCUELA DE GASTRONOMIA									
FICHA Nº	NOMBRE				CATEGORIA	PORCIONES			
6	Pie de piña				Pasteles	10			
ARGUMENTACION TECNICA					FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Trata con base de masa quebrada dulce y relleno de piña									
MONTAJE TRADICIONAL									
Trata brillante con jalea de piña y rellena de piña con tejido de rejas									
MONTAJE DE VANGUARDIA					Desconstruccion				
MISE EN PLACE									
INGREDIENTES	UNIDAD	A	B	C	TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
Masa									
Harina blanca	gr	250			250	1,64	0,0065	1. En un bowl colocar la harina, la sal, el azúcar, y el polvo de hornear. 2. Colocar la mantequilla y mezclar con la ayuda de un tenedor hasta integrar todos los ingredientes formando una textura tipo arena. 3. Colocar los huevos uno a uno junto con el agua sin dejar de batir incorporando todos los ingredientes. 4. Amasar y llevar a congelacion envuelto de un plastico. 5. Sacar la masa del congelador y amasar hasta suavizarla un poco, a continuacion en un molde previamente engrasado y enharinado estrair la masa y forrarlo 6. Colocamos en el molde algun tipo de granos y lo llevamos al horno previamente caliente a 180º Relleno 7. Cortar la piña en cubos y hacer una mermeñada, disolver la maicen aen un poco de agua e incorporar a la mezcla. 8. Incorporar el relleno al molde con la maasa, realizar un tejido y llevar al horno a 180º	
Azucar	gr	125			125	1,00	0,008		
Mantequilla sin sal y sin lactosa	gr	125			125	0,88	0,007		
Huevo	u	1			1	0,15	0,15		
Sal	gr	0,5			0,5	0,56	0,00016		
Polvo de hornear	gr	7,5			7,5	17,50	0,13		
Agua	cc	240			240	0,25	0,001		
Relleno									
Piña	u	1	Brunoise		1	0,72	0,72		
Azucar	gr	125			125	1,00	0,008		
Maicena	gr	15			15	2,50	0,58		
Canela en rama	gr	0,3			0,3	38,80	0,011		
					0				
					0				
					0				
					0				
					0				
					0				
					0				
					0				
NOTAS OBSERVACIONES					SUBTOTAL COSTO		2		
Controlar la temperatura del horno					ESPECIAS		0,011		
Controlar el amasado					COSTO POTENCIAL		25		
					COSTO RECETA		2		
					COSTO PORCIÓN		2,5		
PUNTOS CRITICOS					RESEÑA				
Pesar					"Empezó de forma rústica en la Grecia Antigua para después perfeccionarse por los romanos con un cremoso relleno de miel y queso." "Entre los más famosos están los de manzana y de calabaza, muy populares a partir de otoño por Thanksgiving hasta Navidad."				
Mezclar									
Hornear									
Batido									
METODOS		TECNICAS							
Horneado		Mezclar							

(Gourmet de México, 2020)

Información Nutricional	
Los valores estan basados en una dieta diaria de 2000 Kcal	
Cantidad por porcion:	1020 g
Energia (Kcal)	2,996,8
Proteina (g)	45,3
Grasa (g)	188,5
Hidratos de carbono (g)	269,4
Libre de LATOSA	

Tabla 9. Pie de piña

Fuente: Adriana Santacruz

Conclusiones

La intolerancia a la lactosa es un padecimiento que cada día está tomando a más personas alrededor del mundo, muchas veces se presenta como una alergia a la leche, pero en su mayoría termina siendo una intolerancia, que afecta tanto física como emocionalmente a las personas. En su mayoría este trastorno se presenta en adultos mayores, ya que por el paso de los años pierden ciertas enzimas, y entre una de ellas la lactasa que es la encargada de sintetizar la leche. Sin dejar de lado que desde que se nace puede poseer este padecimiento y a lo largo de toda la vida nadie está ausente.

La característica del cliente potencial es que, va desde una edad de 18 años en adelante, géneros distintos, que sufran de intolerancia a la lactosa y cuiden su alimentación con productos libres de lactosa para cuidar su salud y que tengan ingresos directos.

La materia prima utilizada en el desarrollo de los productos es totalmente confiable, ya que se llevó un estricto control de calidad y fiabilidad. A pesar de que cada persona puede padecer un grado de intolerancia distinto, los pasteles son elaborados cien por ciento libre de lactosa.

Recomendaciones

El negocio de productos específicos, en base a necesidades de grupos determinados de personas es un trabajo innovador, ya que cubre un mercado aun no explorado al cien, esto por otra parte ayuda al desarrollo de emprendedores y generar nuevos empleos, dando así un valor agregado al producto o servicio que se oferta.

Es recomendable que el cliente a más de alimentarse de una manera adecuada, tenga privilegio de darse un pequeño gusto sin tener ningún tipo de temor o molestias después de haber consumido un producto. De esa manera es recomendable que en el momento de desarrollar y producir los productos siempre se tome en cuenta las

necesidades del cliente cumpliendo todas las medidas sanitarias para las personas que padezcan intolerancia a lactosa.

El proyecto para el desarrollo de productos novedosos para personas con intolerancia a la lactosa puede llegar a ser exitoso, ya que el número de personas que padece este trastorno está creciendo, teniendo una demanda más alta; muchas de ellas buscan alimentarse de una manera responsable, con alimentos que no atenten a su salud.

BIBLIOGRAFÍA

- Feria de emprendedores* . Ministerio de Inclusion Economica y Social , Rumiñahui.
(s.f.). Obtenido de http://www.fce.unal.edu.co/media/files/UIFCE/Administracion/Marketing_Digital_y_las_Estrategias_Publicitarias_en_Colombia.pdf
- Estudio de mercado* . (2009). Obtenido de Escuela Superior Politecnica del Ejercito : <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1163/1/T-ESPE-026684.pdf>
- Oliojoya*. (2009). Obtenido de http://www.oliojoya.com/nuestra_empresa/index.php
- Mi Cielo*. (17 de Abril de 2011). Obtenido de Rev Pediatr Aten Primaria: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1139-76322011000200010
- The Business Model Canvas*. (Abril de 2013). Obtenido de Un lenguaje común para describir, visualizar, evaluar y cambiar modelos de negocios: http://www.fadu.edu.uy/marketing/files/2013/04/BMC_2015.pdf
- Diario de gastronomia* . (28 de Diciembre de 2014). Obtenido de La dulce historia de la pasteleria : <https://diariodegastronomia.com/la-dulce-historia-de-la-pasteleria/>
- Beby and Me*. (5 de Mayo de 2016). Obtenido de Nestle: <https://www.nestlebebe.es/como-detectar-la-intolerancia-la-lactosa-en-bebes>
- Ministerio de Salud Publica* . (2016). Obtenido de Gia de Practica Clinica : <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/02/Alergia-a-la-prote%C3%ADna-d-ela-leche-de-vaca.pdf>

Administracion Zonal Los Chillos . (2019). Obtenido de Municipio del distrito metropolitano de Quito : <https://www.quito.gob.ec/index.php/administracion-zonales/administracion-zonal-los-chillos>

Asociacion de Intolerantes a la Lactosa España. (6 de Abril de 2019). Obtenido de ADILAC: <https://lactosa.org/la-intolerancia/primeras-preguntas/>

ADILAC. (27 de Abril de 2016). *Asociacion de Intolerantes a la Lactosa en España*. Obtenido de Una vida sin lactosa: <https://lactosa.org/vivir-sin-lactosa/una-vida-sin/>

Alimentacion, I. a. (06 de Febrero de 2016). *Adilac* . Obtenido de <https://lactosa.org/wp-content/uploads/2017/02/ES-2016.pdf>

Alimentacion, I. a. (2 de Enero de 2017). *Poster Usal* . Obtenido de <https://lactosa.org/wp-content/uploads/2017/02/ES-2016.pdf>

Badillo. (2015). *Repositorio ESPE*. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1153/4/T-ESPE-021594-4.pdf>

Cafeterías, H. d. (24 de Julio de 2016). *Café Malabar*. Obtenido de <http://caffemalabar.it/the-history/?lang=en>

Catherine.R, B. C. (2012). *Nutricion en la Salud y en la Enfermedad* . España: Wolters kluwer Healt .

DanielEstebanAcostaHerrera, A. (2019). *Marketing Digital y su evolución en Colombia*. Obtenido de Articulo de reflexion .

Digestivo, F. E. (Mayo de 2016). *Fundacion Española del Aparato Digestivo*. Obtenido de Salud Digestivo: <https://www.saludigestivo.es/wp-content/uploads/2016/05/diferencias-entre-la-intolerancia-a-la-lactosa-y-la-alergia-a-las-proteinas-de-20131127123647.pdf>

Diseases, N. I. (Febrero de 2018). *National Institute of Diabetes and Digestive and Kidney Diseases*. Obtenido de Síntomas y causas de la intolerancia a la lactosa: <https://www.niddk.nih.gov/health-information/informacion-de-la-salud/enfermedades-digestivas/intolerancia-lactosa/sintomas-causas>

Electronica, R. P. (Enero de 2011). *Universidad de Chile* . Obtenido de Facultad de Medicina : https://www.revistapediatria.cl/volumenes/2011/vol8num3/pdf/INTOLERANCIA_LACTOSA.pdf

- Fandiño, J. P. (Enero de 2018). *LA ERA DEL MARKETINGDIGITAL Y LAS ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS EN COLOMBIA*. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia : http://www.fce.unal.edu.co/media/files/UIFCE/Administracion/Marketing_Digital_y_las_Estrategias_Publicitarias_en_Colombia.pdf
- Fandiño, J. P. (Enero de 2018). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de LA ERA DEL MARKETINGDIGITAL Y LAS ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS EN COLOMBIA: http://www.fce.unal.edu.co/media/files/UIFCE/Administracion/Marketing_Digital_y_las_Estrategias_Publicitarias_en_Colombia.pdf
- Federracion Nacional de Industrias Lacteas*. (s.f.). Obtenido de Fenil: <http://fenil.org/tipos-intolerancia-lactosa/>
- Fernandez, M. J. (Agosto de 2014). *Repositorio UIDE*. Recuperado el 11 de Junio de 2020, de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/530/1/T-UIDE-0494.pdf>
- Fritsche, D. (2014). *Tabla de intolerancias alimentarias*. Barcelona : Hispano Europea.
- Funcionales, E. D. (8 de Agosto de 2016). *Laboratorio de Motilidad Digestiva* . Obtenido de <https://funcionales.es/historia-de-la-intolerancia-a-la-lactosa/>
- Garcia, P. B. (Febrero de 2017). *Universidad de Salamanca* . Obtenido de Trabajo fin de grado : <https://lactosa.org/wp-content/uploads/2017/02/ES-2016.pdf>
- Gobierno de la Republica del Ecuador . *Feria de emprendedores* . Ministerio de Inclusion Economica y Social, Rimiñahui.
- Hernández, M. G. (2015). *Universidad de Chile* . Obtenido de Facultad de Ciencias Sociales: http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/136443/Tesis_Melisa_Gonz%C3%A1lez_Hern%C3%A1ndez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Infante, P. S. (2015). *Unidad de Gastrienterologia* . Obtenido de ACTA Pediatrica: https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=2ahUKEwjSy7OgpIbmAhXrx1kKHUrwBekQFjACegQIARAC&url=https%3A%2F%2Fwww.actapediatrica.com%2Findex.php%2Fsecciones%2Fseccion%2Fdownload%2F1516_72b9d182d8ff89a86d33148aaf2b03d2&usg=AOvVaw3

- Intolerance, L. (5 de Febrero de 2019). *Blubmed*. Obtenido de Lactose Intolerance: what is a correct management?: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/31175813>
- Investigacion, T. d. (Febrero de 2015). *Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo* . Obtenido de Sistema de Universidad Virtual : http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Bach_Virt/AC102/unidad3/lec_r0215_tec_investigacion.pdf
- Investigacion, T. d. (2016). *UNAM*. Obtenido de Seminario IEE: http://profesores.fib.unam.mx/jlfl/Seminario_IEE/tecnicas.pdf
- J. Fernando del Rosario, M. (17 de Enero de 2015). *TeensHealth*. Obtenido de Nemours: <https://kidshealth.org/es/teens/lactose-intolerance-esp.html>
- Jordá, D. F. (2017). *Fundación Española del Aparato Digestivo* . Obtenido de RECONOCIMIENTO DE LA INTOLERANCIA A LA LACTOSA.
- Lactasa, A. d. (22 de Enero de 2018). *Yogurt in Nutrition*. Obtenido de <https://www.yogurtinnutrition.com/es/actividad-de-lactasa/>
- Lacteo, P. (s.f.). *Organizacion de las Naciones Unidas para la Alimentacion y la Agricultura*. Obtenido de <http://www.fao.org/dairy-production-products/socio-economics/economics/es/>
- Lactosa, F. d. (9 de Junio de 2015). *Ecofarma* . Obtenido de Cofgranada : <https://www.cofgranada.com/formacion/documentos/modulos/LACTOSA.pdf>
- Lactosa, F. d. (6 de Enero de 2018). *Yogurt in Nutrition* . Obtenido de World Gastroenterology: http://www.worldgastroenterology.org/UserFiles/file/YINI/WGOF_180206_WGO-YINICampaign_QA_SpanishTranslation.pdf
- Lactosa, I. a. (04 de Junio de 2018). *Instituto Ecuatoriano de Enfermedades Digestivas*. Obtenido de <https://www.ieced.com.ec/que-es-la-intolerancia-a-la-lactosa/>
- Leche, M. (16 de Julio de 2016). *El Telegrafo*. Obtenido de Colimnitas : <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/1/mala-leche>
- López, B. B. (Marzo de 2018). *Universidad Nacional Autonoma de Nicaragua Managua*. Obtenido de Marketing Digital: <https://repositorio.unan.edu.ni/8580/1/18823.pdf>

- Manta, P. e. (Septiembre de 2013). *Universidad Politecnica Salesiana* . Obtenido de Dspace: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5293/1/UPS-GT000496.pdf>
- MedlinePlus. (4 de Julio de 2018). *Biblioteca Nacional de Medicina de los EE. UU.* Obtenido de Informacion de Salud para Usted : <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/000276.htm>
- Novoa, A. L. (2016). *ESPE*. Obtenido de Universidad de las Fuerzas Armadas: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/5/T-ESPE-021513-5.pdf>
- Nutrition, Y. i. (6 de Febrero de 2018). *World Gastroenterology*. Obtenido de http://www.worldgastroenterology.org/UserFiles/file/YINI/WGOF_180206_WGO-YINICampaign_QA_SpanishTranslation.pdf
- OkDiario. (13 de Febrero de 2016). Para que sirve una investigacion de mercado . *OkDiario*, pág. 1.
- Pediatrics, A. A. (19 de Enero de 2017). *Healthy Children*. Obtenido de American Academy of Pediatrics: https://www.healthychildren.org/Spanish/healthy-living/nutrition/Paginas/Lactose-Intolerance-in-Children.aspx?gclid=EAIaIQobChMIqoqn87LF5wIVR4VaBR0mGQ2vEAAYASAAEgKUpvD_BwE
- Pindora, M. (2016). Startup y Spinoff: Definiciones diferencias y potencialidades en el marco de la economia del comportamiento. *Contexto* , 12.
- Ponce, I. (2012). *Ministerio de Educacion Cultura y Deporte*. Obtenido de Definicion de Redes Sociales : <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/eu/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=1>
- Rico, J. V. (Junio de 2018). *PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/15453/AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20ESTRATEGIA%20COMPETITIVA%20POR%20MEDIO%20DE%20LAS%20CINCO%20FUERZAS%20DE%20PORTER%20EN%20LA%20ASOCIACI%C3%93N%20D.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodriguez, M. (2018). *Universidad de las Americas* . Obtenido de Creacion de una linea de productos de pasteleria en base a la Jicama .

- Scoble, R. (10 de Marzo de 2015). Universia . *Que es una Starup y como funciona este nuevo modelo de negocio* , pág. 1.
- Sociedad. (3 de Agosto de 2018). La intolerancia y alergia a la leche pueden superarse. *El Telegrafo*, pág. 1.
- Tecnica, E. U. (s.f.). *Seccion Informatica* . Obtenido de Introduccion al web:
<http://www.edificacion.upm.es/informatica/documentos/www.pdf>
- Tirado, D. M. (20 de Mayo de 2013). *Universidad Jaume I*. Obtenido de Departamento de Ciencias Juridicas y Economicas:
<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Tomas, U. S. (2 de Abril de 2018). *Santo Tomas en Linea* . Obtenido de INTOLERANCIA A LA LACTOSA EN ADULTOS MAYORES:
<https://enlinea.santotomas.cl/blog-expertos/intolerancia-la-lactosa-adultos-mayores/>
- Villaecija, R. (13 de Enero de 2016). *El Mundo*. Obtenido de El negocio de los productos sin lactosa:
<https://www.elmundo.es/economia/2016/01/13/569390bbe2704ede778b45ae.html>

