



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA:**

---

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA  
DE PRODUCCIÓN DE ENERGIZANTE DE SUNFO EN LA CIUDAD DE  
QUITO**

---

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en  
Administración de Empresas y Negocios

**Autora:**

Borja Reyes Elisa Eliana

**Tutor**

Mgtr. Antonio Becerra Illescas

QUITO – ECUADOR

2020

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.**

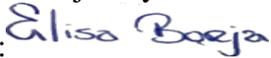
Yo, **BORJA REYES ELISA ELIANA**, declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ENERGIZANTE DE SUNFO EN LA CIUDAD DE QUITO”**, como requisito para optar al grado de Titulación y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los días 29 del mes de febrero del 2020, firmo conforme:

Autora: Borja Reyes Elisa Eliana

Firma: 

Número de Cédula: 1725512212

Dirección: Pichincha, Pichincha, Quito, San Bartolo. Argelia

Correo Electrónico: elisaborjareyes@hotmail.com

Teléfono: 0985799849

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ENERGIZANTE DE SUNFO EN LA CIUDAD DE QUITO**”, presentado por Borja Reyes Elisa Eliana, para optar por el Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios.

## **CERTIFICO**

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 29 de febrero del 2020

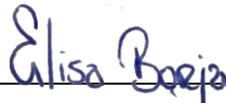
Mgr. Antonio Becerra Illescas.

**DIRECTOR**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 29 de febrero del 2020



---

Borja Reyes Elisa Eliana

CI: 1725512212

## **APROBACIÓN TRIBUNAL**

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ENERGIZANTE DE SUNFO EN LA CIUDAD DE QUITO**, previo a la obtención del Título de Ingeniera de Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 29 de febrero del 2020

.....

Ing. Jorge Loya, M.Sc  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

Ing. María Fernanda Becerra, M.Sc  
VOCAL

.....

Econ. Miguel Zambonino, MBA  
VOCAL

## **DEDICATORIA**

Este proyecto está dedicado a mi querido Dios por ser mi creador y bendecirme para llegar hasta donde he llegado, a mi madre quien me dio la vida, educación, apoyo y sabios consejos, a mis hermanos y sobrina que estuvieron apoyándome día a día para nunca decaer y cumplir mis metas. A mis profesores quienes nunca desistieron al enseñarme, a ellos que continuaron depositando su confianza en mí, principalmente a mi tutor que con su apoyo logre realizar este proyecto.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por bendecirme todos los días de mi existencia, ser el apoyo en mis momentos de debilidad, tristeza y dificultad. De la misma forma por darme fuerza y sabiduría para poder desarrollar este proyecto. A mi madre, hermanos y sobrina y hermanos que siempre me apoyaron incondicionalmente en el transcurso de mi vida.

A mi tutor por brindarme siempre su apoyo y dedicación, a mis maestros que compartieron sus conocimientos y fueron una guía en el transcurso de mi estudio.

¡Gracias!!

## ÍNDICE GENERAL

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
CERTIFICO .....	ii
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xvi
ÍNDICE DE IMAGEN .....	xviii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xix
ABSTRACT.....	xx
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I.....	4
1. AREA DE MARKETING.....	4
1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO .....	4
1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....	5
1.2.1. Especificación del Producto.....	5
1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona .....	7
1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO .....	8
1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.....	8
1.3.1.1. Categorización de sujetos.....	8
1.3.1.2. Estudio de Segmentación .....	9

1.3.1.3.	Plan de muestreo .....	10
1.3.1.4.	Instrumentos para recopilar información .....	11
1.3.1.5	Diseño y recolección de información. ....	12
1.3.1.5.1	Información de fuentes secundarias .....	13
1.3.1.5.2	Información de fuentes primarias .....	15
1.3.1.6	Análisis e Interpretación.....	19
1.3.2.	Demanda Potencial .....	35
1.4.	ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE.....	38
1.4.1.	Análisis del microambiente .....	38
1.4.1.1	Competidores Potenciales y Barreras de Entrada.....	39
1.4.1.2	Rivalidad entre competidores .....	40
1.4.1.3	Poder de Negociación de los Compradores .....	40
1.4.1.4	Poder de Negociación de los proveedores .....	41
1.4.1.5	Análisis de los sustitutos .....	41
1.4.2	Análisis del macro ambiente .....	42
1.4.2.1	Análisis del macro ambiente FODA.....	43
1.4.2.2.	Matriz EFE. ....	44
1.4.2.3.	Matriz EFI .....	45
1.4.2.	Proyección de la oferta .....	47
1.5.	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA .....	49
1.6.	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ. (CANALES DE COMUNICACIÓN) .....	50
1.6.1	Plan de Medios .....	51
1.6.1.1	Objetivos .....	51
1.6.1.2	Target.....	52
1.6.1.3	Estrategia .....	52

1.6.1.4 Estrategia Marketing Mix.....	52
1.6.1.5 Medios .....	54
1.6.1.6 Presupuesto.....	54
1.6.1.7 Cronograma .....	55
1.7. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR. (CANALES DE DISTRIBUCIÓN).....	55
1.8. SEGUIMIENTO DE CLIENTES.....	56
1.9. MERCADOS ALTERNATIVOS .....	56
CAPITULO II .....	57
2. ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES).....	57
2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN.....	57
2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO .....	57
2.2.1. Descripción de instalaciones, equipos y personas. ....	61
2.2.2. Tecnología a aplicar.....	65
2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES .....	66
2.3.1. Ritmo de producción.....	66
2.3.2. Nivel de inventario promedio. ....	67
2.3.3. Número de trabajadores. ....	68
2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN .....	70
2.4.1. Capacidad de Producción Futura .....	70
2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN .....	71
2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar .....	71
2.6. CALIDAD .....	73
2.6.1. Método de Control de Calidad.....	73

2.7.	NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.	
	77	
2.7.1.	Seguridad e higiene ocupacional .....	78
CAPITULO III .....		81
3.	ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN .....	81
3.1.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN .....	81
3.2.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS .....	81
3.2.1.	Visión de la Empresa .....	82
3.2.2.	Misión de la Empresa .....	82
3.2.3.	Objetivos y estrategias .....	82
3.3.	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA .....	85
3.3.1.	Organización Interna.....	85
3.3.2.	Descripción de puestos. ....	86
3.4.	CONTROL DE GESTIÓN.....	95
3.4.1.	Indicadores de gestión. ....	95
3.3.2.	Necesidades de personal .....	97
CAPITULO IV .....		98
4.	ÁREA JURÍDICA LEGAL.....	98
4.1.	Objetivos Del Estudio Jurídico Legal.....	98
4.2.	Determinación de la forma jurídica .....	98
4.3.	Patentes y Marcas .....	101
4.4.	Licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.). ....	110
CAPITULO V .....		115
5.	ÁREA FINANCIERA .....	115
5.1.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FINANCIERO .....	115

5.2.	PLAN DE INVERSIONES .....	115
5.3.	PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	118
5.4.	CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS .....	119
a)	Detalle de Costos .....	119
b)	Proyección de Costos .....	121
c)	Detalle de Gastos .....	123
d)	Proyección Gastos .....	125
5.5.	CALCULO DE INGRESO .....	131
5.6.	Flujo de Caja.....	134
5.7.	Punto de equilibrio .....	136
5.8.	Estado de Resultados proyectado .....	142
5.9.	Evaluación financiera .....	143
a)	Indicadores .....	144
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	149
	BIBLIOGRAFÍA .....	151
	ANEXOS .....	154

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Características del producto.....	6
Tabla N° 2 Innovadores (diferenciadores) .....	7
Tabla N° 3 categorización del Sujeto.....	9
Tabla N° 4 Dimensión Conductual .....	9
Tabla N° 5 Dimensión Conductual .....	10
Tabla N° 6 Método de la recolección.....	11
Tabla N° 7 Método de la recolección.....	12
Tabla N° 8 Método de la recolección.....	12
Tabla N° 9 Método de la recolección (Competencia del negocio) .....	13
Tabla N° 10 Maquinaria, Equipo, Herramientas.....	14
Tabla N° 11 Productos Complementarios.....	15
Tabla N° 12 Pregunta 1 ¿Sabe usted sobre el poder curativo de las plantas medicinales?.....	19
Tabla N° 13 Pregunta 2 ¿Conoce acerca de la planta de SUNFO y sus propiedades medicinales principalmente el energético? .....	20
Tabla N° 14 Pregunta 3 ¿Estaría dispuesto a consumir bebidas energizantes naturales?.....	22
Tabla N° 15 Pregunta 4 ¿Estaría dispuesto(a) a probar un nuevo producto energizante natural a base de Sunfo? .....	23
Tabla N° 16 Pregunta 5¿Cuántas bebidas energizantes naturales consume o estaría dispuesto a consumir a la semana? .....	24
Tabla N° 17 Pregunta 6¿Cuál es o sería su objetivo al ingerir bebidas energizantes naturales?.....	25
Tabla N° 18 Pregunta 7¿En qué momento consume o consumiría bebidas energizantes naturales?.....	27
Tabla N° 19 Pregunta 8¿Qué bebidas energizantes que consume o estaría dispuesto a consumir? .....	28
Tabla N° 20 Pregunta 9¿Cuál de los siguientes factores es determinante para Ud. al momento de adquirir una bebida energizante?.....	30

Tabla N° 21 Pregunta 10¿Cuánto está dispuesto a pagar por una bebida energizante natural? .....	31
Tabla N° 22 Pregunta 11¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza para conocer de nuevos productos? .....	32
Tabla N° 23 Pregunta 12 ¿En qué lugar adquiere las bebidas energizantes?.....	34
Tabla N° 24 Tendencia de la Demanda 2019.....	35
Tabla N° 25 Tendencia de la Demanda (Histórica) .....	36
Tabla N° 26 Tendencia de la Demanda (Proyectada) .....	37
Tabla N° 27 Consumidores de bebida energizante de Sunfo .....	38
Tabla N° 28 FODA .....	43
Tabla N° 29 Matriz EFE .....	44
Tabla N° 30 Matriz EFI .....	46
Tabla N° 31 Consumidores de Bebidas Energizantes.....	47
Tabla N° 32 Oferta Proyectada de Consumo de Bebidas Energizantes .....	48
Tabla N° 33 Demanda Potencial Insatisfecha.....	49
Tabla N° 34 Promociones y Publicidad .....	50
Tabla N° 35 Presupuesto .....	54
Tabla N° 36 Cronograma .....	55
Tabla N° 37 Distribución de la planta por área.....	62
Tabla N° 38 Descripción de Equipos .....	63
Tabla N° 39 Descripción del personal .....	64
Tabla N° 40 Tecnología Aplicar .....	66
Tabla N° 41 Ritmo de Trabajo .....	67
Tabla N° 42 Inventario Promedio (Mensual).....	68
Tabla N° 43 Número de trabajadores.....	69
Tabla N° 44 Capacidad de Producción Futura.....	71
Tabla N° 45 Materia Prima Esenciales que pertenece al Producto.....	72
Tabla N° 46 Proveedores .....	73
Tabla N° 47 Retraso de la Producción (Gráfico de Pareto) .....	74
Tabla N° 48 Hoja de Control Interno.....	77
Tabla N° 49 Permiso del Cuerpo de Bombero.....	77
Tabla N° 50 Permiso de Funcionamiento .....	78

Tabla N° 51 Seguridad e Higiene Ocupacional .....	79
Tabla N° 52 FODA .....	83
Tabla N° 53 Descripción de puesto del Gerente General.....	87
Tabla N° 54 Descripción de puesto del Jefe de Producción .....	88
Tabla N° 55 Descripción de puesto del Jefe Administrativo .....	89
Tabla N° 56 Descripción de puesto del Bodeguero .....	90
Tabla N° 57 Descripción de puesto Ejecutivo de Ventas .....	91
Tabla N° 58 Descripción de puesto Operario 1 .....	92
Tabla N° 59 Descripción de puesto Operario 2 .....	93
Tabla N° 60 Descripción de puesto Auxiliar Administrativo .....	94
Tabla N° 61 Indicadores de Gestión .....	96
Tabla N° 62 Necesidades del Personal Futuro.....	97
Tabla N° 63 Proceso de Constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada .....	99
Tabla N° 64 Patentes en Ecuador.....	101
Tabla N° 65 Proceso de obtención de la Patente.....	102
Tabla N° 66 Registro de la marca en Ecuador. ....	106
Tabla N° 67 Derechos del Registro de una Marca.....	110
Tabla N° 68 Licencia Metropolitana Única .....	111
Tabla N° 69 Permiso del Ministerio de Salud.....	112
Tabla N° 70 Requisitos para el permiso del Cuerpo de Bomberos.....	112
Tabla N° 71 Certificado de Buenas Prácticas MANUFACTURERAS DE Alimentos (ARCSA) .....	113
Tabla N° 72 Plan de Inversiones .....	116
Tabla N° 73 Plan de Financiamiento .....	119
Tabla N° 74 Detalle de Costos .....	120
Tabla N° 75 Resumen de Detalle de Costos .....	121
Tabla N° 76 Proyección de Costos.....	122
Tabla N° 77 Resumen de Proyección de Costos .....	123
Tabla N° 78 Detalle de Gastos .....	123
Tabla N° 79 Proyección Gastos .....	126
Tabla N° 80 Resumen Proyección de gastos.....	127

Tabla N° 81 Mano de Obra .....	128
Tabla N° 82 Depreciación.....	129
Tabla N° 83 Proyección de la Depreciación .....	130
Tabla N° 84 Calculo de Ingresos .....	131
Tabla N° 85 Proyección de Ingresos.....	133
Tabla N° 86 Resumen Proyección de ingreso.....	134
Tabla N° 87 Flujo de Caja.....	135
Tabla N° 88 Resumen Proyección de ingreso.....	136
Tabla N° 89 Punto de Equilibrio.....	137
Tabla N° 90 Punto de Equilibrio.....	138
Tabla N° 91 Estado de Resultados proyectado .....	142
Tabla N° 92 Resumen Estado de Resultados .....	143
Tabla N° 93 Cálculo del TMAR .....	144
Tabla N° 94 Cálculo del VAN .....	146
Tabla N° 95 Cálculo del TIR .....	147
Tabla N° 96 Periodo de Recuperación .....	149

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Pregunta 1 ¿Sabe usted sobre el poder curativo de las plantas medicinales? .....	19
Gráfico N° 2 Pregunta 2 ¿Conoce acerca de la planta de SUNFO y sus propiedades medicinales principalmente el energético? .....	21
Gráfico N° 3 Pregunta 3 ¿Estaría dispuesto a consumir bebidas energizantes naturales?.....	22
Gráfico N° 4 Pregunta 4 ¿Estaría dispuesto(a) a probar un nuevo producto energizante natural a base de Sunfo? .....	23
Gráfico N° 5 Pregunta 5¿Cuántas bebidas energizantes naturales consume o estaría dispuesto a consumir a la semana? .....	24
Gráfico N° 6 Pregunta 6 ¿Cuál es o sería su objetivo al ingerir bebidas energizantes naturales?.....	26
Gráfico N° 7 Pregunta 7¿En qué momento consume o consumiría bebidas energizantes naturales?.....	27
Gráfico N° 8 Pregunta 8¿Qué bebidas energizantes que consume o estaría dispuesto a consumir? .....	29
Gráfico N° 9 Pregunta 9¿Cuál de los siguientes factores es determinante para Ud. al momento de adquirir una bebida energizante?.....	30
Gráfico N° 10 Pregunta 10¿Cuánto está dispuesto a pagar por una bebida energizante natural? .....	31
Gráfico N° 11 Pregunta 11 ¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza para conocer de nuevos productos?.....	33
Gráfico N° 12 Pregunta 12 ¿En qué lugar adquiere las bebidas energizantes?.....	34
Gráfico N° 13 Tendencia de la demanda Histórica.....	36
Gráfico N° 14 Demanda Potencial.....	37
Gráfico N° 15 Oferta Proyectada .....	48
Gráfico N° 16 Demanda Potencial Insatisfecha.....	49
Gráfico N° 17 Gráfico de Pareto .....	74
Gráfico N° 18 Objetivo Estratégico .....	84
Gráfico N° 19 Organigrama Estructural .....	85

Gráfico N° 20 Organigrama Funcional.....	86
Gráfico N° 21 Formula de Punto de Equilibrio en Dólares .....	137
Gráfico N° 22 Punto de Equilibrio.....	141
Gráfico N° 23 Fórmula para el cálculo del VAN.....	145
Gráfico N° 24 Fórmula para calcular el TIR.....	147

## ÍNDICE DE IMAGEN

Imagen N° 1 Fuerzas de Porter .....	39
Imagen N° 2 Marca .....	50
Imagen N° 3 Logo .....	51
Imagen N° 4 Envase del producto.....	51
Imagen N° 5 Mapa de Proceso de Gestión.....	59
Imagen N° 6 Diagrama de Flujo de la Producción de Energizante de Sunfo .....	60
Imagen N° 7 Infraestructura de la Microempresa SUNFO LIVE.....	61
Imagen N° 8 Evidencia de Encuesta .....	159
Imagen N° 9 Evidencia de Encuesta .....	160
Imagen N° 11 Evidencia de Encuesta .....	161
Imagen N° 12 Evidencia de Encuesta .....	162
Imagen N° 13 Evidencia de Encuesta .....	163
Imagen N° 14 Evidencia de Encuesta .....	164
Imagen N° 15 Proforma .....	165

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA:** PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ENERGIZANTE DE SUNFO EN LA CIUDAD DE QUITO.

**AUTORA:** Borja Reyes Elisa Eliana.

**TUTOR:** Mgtr. Antonio Becerra

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente Plan de Negocio trata de la creación de una microempresa productora de bebida energizante en base a la planta sunfo, se considera un producto que aporta energía al consumidor, esta bebida energizante tiene otros beneficios que son: aliviar dolores e irritación de la garganta, combatir el mal aliento, prevenir el estreñimiento, aporta calorías a nuestro cuerpo y mal de altura. En la actualidad la humanidad está optando por consumir productos naturales agroecológicos y por eso el producto será elaborado de una planta medicinal, en comparación a los energizantes en base de químicos que alteran la salud. Se inició con un análisis de la muestra de la población en el sector de San Bartolo, la Argelia y Solanda al sur de la ciudad de Quito; con un total de 384 encuestados se pudo comprobar la aceptación de un producto nuevo y natural. La estructura organizacional de la microempresa está conformada por un gerente general, el ejecutivo de ventas y el auxiliar de producción, se contará con una planta de producción de 150 metros cuadrados y el volumen de producción mensual será de 8850 bebidas energizantes en base de la planta Sunfo con su contenido de 625ml y la marca llamada SUNFO LIVE, el precio de venta es de \$1,00; se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada.

La microempresa cuenta con un plan de inversión de un total de \$ 21.244,08 en efectivo; al calcular el flujo de efectivo se obtuvo un VAN de \$ 20.645,42 mientras que el TIR calculando es del 59% lo cual es significativamente superior al TMAR 19,87% establecido por el proyecto, debe tomarse en cuenta el horizonte del proyecto es de 5 años (2019 al 2024) y el período de recuperación determinado es de 2 años 1 mes, con lo cual los indicadores confirman la viabilidad de este proyecto.

**DESCRIPTORES:** Sunfo, Bebida energizante, Consumidores, Salud, Químico.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**

**ECONÓMICA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**THEME:** BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A MICRO ENTERPRISE OF SUNFO ENERGIZING PRODUCTION IN THE CITY OF QUITO.

**AUTHOR:** Borja Reyes Elisa Eliana.

**TUTOR:** Mgtr. Antonio Becerra

#### **ABSTRACT**

This Business plan deals with the creation of a micro- enterprise producing an energy drink based on the “Sunfo” plant, is considered a product that provides energy to the consumer, this energy drink has other benefits like: relieve pain and sore throat, fight bad breath, prevent constipation, bring calories to our body and altitude sickness. Humanity is currently choosing to consume organic natural products and for this reason the product will be made from a medicinal plant, compared to energizers based on health-altering chemicals. It began with an analysis of the sample of the population in “San Bartolo, the Argelia and Solanda” neighborhood, south of Quito; with a total of 384 respondents, it was possible to verify the acceptance of a new and natural product. The organizational structure of the micro-enterprise consists of a general manager, the sales executive and the production assistant, will have a production plant of 150 square meters and the monthly production volume will be 6000 energy drinks based on the Sunfo plant with its 625ml content and brand labeled SUNFO LIVE, the sale price is \$1.00; will be constituted as a limited liability company.

The micro-enterprise has an investment plan \$21,244.08 in cash; when calculating the cash flow a VAN of \$20.645,42 was obtained while the calculating TIR is 59% which is significantly higher than the 19,87% TMAR set by the project, the project horizon should be taken into account is 5 years (2019 to 2024) and the recovery period is 2 year 1 month, so these indicators confirm the feasibility of this project.

**KEYWORDS:** Sunfo, Energy Drink, Consumers, Health, Chemical.

## INTRODUCCIÓN

El presente Plan de Negocio se lo realiza con la finalidad de conocer sobre la factibilidad de la creación de una microempresa de producción de bebidas energizante en base a la planta Sunfo en la ciudad de Quito sector San Bartolo, la Argelia y Solanda. Este producto se lo realiza por la necesidad de ofrecer bebidas saludables que puedan consumir en cualquier momento del día.

Los estudios preliminares nos permiten conocer que la ciudadanía ha buscado cambiar su estilo de vida, consumiendo productos naturales y bebidas a base de la manzanilla, cedrón, menta, orégano etc. Sin embargo, existe una planta muy poco conocida que la es del sunfo que se encuentra en los páramos ecuatorianos a más de ser un energizante natural ayuda a combatir principalmente el mal de altura. Con esta planta se realiza un energizante de sunfo con una opción frente a varios energizantes que alteran el organismo ya que contienen químicos o nocivos para la salud; es importante aprovechar los beneficios que nos brinda una planta medicinal con es la del Sunfo ya que hasta la actualidad no se ha sabido aprovechar. Por esta razón se impulsa a realizar este plan de negocio para la producción de una bebida energizante en base a la planta sunfo.

El presente proyecto para su desarrollo se basa en cinco capítulos las mismas que se detallan a continuación:

**Capítulo I.- Área de Marketing:** Se analizará cómo será el producto, a qué mercado está dirigido el producto, aspectos innovadores. Determinando el mercado objetivo; a través de una encuesta se determinará la demanda y la oferta. La publicidad y promoción del producto, el mercado alternativo y el seguimiento a nuestros clientes.

**Capítulo II Área de Producción:** La descripción de los procesos de transformación del producto, se detallan las herramientas, maquinaria, equipo y

tecnología que se utilizará para obtener el producto, la localización de la planta con sus respectivas áreas de trabajo.

**Capítulo III Área de Organización Y Gestión:** Se determina la filosofía de la microempresa mediante la visión, misión, FODA y organigrama estructural y funcional.

**Capítulo IV Área Jurídico Legal:** Establecer el tipo de empresa, las patentes y marcas, los detalles de los documentos, permisos, licencias que se necesitan para que la microempresa comience a funcionar.

**Capítulo V Área Financiera:** Se establece el plan inicial, plan financiero, proyecciones de gastos y de costos, proyecciones de ingresos del producto, el flujo de caja, el punto de equilibrio el VAN el TIR y el periodo de recuperación del proyecto.

## **Objetivos del trabajo de titulación**

### **Objetivo General**

Elaborar una bebida energizante en base a la planta Sunfo que genere rentabilidad en la ciudad de Quito del sector de San Bartolo, la Argelia y Solanda.

## **Objetivos Específicos**

- Determinar la viabilidad de su producción del Energizante de Sunfo para satisfacer las necesidades de consumidores actuales y futuros en función de sus gustos y preferencias.
- Determinar los indicadores financieros óptimos que permitan asegurar la viabilidad y factibilidad del proyecto, así como su rentabilidad apropiada.
- Lograr que la microempresa “SUNFO LIVES” cumpla sus objetivos y metas establecidas con éxito, afianzando la competitividad en el mercado, aplicando el método de la eficiencia y eficacia en la organización.

## **CAPITULO I**

### **1. AREA DE MARKETING**

#### **1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO**

Determinar gustos y preferencias del consumidor mediante el estudio de mercado del sector del San Bartolo, la Argelia y Solanda.

Determinar el esquema de distribución más apropiado para el producto en el mercado actual y futuro de acuerdo las necesidades de los consumidores.

Determinar la viabilidad de su producción para satisfacer las necesidades de consumidores actuales y futuros; en la ciudad de Quito Sector San Bartolo, la Argelia y Solanda.

## **1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO**

### **1.2.1. Especificación del Producto.**

Ecuador es un país con una gran variedad de riquezas naturales, por lo cual esta categorizado como un país mega diverso; que posee una extensa variedad de especies vegetales, entre las cuales existe una gran cantidad de plantas medicales y aromáticas. la planta de Sunfo es una especie nativa del Ecuador, propiamente del páramo El Ángel perteneciente al cantón Espejo de la Provincia del Carchi; se la puede encontrar también en las provincias de Bolívar, Pichincha, Chimborazo, Tungurahua, Cañar, Azuay y Cotopaxi. Además, está presente en países vecinos como: Colombia, Perú y Venezuela. (MARTINEZ, 2006).

Se puede identificar las características y beneficios que tiene la bebida a base de la planta se sunfo en la tabla N°1.

**TABLA N° 1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

<b>Características</b>	<b>Beneficios</b>
Preparación de bebida energizantes base de la planta energizante con técnicas ancestrales	No intromisión de químicos al cuerpo humano
Las bebidas energizantes naturales ayudan a eliminar cansancio.	Mejora el estado de ánimo.
Bondades que produce al consumir	Salud que le ocasiona a las personas
Disponibilidad de nuevos sabores de bebidas distintos a los existentes.	Probar nuevos sabores que permitan generar nuevas sensaciones de bienestar y energía.
Producto que se da en el Ecuador, por tanto, los costos de su obtención no requieren importación y sus costos asociados.	Los costos pueden ser menores y el producto pueden ser competitivo

**Fuente:** Observación

**Elaborado por:** La Autora

### **Resumen explicativo**

Este producto está principalmente elaborado con la planta de sunfo, constituyéndose en una opción de consumo frente a bebidas energizantes artificiales que alteran el organismo puesto que contienen químicos o componentes nocivos para la salud.

El beneficio de consumir bebidas a base de plantas medicinales curativas fortalece el organismo y se aprovechan todas las bondades y beneficios que ofrece la planta de Sunfo particularmente.

Los beneficios y las ventajas de producir el energizante a base de sunfo, en la que se requiere encontrar las condiciones de procesamiento que permitan elaborar un producto de calidad y rentable económicamente.

### 1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

Las bebidas energizantes en base de sunfo son un producto nuevo que incorpora atributos diferentes y únicos para poder diferenciarse y ser aceptado en el mercado para generar un cambio en el estilo de vida de los ecuatorianos. Cada vez se encuentra con mayor frecuencia una diversidad de productos naturales con plantas medicinales por lo que al elaborar un producto se busca mejorar el aseguramiento de la calidad en el grado de elaboración del producto y la presentación del mismo, en búsqueda de satisfacer a los consumidores.

**TABLA N° 2 INNOVADORES (DIFERENCIADORES)**

Innovador	Diferenciador
Energizante medicinal	Contiene propiedades beneficiosos para la salud
El conservante natural	Contiene propóleos que no tiene los demás marcas de energizantes
Planta Sunfo	Primer producto que se fabrica con una planta medicinal no muy conocida.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### **1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO**

Existen varios autores que han definido al mercado y se ha tomado las siguientes acepciones:

“Las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo” (Stanton, 2007).

“Un mercado es un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta.” (Mankiw, 2012).

“Un mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio.” (Armstrong, Philip Kotler y Gary, 2003).

#### **1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.**

El mercado está enfocado hacia hombres y mujeres entre 20 a 65 años, que realizan actividad física principalmente, es importante indicar que el producto no tiene efectos contrarios para la tercera edad, pero si a personas que tienen enfermedades cardiacas; el propósito de esta bebida es obtener hidratación basada en una planta medicinal luego de una rutina de ejercicios en lugar de una bebida con químicos, se enfoca a todas las personas con cualquier estilo de vida tanto sedentaria como deportistas.

##### **1.3.1.1. Categorización de sujetos**

Se puede identificar las categorizaciones del producto en la tabla N°3.

**TABLA N° 3 CATEGORIZACIÓN DEL SUJETO**

<b>CATEGORÍA</b>	<b>SUJETO</b>
¿Quién compra?	Personas que hacen ejercicio en el sector de San Bartolo, la Argelia y Solanda
¿Quién usa?	Perdonas que necesitan hidratarse
¿Quién decide?	Las personas con capacidad económica
¿Quién influye?	Familiares, amigos, conocidos

**Fuente:** Observación

**Elaborado por:** La Autora

### 1.3.1.2. Estudio de Segmentación

El presente estudio de segmentación está enfocado a producción de energizante de sunfo, la misma que está ubicada en el sur en el sector de San Bartolo, la Argelia y Solanda del DM de Quito, Provincia de Pichincha. Ver tabla No. 4.

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
TIPO DE NECESIDAD	FISIOLÓGICA
TIPO DE COMPRA	COMPARACIÓN
RELACION CON LA MARCA	NO
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO	POSITIVA

**TABLA N° 4 DIMENSIÓN CONDUCTUAL**

**Fuente:** Observación

**Elaborado por:** La Autora

La ubicación de la microempresa será en el sector de San Bartolo, la Argelia y Solanda al sur del DM de Quito, Provincia de Pichincha, por esta razón se estudiará la dimensión geográfica en general hasta que se especifique el mercado objetivo al cual se desea llegar.

**TABLA N° 5 DIMENSIÓN CONDUCTUAL**

<b>Variable</b>	<b>Descripción</b>	<b>N° de Habitantes</b>
País	Ecuador.	17.267,986
Región	Sierra	7.733,752
Provincia	Pichincha	3.172.200
Ciudad Urbana y Rural	Quito	2.735.987
Población de la Ciudad Quito San Bartolo, la Argelia y Solanda	Sector	235.549

**Fuente:** Observación INEC Proyección del 2019

**Elaborado por:** La Autora

### **1.3.1.3. Plan de muestreo**

Se toma la Población de la ciudad de Quito de los sectores de San Bartolo, la Argelia y Solanda, según los indicadores y estadísticas del de Censo realizado con las proyecciones de (INEC Proyectado 2019), del año 2019, hábitat y vivienda del DM de Quito, es de 235.549 habitantes. Cabe indicar que la población sujeta de estudio es finita (menor a 500.000) y por ende se aplicará los cálculos en este sentido.

**n**= 235.549(Tamaño de la muestra)

**Z** = 1,96 (Se considera el nivel de confianza del 95%)

**P**= 0,5 (Probabilidad a favor)

**Q** = 0,5 (Probabilidad en contra)

**E** = 5% (Margen de error)

---

---

#### 1.3.1.4. Instrumentos para recopilar información

La investigación de mercado establece la recopilación de información de la producción de energizante de Sunfo analizando las necesidades de información que para nuestro tipo de negocio se han determinado las siguientes tabla N°6:

**TABLA N° 6 MÉTODO DE LA RECOLECCIÓN**

<b>Objetivo Específico:</b> Determinar gustos y preferencias del consumidor mediante el estudio de mercado del sector del San Bartolo.			
<b>Necesidades de Información</b>	<b>Tipo de Información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
Empresas de Producción de energizante naturales	Secundaria	Observación	Banco de datos de otras organizaciones
Plantas medicinales	Secundaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Productos complementarios	Secundaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Producción de sunfo	Secundaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

**TABLA N° 7 MÉTODO DE LA RECOLECCIÓN**

<b>Objetivo Estratégico:</b> Determinar el esquema de distribución más apropiado para el producto en el mercado actual y futuro de acuerdo las necesidades de los consumidores.			
<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Factores críticos para el sector	Secundaria	Ministerio de agricultura	Bancos de datos de otras organizaciones
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Familias del sector de San Bartolo	Encuesta

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

**TABLA N° 8 MÉTODO DE LA RECOLECCIÓN**

<b>Objetivo Estratégico:</b> Determinar la viabilidad de su producción para satisfacer las necesidades de consumidores actuales y futuros; en la ciudad de Quito Sector San Bartolo.			
<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
Frecuencia de consumo de la energizante de sunfo	Secundaria	Libros e internet	Encuesta
Medios de comunicación para la promoción del producto	Primaria	Libros e internet	Encuesta
Estrategia de distribución	Primaria	Libros e interne	Encuesta

**Fuente:** Investigación Personal  
**Elaborado por:** La Autora

### 1.3.1.5 Diseño y recolección de información.

La planta medicinal sunfo y sus derivados, ha sido utilizada como medicina tradicional, en la actualidad se la utiliza como materia prima para la elaboración de varios productos como es el Té, bebidas naturales y otros productos relacionados.

### 1.3.1.5.1 Información de fuentes secundarias

Dentro de las fuentes secundarias está la búsqueda de la información a través del internet, obteniendo datos acerca de los proveedores que tengan la maquinaria, equipos y los permisos necesarios para el funcionamiento de la microempresa; y el tipo de estrategias a utilizar para la publicidad, precios, plaza, promoción para la producción de un energizante a base de sunfo. Ver Tabla No. 8.

**TABLA N° 9 MÉTODO DE LA RECOLECCIÓN (COMPETENCIA DEL NEGOCIO)**

Descripción	Ubicación	Producto
Arca Ecuador	Pichincha	V220, REDBULL
PepsiCo	Pichincha	Volt

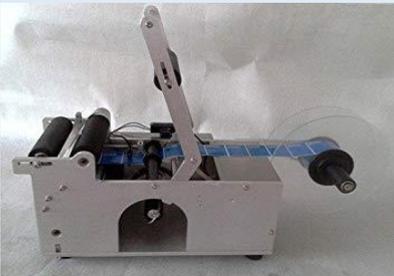
**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

### Maquinaria, equipos y herramientas.

A continuación, se detalla el listado de la maquinaria, equipos y herramientas que se utilizarán para la producción de las bebidas energizantes en base de sunfo que ofrece la microempresa. Ver tabla No. 10.

**TABLA N° 10 MAQUINARIA, EQUIPO, HERRAMIENTAS**

Descripción	Equipo
<p>Cocina industrial: Elaboración de bebidas en grandes cantidades</p>	
<p>Maquina roscadora de botellas: Las tapadoras rotativas para tapas a presión de producto que se va elaborar.</p>	
<p>Mezcladora: recipientes que sirve para mezclar la bebida que se está produciendo</p>	
<p>Olla industrial: Función principal es ayudar en la cocción de alimentos</p>	
<p>Selladora: El proceso de etiquetado es semiautomático del proceso de los energizantes de sunfo</p>	

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

## Productos complementarios.

El listado de los productos complementarios que se utilizarán para poder brindar un producto de calidad. Ver Tabla No. 11.

**TABLA N° 11 PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS**

<b>Empresa</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Producto</b>
Innatural	Buenos aires y 10 de agosto	2232342	Sunfo orgánico
Alibaba.com	Balzar y Zumbagua	6526729	Botellas plásticas
Pure Water	Maldonado y Balzar	099 401 9421	Proveedor de agua

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

### 1.3.1.5.2 Información de fuentes primarias

La micro empresa empleará la técnica de la encuesta siendo aplicada mediante un cuestionario para obtener los gustos y preferencias de los consumidores de los barrios de San Bartolo, la Argelia y Solanda de la en la ciudad de Quito del DM, en la provincia de Pichincha, en función del resultado obtenido en el cálculo de la muestra se obtuvo como resultado un total de 384 encuestas.



*Vive la Excelencia*

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS  
ENCUESTA DE GUSTOS Y PREFERENCIA DEL  
ENERGIZANTE DE SUNFO**

**Objetivo:** Recopilar información para la viabilidad e implementación de una microempresa para la producción de energizante en base a sunfo siendo producto nuevo en el mercado. Con fines académicos.

**Información general**

Edad:

Género: Masculino

Femenino:

**ENCUESTA DE LA BEBIDA NATURAL SUNFO**

1. **¿Sabe usted sobre el poder curativo de las plantas medicinales?**

SI  NO

2. **¿Conoce acerca de la planta de SUNFO y sus propiedades medicinales principalmente el energético?**

SI  NO

3. **¿Estaría dispuesto a consumir bebidas energizantes naturales?**

SI  NO

4. **¿Estaría dispuesto(a) a probar un nuevo producto energizante natural a base de Sunfo?**

SI  NO  TAL VEZ

5. **¿Cuántas bebidas energizantes naturales consume o estaría dispuesto a consumir a la semana?**

- Menos de 5 a la semana
- Más de 5 a la semana
- Ninguna

6. **¿Cuál es o sería su objetivo al ingerir bebidas energizantes naturales?**

- Para mantenerse despierto(a)
- Como un estimulante para el estudio
- Para mejorar su trabajo
- Para conseguir mayor energía

7. **¿En qué momento consume o consumiría bebidas energizantes naturales?**

- En el desayuno
- A media mañana
- En el almuerzo
- A media tarde
- En la merienda
- Antes de dormir

8. **¿Qué bebidas energizantes naturales o no consume o estaría dispuesto a consumir?**

- Energizante de plantas medicinales
- Energizante Red Bull
- Energizante vive 100
- Energizante Volt
- Otros

**9. ¿Cuál de los siguientes factores es determinante para Ud. al momento de adquirir una bebida energizante?**

- El precio
- La marca
- El envase
- El sabor
- La calidad

**10. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una bebida energizante natural?**

- Menos de \$ 2
- Entre \$ 2 y \$ 3
- Más de \$3.00

**11. ¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza para conocer de nuevos productos?**

- Prensa escrita
- Redes sociales
- TV
- Radio

**12. ¿En qué lugar adquiere las bebidas energizantes?**

- Vendedor Ambulante
- Tiendas
- Mercados
- Supermercados

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

### 1.3.1.6 Análisis e Interpretación

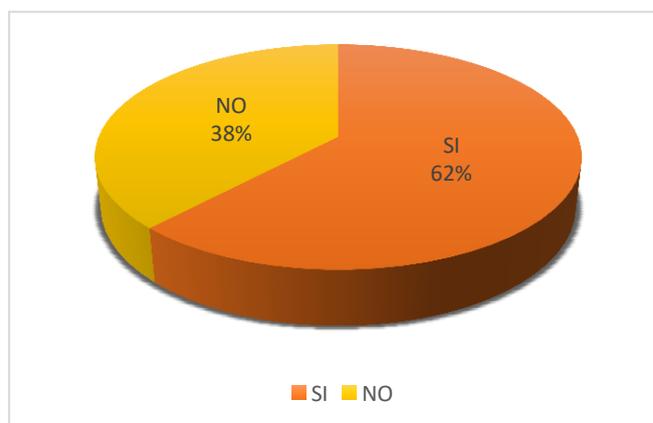
De acuerdo con el resultado de la encuesta a 384 personas al sur de la ciudad del DM de Quito de los sectores de San Bartolo, la Argelia y Solanda se realizó el procesamiento, análisis e interpretación de los resultados obtenidos, que se detallan a continuación:

**TABLA N° 12 PREGUNTA 1 ¿SABE USTED SOBRE EL PODER CURATIVO DE LAS PLANTAS MEDICINALES?**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	238	62
NO	146	38
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 1 PREGUNTA 1 ¿SABE USTED SOBRE EL PODER CURATIVO DE LAS PLANTAS MEDICINALES?**

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora

## Análisis

De acuerdo con el número de personas encuestadas de un total de 384 personas, se evidenció que un 62% conocen el poder curativo de las plantas medicinales, mientras que solo el 38% no conocen bien las plantas medicinales.

## Interpretación

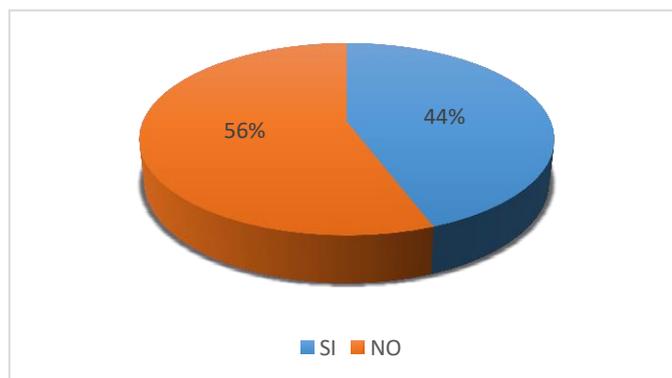
El hecho de que el 62% de encuestados hayan respondido que si conocen el poder curativo de las plantas medicinales permite concluir que si existe un potencial mercado para este tipo de bebidas por cuanto se conoce su beneficio a la salud.

**TABLA N° 13 PREGUNTA 2 ¿CONOCE ACERCA DE LA PLANTA DE SUNFO Y SUS PROPIEDADES MEDICINALES PRINCIPALMENTE EL ENERGÉTICO?**

<b>OPCIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SI	170	44
NO	214	56
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 2 PREGUNTA 2 ¿CONOCE ACERCA DE LA PLANTA DE SUNFO Y SUS PROPIEDADES MEDICINALES PRINCIPALMENTE EL ENERGÉTICO?**

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis**

Analizando las encuestas aplicadas se concluyó que el 56% de los encuestados no conocen de las propiedades que tiene la planta medicinal Sunfo y el encontraste con el 44% que conocen los beneficios de las plantas.

### **Interpretación**

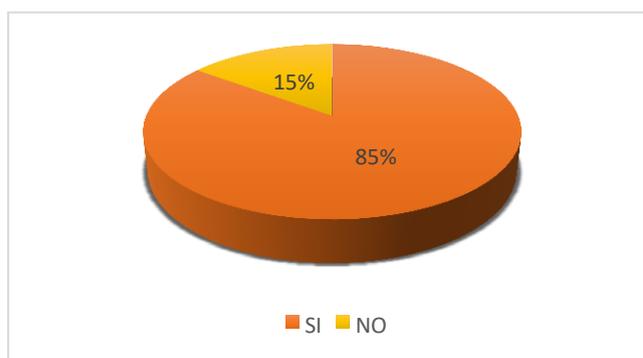
Más del 50% de la población NO conoce el Sunfo por ende esto representa que se deberá reforzar la promoción y publicidad de esta planta para que tenga resultado el producto.

**TABLA N° 14 PREGUNTA 3 ¿ESTARÍA DISPUESTO A CONSUMIR BEBIDAS ENERGIZANTES NATURALES?**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	327	85
NO	57	15
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 3 PREGUNTA 3 ¿ESTARÍA DISPUESTO A CONSUMIR BEBIDAS ENERGIZANTES NATURALES?**

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis**

Se observa 85% de los encuestados manifiestan que consumen bebidas energizantes naturales en relación al 15% que no consumen bebidas energizantes.

### **Interpretación**

En consideración la mayoría de los encuestados están dispuestos a consumir bebidas energizantes naturales, esta información permitirá determinar nuestra

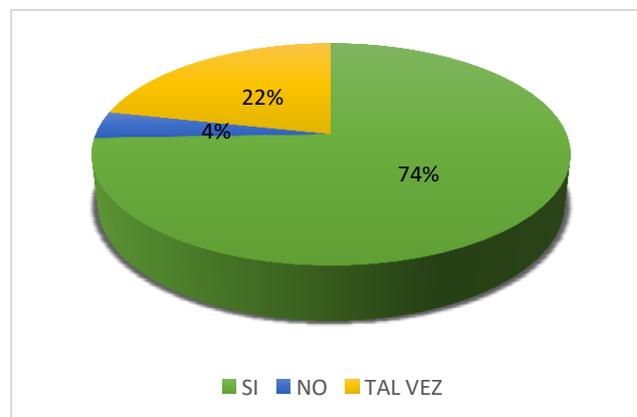
demanda cabe indicar que se puede establecer que si existe un mercado importante dispuesto a comprar el producto.

**TABLA N° 15** PREGUNTA 4 ¿ESTARÍA DISPUESTO(A) A PROBAR UN NUEVO PRODUCTO ENERGIZANTE NATURAL A BASE DE SUNFO?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	286	74
NO	15	4
TAL VEZ	83	22
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 4** PREGUNTA 4 ¿ESTARÍA DISPUESTO(A) A PROBAR UN NUEVO PRODUCTO ENERGIZANTE NATURAL A BASE DE SUNFO?

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora

### Análisis

Se observa que el 74% de los encuestados manifiestan que estarían dispuestos a consumir un energizante de sunfo en relación con un 22% que manifiestan que tal vez tomarían un energizante, en contraste con el 4% que no estaría dispuesto a realizar esta prueba.

## Interpretación

Se puede evidenciar con un porcentaje alto que las personas estarían dispuestas a consumir un energizante en base a una planta medicinal de sunfo, por tanto, este producto si estaría dentro de los gustos y preferencias del consumidor.

**TABLA N° 16 PREGUNTA 5¿CUÁNTAS BEBIDAS ENERGIZANTES NATURALES CONSUME O ESTARÍA DISPUESTO A CONSUMIR A LA SEMANA?**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Menos de 5 a la semana	160	42
Más de 5 a la semana	131	34
Ninguna	93	24
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 5 PREGUNTA 5¿CUÁNTAS BEBIDAS ENERGIZANTES NATURALES CONSUME O ESTARÍA DISPUESTO A CONSUMIR A LA SEMANA?**

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora

## **Análisis**

Analizando las encuestas aplicadas se concluyó que el 42% de los encuestados toma menos de 5 energizantes a la semana en contraste con el 34% que consumen más de 5 bebidas.

## **Interpretación**

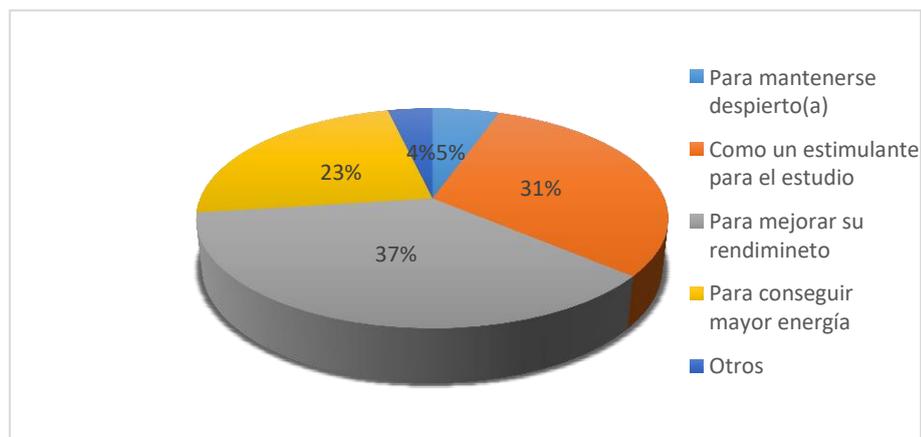
El resultado de esta pregunta demuestra que la población está distribuida mayormente entre los 2 extremos de consumo, por una parte, quienes ingieren menos de 5 unidades y por otra aquellos que consumen más de 5 unidades, esto permitirá establecer una cantidad optima de producción.

**TABLA N° 17 PREGUNTA 6; CUÁL ES O SERÍA SU OBJETIVO AL INGERIR BEBIDAS ENERGIZANTES NATURALES?**

<b>OPCIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Para mantenerse despierto(a)	21	5
Como un estimulante para el estudio	118	31
Para mejorar su rendimiento	141	37
Para conseguir mayor energía	90	23
Otros	14	4
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 6 PREGUNTA 6 ¿CUÁL ES O SERÍA SU OBJETIVO AL INGERIR BEBIDAS ENERGIZANTES NATURALES?**

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis**

Se observa 37% de los encuestados indica que utilizan la bebida para mejorar el rendimiento, en relación al 31% que consume el producto como estimulante para el estudio y un 23% lo utiliza para conseguir mayor energía.

### **Interpretación**

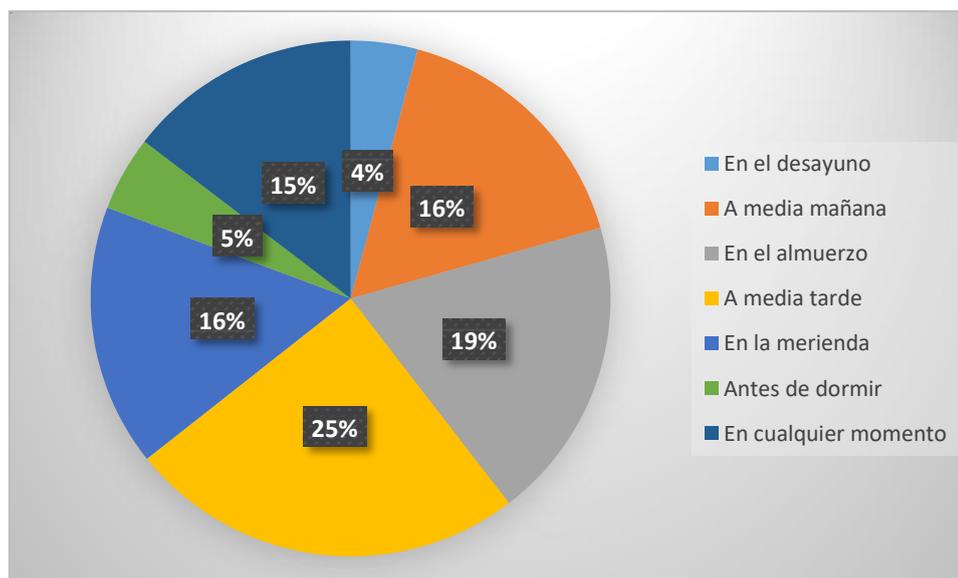
El resultado permitirá establecer las estrategias de mercado aplicar de acuerdo con los objetivos de uso del producto y obtener la mejora del rendimiento en el trabajo.

**TABLA N° 18 PREGUNTA 7¿EN QUÉ MOMENTO CONSUME O CONSUMIRÍA BEBIDAS ENERGIZANTES NATURALES?**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
En el desayuno	16	4
A media mañana	63	16
En el almuerzo	73	19
A media tarde	95	25
En la merienda	63	16
Antes de dormir	18	5
En cualquier momento	56	15
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 7 PREGUNTA 7¿EN QUÉ MOMENTO CONSUME O CONSUMIRÍA BEBIDAS ENERGIZANTES NATURALES?**

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora

### Análisis

Se observa que el 25% de los encuestados manifiestan que el energizante lo toman a media tarde, en relación al 19% que indican tomar la bebida después del

almuerzo mientras que el 16% manifiestas que toman bebidas en la merienda y otro porcentaje similar lo hace a media mañana, complementariamente el 15% consume está en cualquier momento, para finalmente tener un 5% que lo consumen antes de dormir para conciliar el sueño y un 4% toman la bebida antes del desayuno.

### **Interpretación**

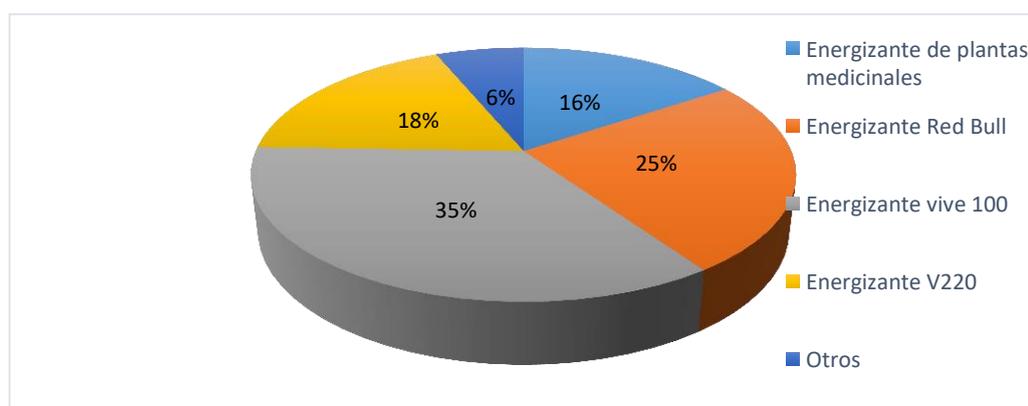
Esta información permite determinar la franja horaria de preferencia del consumo del energizante por parte de los compradores, con estos resultados se concluye que el 60% de los encuestados consumiría el producto entre el medio día y el final de la tarde, por tanto, los esfuerzos de distribución deberán enfocarse en este sentido sin descuidar los otros horarios.

**TABLA N° 19 PREGUNTA 8: ¿QUÉ BEBIDAS ENERGIZANTES QUE CONSUME O ESTARÍA DISPUESTO A CONSUMIR?**

<b>OPCIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Energizante vive 100	135	35
Energizante Red Bull	95	25
Energizante V220	70	18
Energizante de plantas medicinales	60	16
Otros	24	6
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 8 PREGUNTA 8: ¿QUÉ BEBIDAS ENERGIZANTES QUE CONSUME O ESTARÍA DISPUESTO A CONSUMIR?**

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis**

Analizando las encuestas aplicadas se concluyó que el 36% de los encuestados consumen bebida energizante vive 100, en consideración al 24% consumen bebidas de Red Bull y el 15% toman bebidas energizantes naturales.

### **Interpretación**

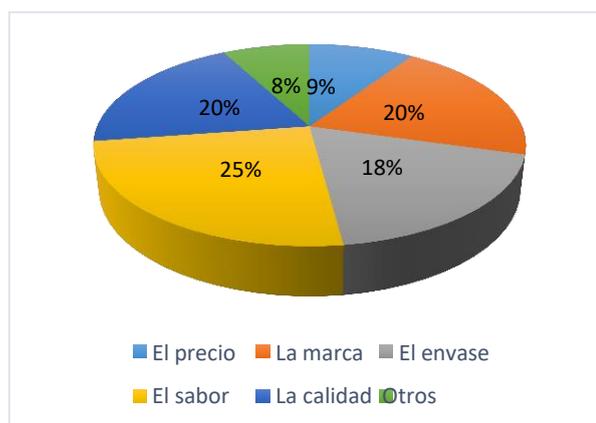
Estos resultados permiten concluir que la principal competencia son las marcas Vive100 y Red Bull, por ende, nos va a permitir establecer las estrategias de ingreso al mercado y a quienes debemos reemplazar ya sea por características, colores, logo, estrategias de diferenciación o de sombra.

**TABLA N° 20 PREGUNTA 9¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES FACTORES ES DETERMINANTE PARA UD. AL MOMENTO DE ADQUIRIR UNA BEBIDA ENERGIZANTE?**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
El sabor	95	25
La marca	77	20
La calidad	75	20
El envase	71	18
El precio	36	9
Otros	30	8
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 9 PREGUNTA 9¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES FACTORES ES DETERMINANTE PARA UD. AL MOMENTO DE ADQUIRIR UNA BEBIDA ENERGIZANTE?**

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora

### Análisis

Analizando las encuestas aplicadas se concluyó que el 27% de los encuestados adquieren la bebida por el sabor de las bebidas, mientras que un 20% adquiere su bebida por la calidad y el 19% por la marca del producto.

## Interpretación

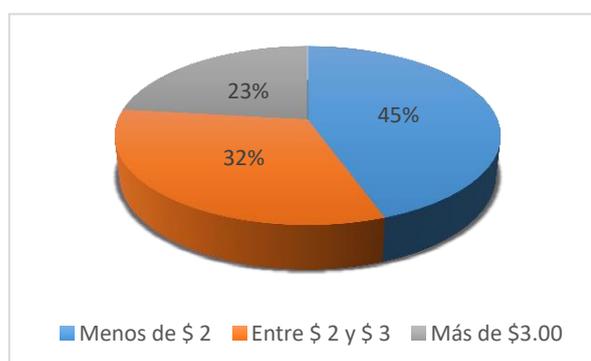
Con respecto a los resultados obtenidos mediante la encuesta, al momento de la compra de un energizante consideran que los factores fundamentales son el sabor y la calidad. Esta información permite a la microempresa considerar los aspectos importantes al momento de la elaboración del producto, sin descuidar los otros aspectos para que el cliente este satisfecho y la empresa pueda ganar más clientes en menos tiempo.

**TABLA N° 21** PREGUNTA 10¿CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR UNA BEBIDA ENERGIZANTE NATURAL?

Opciones	Frecuencia	%
Menor de \$ 2,00	171	45
Entre \$ 2,00 y \$ 3,00	124	32
Más de \$ 3,00	89	23
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 10** PREGUNTA 10¿CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR UNA BEBIDA ENERGIZANTE NATURAL?

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora

## Análisis

Se observa 45% de los encuestados manifiestan están dispuesto en gastar menos de 2 en relación al 32% manifiestan que estarías dispuestos a pagar entre 2 y 3 Usd mientras que un 26% pagarían más de 3 dólares.

## Interpretación

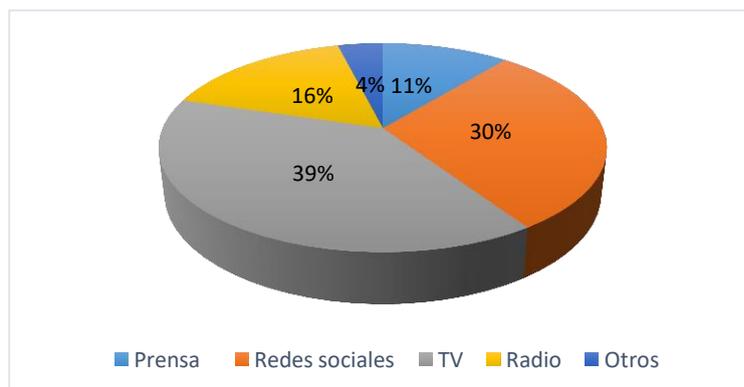
Este resultado obtenido demuestra que el precio promedio para la venta del energizante en base a sunfo será menos de \$2,00 la cual el mercado está dispuesto a pagar por el energizante, este dato es considerado referencial para realizar el cálculo del precio y verificar el margen de utilizad.

**TABLA N° 22 PREGUNTA 11¿CUÁL ES EL MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE MÁS UTILIZA PARA CONOCER DE NUEVOS PRODUCTOS?**

Opciones	Frecuencia	%
TV	150	39
Redes Sociales	114	30
Radio	63	16
Prensa	42	11
Otros	15	4
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 11 PREGUNTA 11 ¿CUÁL ES EL MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE MÁS UTILIZA PARA CONOCER DE NUEVOS PRODUCTOS?**

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis**

Analizando las encuestas aplicadas se concluye que el 39% de los encuestados escucha acerca de los productos nuevos en la TV, en relación al 30% que manifiestan hacerlo por las redes sociales mientras que un 16% lo escucha por la Radio.

### **Interpretación**

Con los resultados obtenidos en relación con el presupuesto de la empresa se ha descartado la TV y se usarán las redes sociales y la radio para la difusión del producto.

**TABLA N° 23 PREGUNTA 12 ¿EN QUÉ LUGAR ADQUIERE LAS BEBIDAS ENERGIZANTES?**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Tiendas	145	38
Supermercados	100	26
Mercados	86	22
Vendedor Ambulante	53	14
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 12 PREGUNTA 12 ¿EN QUÉ LUGAR ADQUIERE LAS BEBIDAS ENERGIZANTES?**

**Fuente:** Encuesta, 2019

**Elaborado por:** La Autora

### Análisis

Se observa 38% de los encuestados adquieren las bebidas en tiendas, un 26% indica que las bebidas las compran en supermercados y el 22% lo compran en mercados y finalmente un 14% a vendedores ambulantes.

## Interpretación

El lugar de compra que prefieren los encuestados son las tiendas y de pronto hacer demostraciones o intentos con venta ambulante, este resultado nos permite saber el punto estratégico de la distribución del producto es decir sitios donde se va a dar más énfasis para la venta.

### 1.3.2. Demanda Potencial

En base al cálculo de la proyección realizada por medio de los mínimos cuadrados se tomó como referencia la demanda actual de este proyecto, en la población del sector San Bartolo, la Argelia y Solanda del año 2019, siendo estas 235,549 habitantes.

Para evidenciar la forma de cálculo de los mínimos cuadrados se ha aplicado como ejemplo a los datos del 2019, esta misma forma de cálculo se ha aplicado para los años subsecuentes y se ha incluido únicamente los resultados obtenidos.

**TABLA N° 24 TENDENCIA DE LA DEMANDA 2019**

N	X	Y	XY	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
2015	1	219685	439370	4	48261427649
2016	2	223668	671005	9	50027454446
2017	3	227642	910568	16	51820825156
2018	4	231603	1158013	25	53639754603
2019	5	235549	1177744,1	25	55483244363
TOTAL	15	1138146	4356699	79	259232706218

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

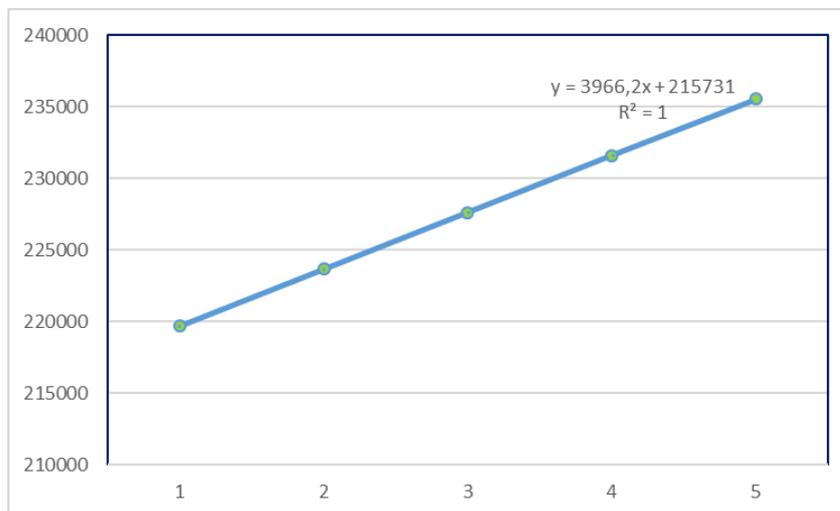
Luego de la aplicación de los mínimos cuadrados llegamos a obtener de la recta que corresponde a según la tabla N° 25:

**TABLA N° 25 TENDENCIA DE LA DEMANDA (HISTÓRICA)**

<b>Histórica</b>	2015	1	219685
	2016	2	223668
	2017	3	227642
	2018	4	231603
	2019	5	235549

**Fuente:** Datos obtenidos INEC Proyección del 2019

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 13 TENDENCIA DE LA DEMANDA HISTÓRICA**

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

De acuerdo a la demanda histórica se sacó la fórmula para calcular la proyección de habitantes de los sectores de San Bartolo, la Argelia y Solanda y se detalla en la siguiente tabla N° 26, según la ecuación se realiza.

**Formula de la ecuación**  $y=a+bx$

a= 215731

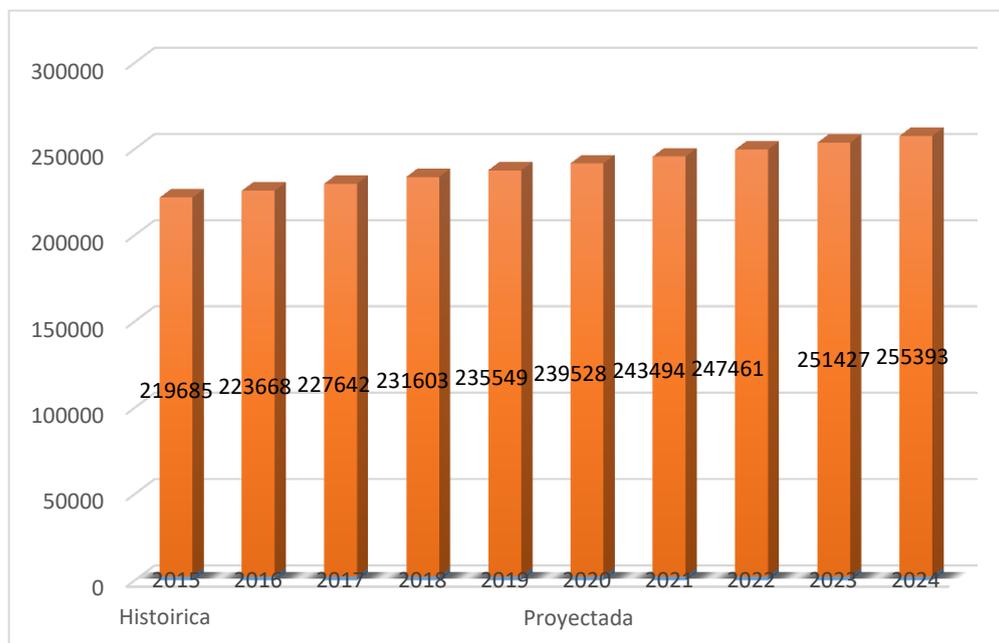
b= 3966,2

**TABLA N° 26 TENDENCIA DE LA DEMANDA (PROYECTADA)**

<b>Proyectada</b>	2020	6	239528
	2021	7	243494
	2022	8	247461
	2023	9	251427
	2024	10	255393

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 14 DEMANDA POTENCIAL**

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

De acuerdo a la encuesta aplicada en el sector san Bartolo, la Argelia y Solanda de Sur de Quito, indica que el 85% están dispuesto en consumir bebidas

energizantes y 74 % de la población consumirá la bebida energizante en base de Sunfo, la cual se determinó y se calculó en la siguiente tabla N°27.

**TABLA N° 27 CONSUMIDORES DE BEBIDA ENERGIZANTE DE SUNFO**

				<b>85%</b>	<b>74%</b>
<b>Proyectada</b>	2020	6	239528	203599	150663
	2021	7	243494	206970	153158
	2022	8	247461	210342	155653
	2023	9	251427	213713	158148
	2024	10	255393	217084	160642

**Fuente:** Investigación Personal

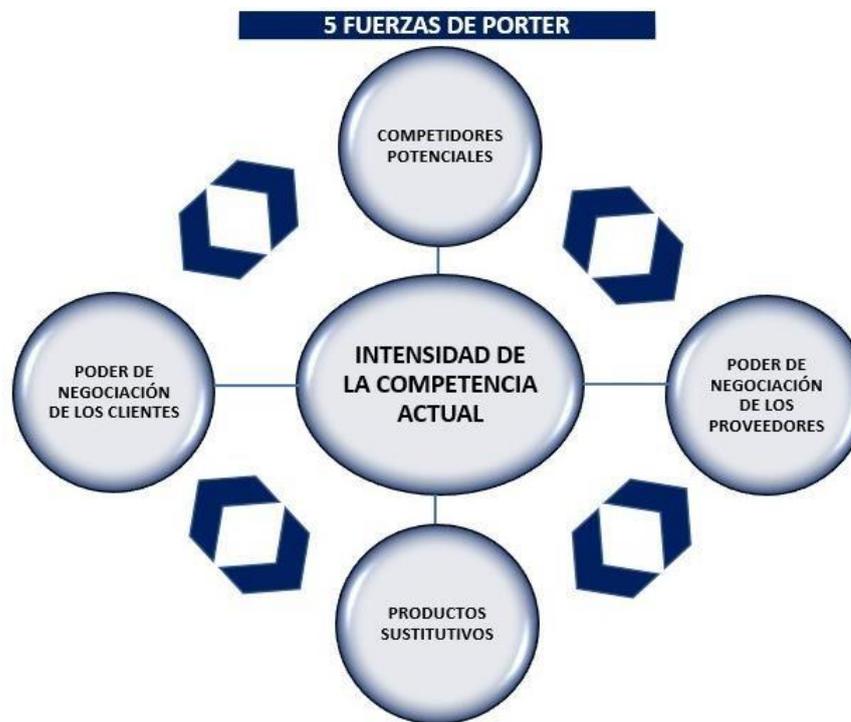
**Elaborado por:** La Autora

## **1.4. ANALISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE**

### **1.4.1. Análisis del microambiente**

La existencia de plantas medicinales para elaborar un energizante siendo un producto natural se la utiliza como tónico para el frío, fuente de energía, dolores estomacales, dolores de los riñones y para el mal de altura, siendo estos algunos de los beneficios para la salud.

Se refiere a estas fuerzas como el micro entorno, para contrastarlo con el término más general de exploración del entorno macroeconómico de la empresa que afectan a su capacidad para ofertar a sus clientes y obtener un beneficio, en cualquiera de las fuerzas, normalmente lleva aparejado el que la empresa tenga que reevaluar su posición estratégica frente al Mercado. (J. David y Wheelen, 2003).



**IMAGEN N° 1 FUERZAS DE PORTER**

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

#### **1.4.1.1 Competidores Potenciales y Barreras de Entrada.**

El mercado ecuatoriano de las bebidas energéticas está conformado por diferentes marcas y en los últimos años ha experimentado un crecimiento importante principalmente de productos naturales.

Existe un alto nivel de concentración del mercado en los productos de la competencia, aun cuando existe poca diferenciación entre los productos existentes con los nuevos productos de bebidas energizantes, sin embargo, el consumidor tiene la posibilidad de cambiarse fácilmente a otra marca de bebidas que ofrezcan mejores beneficios para la salud.

Las principales barreras encontradas para los productos de bebidas son:

- Prestigio de empresas ya reconocidas en relación con los nuevos productos de bebidas energizantes
- Ubicación del local de bebidas energizantes, con un alto número de competidores en la zona.
- Presencia de muchos productos sustitutos tales como bebidas gaseosas, jugos envasados, agua cítrica y mineral.
- Precios de la competencia que podrían ser más bajos puestos, que su producción es a mayor escala.

#### **1.4.1.2 Rivalidad entre competidores**

En los sectores San Bartolo, la Argelia y Solanda del DM de Quito existe un alto nivel de competencia y rivalidad de marcas de bebidas energizantes, ya que se encuentran posicionadas en el mercado con los siguientes factores determinantes:

- La producción y comercialización de bebidas naturales están en un proceso de crecimiento y pleno auge, por tanto, los proveedores tendrán varios clientes importantes que requieran sus productos y ellos estén más interesados.
- Por otro lado, mientras menor sea la cantidad de proveedores, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber oferta de insumos, éstos pueden fácilmente aumentar sus precios.

#### **1.4.1.3 Poder de Negociación de los Compradores**

El alto número de competidores en la zona en el distrito de Quito, el potencial cliente tiene la posibilidad de elegir entre varias alternativas de las bebidas energizantes, por lo que los siguientes factores son determinantes para el cliente:

- Precio de las bebidas energizantes que se oferten
- Ofertas y promociones en los productos.
- Calidad de las bebidas energizante (sabores, presentación, tamaños, productos frescos).
- Atención que se les brinde (trato cordial, lugar donde poder disfrutarlos, confort).

#### **1.4.1.4 Poder de Negociación de los proveedores**

- Las bebidas energizantes tendrían amenaza de productos sustitutos como gaseosas, jugos envasados, yogurts, agua mineral, también se podría decir que las bebidas preparados por las familias en su casa. En este sentido estarían compitiendo casi con los agricultores que producen la planta sunfo.
- Para la entrada de productos sustitutos se toma en cuenta la calidad, disponibilidad, costos y rendimiento, debería poner un tope al precio que se puede cobrar antes que los consumidores opten por un producto sustituto.

#### **1.4.1.5 Análisis de los sustitutos**

La competencia no solo es con las empresas ya establecidas y posicionadas en el mercado, sino también con sustitutos y aquellos que ingresan al mercado en busca de oportunidades como las bebidas energizantes de sunfo, los factores más destacados aquí son:

- Precios y ofertas de productos (promociones)
- Publicidad que atraigan clientes futuros

- Proceso de preparación de las bebidas energéticas
- Ventajas de los productos naturales frente a los envasados.
- Atención al cliente
- Calidad de los insumos y los precios a los cuales se consiguen.

#### **1.4.2 Análisis del macro ambiente**

Se puede innovar los procesos que permita bajar o igualar precios siendo una gran amenaza para el producto que se está sacando al mercado, es importante contar con las fuerzas de distribución en los negocios de bebidas energizantes; lo cual hace una barrera nueva para quienes desee invertir.

### 1.4.2.1 Análisis del macro ambiente FODA

**TABLA N° 28 FODA**

<p><b>Fortalezas</b></p> <p>Precio competitivo          Producto natural orgánico          Potencial alto para crear nuevos productos          Diferencia e innovación de bebidas naturales          Manejo adecuado del canal de distribución          Ser el primer energizante de sunfo de la planta medicinal</p>		<p><b>Debilidades</b></p> <p>Al ser un producto Nuevo carece de posicionamiento en el Mercado          Inadecuado uso de la tecnología          Mínima capacidad para invertir en publicidad          Desconocimiento detallado del proceso productivo          No posee una marca          Falta de información          Falta de recursos financieros para cubrir la alta inversión requerida en equipos de procesamiento.</p>
<p><b>Oportunidad</b></p> <p>Tendencia del mercado a consumir nuevas opciones de bebidas naturales          Aceptación rápida del mercado con productos nuevos          Apoyo por parte del Estado por creación de nuevos productos.          Captar nuevos clientes          Expandir el mercado a nivel nacional          Crecimiento de interés del producto          No existe amenaza directa por parte de las competencias</p>	<p><b>Estrategia de FO</b></p> <p>Ofrecer nueva variedad de energizantes naturales.          Brindar promociones para los diferentes grupos de consumidores de los nuevos negocios del sector brindándoles facilidades de pagos.          Hacer énfasis a las bondades y beneficios que tiene la planta (variedad de sabores, precio etc.)</p>	<p><b>Estrategia de DO</b></p> <p>Aprovechar el incremento de otros negocios para incrementar la cantidad de clientes promoviendo la diversidad de energizante a través de publicidades, degustación, volantes, así como los insumos de bajo precio para tener mayores ingresos para la microempresa.</p>

<b>Amenazas</b>	<b>Estrategia de FA</b>	<b>Estrategia de DA</b>
Competidores nuevos Cambios de precios en la materia prima Cambio climático que afecte la producción de materia prima Competencias indirectas con precios bajos	Aprovechar los insumos de bajos costos y el alto grado de beneficios que tiene la planta para ofrecer diversos productos naturales y saludables a bajos costos.	El personal debe ser capacitado adecuadamente para el negocio de tal manera que tenga una imagen de atención de calidad para evitar que los consumidores acudan a la competencia Promover el consumo de productos saludables a través de publicidad para evitar consumos sustitutos dañinos para la salud y mayor costo.

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

#### 1.4.2.2. Matriz EFE.

La matriz de evaluación de los factores externos (efe) permite a los estrategas resumir y evaluar información en diferentes aspectos. La evaluación externa revela las oportunidades y amenazas claves que tiene una organización, de tal manera que los gerentes puedan formular estrategias o tácticas que permitan aprovechar las oportunidades, así como reducir las posibles amenazas o disminuir sus consecuencias dentro de la organización. (DAVID, 2016).

**TABLA N° 29** MATRIZ EFE

<b>Factor Externo Clave</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso Ponderado</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Incremento del Mercado de bebidas energéticas	0,25	4	1
Búsqueda de nuevos clientes	0,20	3	0,60
Demanda potencial insatisfecha	0,10	3	0,30
Promociones y ofertas del nuevo producto.	0,10	4	0,40
<b>SUBTOTAL TOTAL</b>			<b>2,30</b>
<b>AMENAZAS</b>			
Marcas posicionadas en el mercado	0,15	5	0,75

Tendencias a consumir productos que tengan similitud en beneficios	0,10	5	0,50
Lanzamiento de nuevos productos de la competencia	0,10	4	0,40
<b>SUBTOTAL TOTAL</b>	1,00		<b>1,65</b>
<b>TOTAL(OPORTUNIDAD + AMENAZAS)=3,95</b>			

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

El valor ponderado más alto posible para una empresa es de 4,0 y el más bajo es de 1,0, donde 4,0 indica que una empresa responde de manera sorprendente a las oportunidades y amenazas presentes en su sector, mientras que 1,0 significa que las estrategias de la empresa no aprovechan las oportunidades ni evitan las amenazas externas. (Wobook, 2016).

El valor ponderado obtenido es de 3,95 lo que nos dice que la empresa aprovecha las oportunidades y evita las amenazas de manera adecuada con las estrategias establecidas esto quiere decir si la relación es mayoritariamente clara a favor de las oportunidades significa que justamente la empresa tiene más oportunidades que amenazas y que puede ser viable.

Al realizar una comparación interna de la matriz entre las oportunidades con un total de 2,30 con relación a las amenazas que tienen un total de 1,64, se concluye que la microempresa tiene mayor potencial de aprovechar las oportunidades que se presentan en el mercado y podrá manejar de mejor manera las amenazas que se pueden presentar, por tanto, las condiciones son favorables para el nuevo producto.

### **1.4.2.3. Matriz EFI.**

La matriz es una herramienta que nos permite realizar una auditoría interna de la administración de la organización, permitiendo analizar la efectividad de las estrategias aplicadas y conocer con detalle su impacto; dentro del

instrumento nos permite evaluar las fortalezas y debilidades más relevantes en cada área y así formular nuestras estrategias que sean capaces de solventar, optimizar y reforzar los procesos internos. (Wobook, 2016).

**TABLA N° 30 MATRIZ EFI**

<b>Factor Externo Clave</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso Ponderado</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
Precios competitivos.	0,20	3	0,60
Producto medicinal.	0,20	4	0,80
Conocimiento del Negocio.	0,15	2	0,30
Calidad en el Servicio.	0,15	3	0,45
<b>TOTAL</b>			<b>2,15</b>
<b>DEBILIDADES</b>			
Microempresa nueva.	0,10	2	0,20
No poseer una marca.	0,10	2	0,20
Falta información.	0,05	3	0,15
Poca publicidad.	0,05	1	0,05
<b>TOTAL</b>	1,00		<b>0,60</b>
<b>TOTAL (OPORTUNIDAD + AMENAZAS) =2,75</b>			

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

La matriz EFI es el puntaje de valor total varía de 0,1 a 4.0, siendo el promedio 2,5. Los puntajes de valor por debajo de 2,5 caracterizan a las empresas que son débiles internamente, mientras que los puntajes por arriba de 2,5 indican una posición interna sólida. (Wobook, 2016).

Analizando las fortalezas con un total de 2,15 y las debilidades con un valor de 0,60 la microempresa tiene mayor fuerza interna a favor siendo viable el proyecto y esto le permitirá resolver las debilidades que presente frente al mercado.

Siendo el total ponderado de 2.75 nos encontramos sobre el promedio, quiere decir que la empresa es viable, se debe mejorar las estrategias para mejorar el

puntaje por ende Si la relación es mayoritariamente clara a favor de las fortalezas significa que justamente la empresa tiene más fueras internas a favor que debilidades y que puede ser viable para la microempresa.

#### 1.4.2. Proyección de la oferta.

Se empleara a la investigación de campo donde estableceremos la herramienta de observación en dos establecimientos conocidos de alta concurrencia, ubicados en los sectores de San Bartolo, la Argelia y Solanda en el Distrito Metropolitano de Quito, cabe indicar que se analizó el número de personas que adquieren el producto de bebidas energizantes diariamente, y con estos resultados se realizó los cálculos correspondientes de los consumidores de bebidas tanto mensual como anual; de esta manera se determina la oferta actual.

“El Principio de Pareto, también conocido como la regla de 80/20, es una teoría mantiene que el 80% de las consecuencias de una situación o sistema se determina por el 20% de las causas.” (Guerri, 2020)

De acuerdo al sector y considerando las tiendas más grandes podemos asumir que representa un 80 por ciento del mercado y las tiendas pequeñas a su alrededor completando el 20% y sería el 100% oferta de acuerdo a la teoría de Pareto

**TABLA N° 31** CONSUMIDORES DE BEBIDAS ENERGIZANTES

<b>Descripción</b>	<b>Cientes bebidas energizantes diarias</b>	<b>/</b>	<b>Cientes bebidas energizantes mensuales</b>	<b>/</b>	<b>Cientes/ bebidas energizantes anuales</b>
Dulce tentación	22		484		5808
Tienda Doña Estelita	30		660		7920
Otras tiendas	35		770		9240
Total, Anual					22968

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

Con la recopilación de esta información se puede evidenciar que existe un consumo total de este tipo de bebidas energizantes correspondiente a 22968 unidades al año.

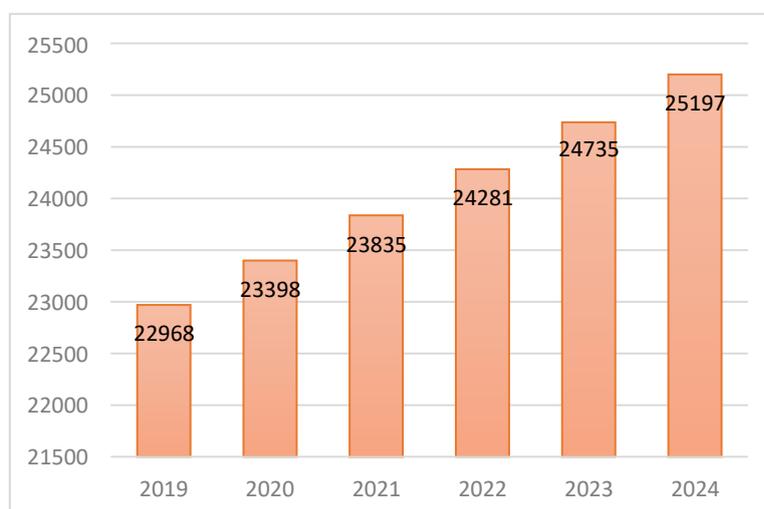
Con esta información se obtendrá la oferta para el 2019 y se realizará la proyección hasta el año 2024 en base a la tasa de crecimiento poblacional en los sectores de San Bartolo, la Argelia y Solanda que corresponde al 1,87% de acuerdo con la información obtenida por el INEC de la proyección en año 2019. En la que se calcula por mínimos cuadrado y no por tasa de crecimiento.

**TABLA N° 32 OFERTA PROYECTADA DE CONSUMO DE BEBIDAS ENERGIZANTES**

<b>AÑOS</b>	<b>N° DE BEBIDAS ENERGIZANTES CONUMIDAS</b>
2019	22968
2020	23398
2021	23835
2022	24281
2023	24735
2024	25197

**Fuente:** Investigación Campo

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 15 OFERTA PROYECTADA**

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

## 1.5. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

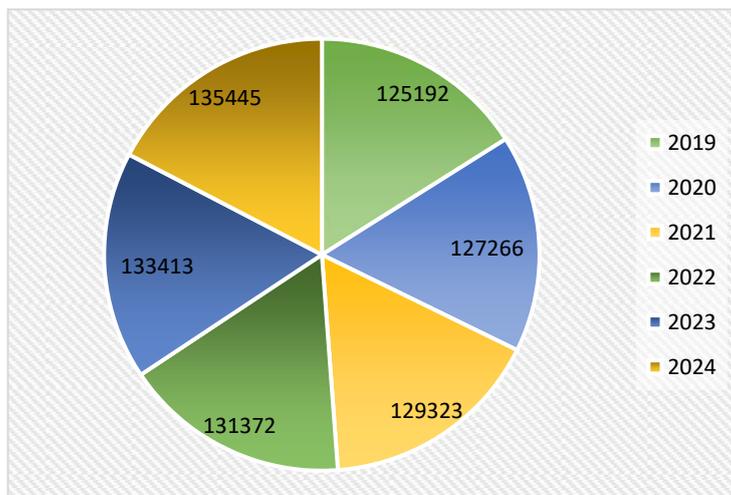
Para obtener la demanda potencial insatisfecha tomaremos los datos ya obtenidos de la oferta y la demanda proyectadas siendo detalladas en la siguiente tabla N-33.

**TABLA N° 33** DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA/ ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA/ DIA	DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA/ MENSUAL
2019	148160	22968	125192	343	10290
2020	150663	23398	127266	349	10460
2021	153158	23835	129323	354	10629
2022	155653	24281	131372	360	10798
2023	158148	24735	133413	366	10965
2024	160642	25197	135445	371	11132

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 16** DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora

## 1.6. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ. (CANALES DE COMUNICACIÓN)

Se utilizará como una herramienta la promoción y publicidad de las bebidas energizantes, se tratará de llegar a la conciencia de los consumidores, con el lanzamiento del nuevo producto; se tendrá en consideración los siguientes tipos de publicidad y promociones:

Redes sociales	Medios	Publicidad extra
Facebook	Página web	Degustación del producto y gigantografías
WhatsApp	Página web	Promociones y descuentos

TABLA N° 34 PROMOCIONES Y PUBLICIDAD

**Fuente:** Investigación Personal

**Elaborado por:** La Autora



IMAGEN N° 2 MARCA

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora



**IMAGEN N° 3 LOGO**

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora



**IMAGEN N° 4 ENVASE DEL PRODUCTO**

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora

## **1.6.1 Plan de Medios**

### **1.6.1.1 Objetivos**

Dar a conocer el nuevo producto de bebidas energizantes de la micro empresa SUNFO LIVE, mediante difusión de mensajes que brinden información de los beneficios del sunfo e incentiven su compra, para de esta manera captar clientes

potenciales que permitan alcanzar el posicionamiento deseado en el mercado y así generar la rentabilidad esperada.

### **1.6.1.2 Target**

Está dirigido a todas las personas entre 20 a 65 años de la población económicamente activa en los sectores de San Bartolo, la Argelia y Solanda al sur del Distrito Metropolitano de Quito tendrán la oportunidad conocer una bebida energizante natural con los beneficios que tiene la planta sunfo.

### **1.6.1.3 Estrategia**

Mantener control de los hábitos y patrones de consumo de los clientes a fin de determinar los niveles de aceptación del nuevo producto del energizante en base a la bebida de sunfo.

### **1.6.1.4 Estrategia Marketing Mix**

#### **Producto**

Siendo un energizante a base de sunfo su marca propia llamado SUNFO LIVE, con el slogan “la vida es sana” la bebida energizante será en una botella plástico biodegradable de 625 ml. Con la finalidad de acoger los gustos y preferencias de los consumidores.

La botella además de contener el producto, tendrá un adhesivo donde estarán detallados los ingredientes, fecha de elaboración y vencimiento y registro

sanitario, donde se cumplirá con la normativa nacional den Ecuador la misma que garantizara que es un producto elaborado en condiciones aceptables.

## **Precio**

Para empezar el energizante en base de sunfo basará su precio de acuerdo a las encuestas que se realizaron teniendo encuesta los costos y gastos midiendo el margen de utilidad que se espera obtener de la producción y de los clientes potenciales. De la misma forma se podría vender a un precio económico hasta lograr captar más clientes y el producto sea aceptado en el mercado y se pueda incrementar el precio.

## **Plaza**

Para la venta del producto de la bebida energizante en base a sunfo se utilizará el canal directo es decir del productor al consumidor. Cabe indicar que de acuerdo a la encuesta realizada se analizó que los consumidores realizan sus compras en tiendas y supermercados.

## **Promoción**

Las promociones a aplicar es la degustación de la bebida energizante a base de sunfo de la marca SUNFO LIVE se realizará un descuento del 5% por cada 10 botellas de bebidas para los clientes que requieran del producto.

### 1.6.1.5 Medios

Los medios que se utilizará para publicitar el producto nuevo de bebidas energizante serán de manera directa con los clientes potenciales son las siguientes:

- Redes sociales
- Página web
- Radio
- Degustación del producto

### 1.6.1.6 Presupuesto

El presupuesto se deberá desarrollar un plan de medios para que el producto de bebidas energizantes tenga éxito y se pueda alcanzar las metas de la microempresa.

**TABLA N° 35 PRESUPUESTO**

<b>Medio</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Costo Anual</b>
Plan de Internet	1	33.04	33.04	Mensual	396.48
Degustación de producto	4	100,00	100,00	Trimestral	400.00
Elaboración de volantes	1000	0,15	150	Anual	150,00
Radio	2	44	88	Trimestral	528.00
<b>TOTAL</b>					<b>1474.48</b>

**Fuente:** Investigación personal

**Elaborado por:** La Autora.

### 1.6.1.7 Cronograma

Las actividades que se realizarán en el plan de medios deben estar especificado en una planificación y un control para lo cual se elaborará un cronograma donde encuentre las acciones a desarrollar, así como su frecuencia. Ver tabla No 36.

**TABLA N° 36 CRONOGRAMA**

<b>Actividad</b>	<b>Herramienta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Responsables</b>
Redes Sociales	Internet	Diario	Asistente Administrativo
Publicidad	Rotulación	Anual	-
Creación de los volantes	Volantes	Trimestral	Operativo
Entrega de volantes	Volantes	Trimestral	Operativo
Degustación del producto	Degustaciones	Trimestral	Operativo

**Fuente:** Investigación personal

**Elaborado por:** La Autora.

### 1.7. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR. (CANALES DE DISTRIBUCIÓN)

Un canal de distribución desplaza bienes y servicios de los productores a los consumidores, y elimina las brechas importantes de tiempo, lugar y posesión que separan los bienes y servicios de quienes los usarán. Se necesitan varias actividades de valor añadido para llevar los productos de los productores a los consumidores finales. Las actividades de compra-venta de los distribuidores reducen el número de transacciones para los productores y usuarios finales. (Lamb, 2015).

La microempresa trabajará con un canal de distribución directo, en el esquema de relación directa del productor con el distribuidor y este último será quien comercialice el producto al cliente final, de esta manera se garantizará un producto de calidad para nuestros futuros clientes.

## **1.8. SEGUIMIENTO DE CLIENTES**

Para conocer las necesidades de los consumidores se debe dar seguimiento del producto que se está ofertando a los clientes con el fin de conocer las debilidades y poder transformarlas en estrategias que permitan conseguir la meta establecida, esto se lo hará mediante las siguientes actividades:

- Aplicación de encuestas periódicas para conocer la satisfacción de los clientes.
- Buzón de sugerencias que estará ubicado en la página web para conocer las opiniones de los clientes sobre la atención recibida al ofrecer el producto.

## **1.9. MERCADOS ALTERNATIVOS.**

Los mercados alternativos que tiene este tipo de micro empresas de producción de bebidas y que en un futuro se puede cubrir son los siguientes:

- Se analizará la posibilidad de crear pastillas efervescentes de Sunfo y adicionalmente bolsitas de Té de Sunfo.

## **CAPITULO II**

### **2. ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)**

#### **2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN**

Desarrollar un proceso para la obtención de una bebida energizante de Sunfo mediante procesos de calidad con recursos humanos y tecnológicos apropiados.

#### **2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO**

##### **2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.**

“Por proceso se entiende cualquier conjunto de actos coordinados para producir un fin; así hablamos del proceso de producción de un material”. (ECHANDÍA, 2013).

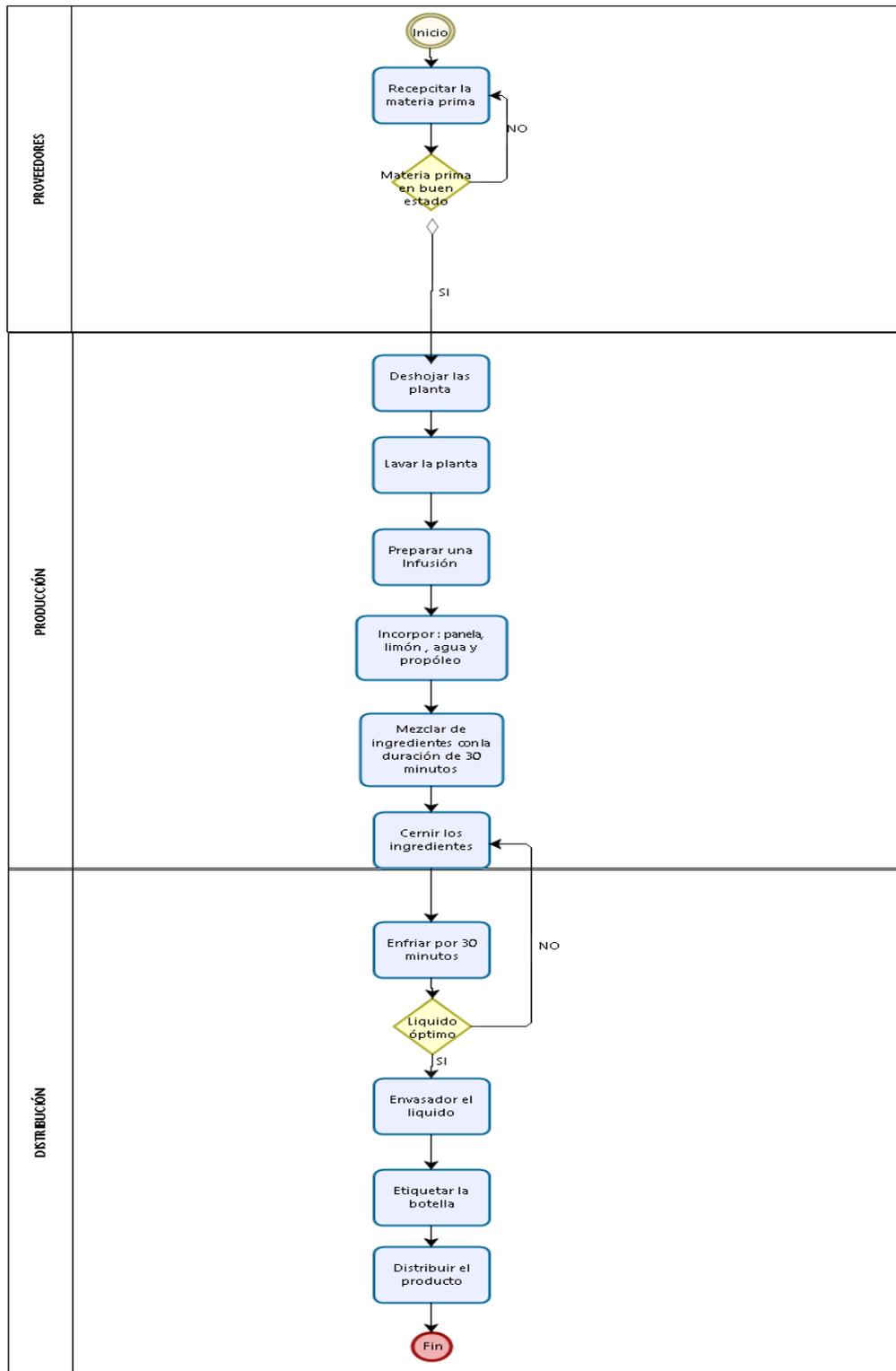
**PREPRODUCCIÓN.** -Se inicia con la recepción de la materia prima, revisando que la misma esté en buen estado, caso contrario se procede a la devolución al proveedor o se clasifica como desperdicio.

**PRODUCCIÓN.** -El proceso de deshojar de la planta y lavado de la misma previo a iniciar la infusión de la planta, conjuntamente con 4 cucharas de canela y una cucharadita de zumo de limón por cada litro de agua, esta infusión debe hacerse durante 30 minutos.

**POSPRODUCCIÓN.** -Para finalizar el proceso la infusión debe enfriarse por un tiempo de 30 minutos, transcurrido este tiempo se procede con el envasado del producto y posterior etiquetado del mismo, para finalmente iniciar la distribución del producto a los consumidores.



**IMAGEN N° 5** MAPA DE PROCESO DE GESTIÓN  
**Fuente:** Investigación personal.  
**Elaborado por:** La Autora



**IMAGEN N° 6** DIAGRAMA DE FLUJO DE LA PRODUCCIÓN DE ENERGIZANTE DE SUNFO

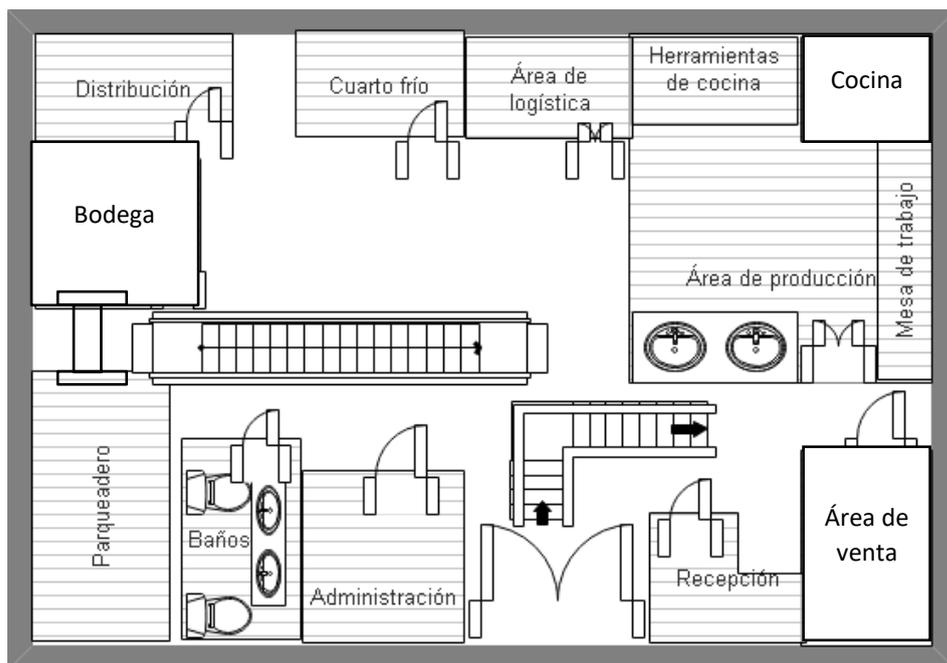
**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora

Un sistema de operaciones es algo complejo, ya que en él concurren varias disciplinas y tecnologías, donde se ven reflejadas las actitudes y filosofías de los directores, así como las influencias de clientes y proveedores. No obstante, el paradigma mecanicista ha propiciado la utilización de enfoques que plantean la optimización de partes del sistema de operaciones, como si de este modo se lograra la optimización de todo el sistema, situación que es bastante limitada y que más bien puede afectar la ejecutoria de todo el sistema (Matalobos, 2005).

### 2.2.1. Descripción de instalaciones, equipos y personas.

La microempresa iniciará sus operaciones correspondientes al adquirir la materia prima con sus proveedores, cabe indicar que la microempresa “SUNFO LIVE” estará ubicada en el sector de San Bartolo del DM de Quito, para lo cual se requiere de una propiedad de aproximadamente 150 metros, la distribución de esta se presenta a continuación:



**IMAGEN N° 7** INFRAESTRUCTURA DE LA MICROEMPRESA SUNFO LIVE

**Fuente:** Administración de la Producción y Operaciones Chase, Jacob, Aquilino

**Elaborado por:** La Autora.

La instalación de una fábrica es una combinación de objetivos y consideraciones, y su planificación se apoya en el compromiso de varios beneficios y limitaciones, que, a su vez, son modificados por el tiempo, grado de importancia relativa y actitud por parte de la Dirección.

Son diagramas que muestran la trayectoria de un producto o procedimiento, señalando todos los hechos sujetos a examen mediante el símbolo que corresponda. Estos diagramas no son un fin en sí mismo. Más bien, constituyen un medio para lograr un fin. Esta técnica facilita la eliminación o reducción de costos ocultos de una componente. (Chase, 2014).

Para la instalación de los equipos, herramientas y personal de trabajo que son necesarias para llevar a cabo con la elaboración energizante en base de sunfo, que cuenta con las siguientes áreas: Recepción, bodega, área de producción, área logística, cuarto frío, área de distribución, área de ventas, parqueadero, y administración. Las medidas de cada área se detallan en la siguiente tabla N° 37.

**TABLA N° 37** DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA POR ÁREA

Área	Superficie (m2)
Recepción	5
Bodega	15
Área de producción	30
Área logística	10
Cuarto frío	15
Área de distribución	15
Área de ventas	20
Parqueadero	25
Administración	15
<b>TOTAL</b>	<b>150 metros cuadrados</b>

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora

**TABLA N° 38 DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS**

Actividad	Equipo	Velocidad nominal	Costo unitario	Cantidad	Costo total
Uso de olla industrial	Olla industrial	100%	130.00	5	650,00
Deshojar la planta	Mesa de trabajo	100%	250.00	2	500,00
Lavar la planta	Recipientes	90%	150,00	2	300.00
Incorporar la panela, zumo de limón propóleo y agua	Olla industrial	90%	100.00	3	300,00
Cernir ingredientes	Cernidero	100%	15,00	3	45.00
Enfriamiento y reposos del producto terminado	Refrigerador	90%	400.00	4	1.600
Envasado el liquido	Botellas de 625ml	100%	0,04	8850	354,00
Etiquetado la botella	Botellas de 625ml	100%	0,02	8850	177,00
<b>Total</b>					3.926,00

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.

El personal que se laborará en la microempresa está conformado inicialmente por 8 personas, las cuales colaborarán en cada una de las áreas asignadas dentro de la microempresa SUNFO LIVE, como se detalla a continuación.

**TABLA N° 39 DESCRIPCIÓN DEL PERSONAL**

<b>Actividad</b>	<b>Personal</b>	<b>Tiempo</b>	<b>N° Personas</b>	<b>Horas Hombre</b>
Planificar, dirigir, organizar, verificar el cumplimiento de las metas. Actividades financieras.	Gerente general	8 H. D	1	40 H. S
Coordina labores del personal, ejecutar planes de mejora y de procesos, controlar la higiene y limpieza de la microempresa	Jefe de Producción	8 H. D	1	40 H. S
Planear, supervisar, coordinar, programas y actividades relacionados con la administración de recursos humanos, financieros, contables.	Jefe administrativo	8 H. D	1	40 H. S
Control y actualización de registros, gestión de los sistemas de archivado	Auxiliar de administrativo	8 H. D	1	40 H. S
Producción y verificación la producción del energizante de sunfo	Operario 1	8 H. D	1	40 H. S
Resuelve las problemáticas que se presenten durante el proceso de fabricación (cambios de envases, reposición de etiquetas, etc.) dentro de los parámetros establecidos en el plan de trabajo.	Operario 2	8 H. D	1	40 H. S
Mantener el orden de la bodega y almacenamiento de los productos, mantener informada a	Bodeguero	8 H. D	1	40 H. S

su jefatura con respecto a la poca disponibilidad de los insumos				
Brindar un buen servicio Cumplir con la bitácora diaria de trabajo.	Ejecutivo de venta	8 H. D	1	40H. S

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.

### 2.2.2. Tecnología a aplicar.

La microempresa está enfocada en brindar un producto de calidad con tecnología de punta, reduciendo significativamente los costos operativos en el proceso de producción y control de manera óptima.

La microempresa “SUNFO LIVES ” innova con productos de calidad, con herramientas adecuadas para la toma de decisiones siendo la clave para el éxito de la microempresa.

A futuro con el crecimiento de la microempresa y sus ventas, se prevé que se incorporará la siguiente tecnología que permitirá tecnificar y acelerar algunos procesos productivos a mayor producción.

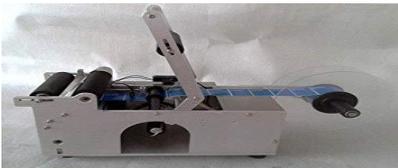
Cabe mencionar que las máquinas selladoras serán parte automática de la línea de producción sin la intervención de un operario, sino que mediante bandas automáticas las botellas se colocarán para ser selladas automáticamente.

La máquina roscadora de botellas eléctrica facilitará al área de producción que al momento de despacho sea más eficiente.

La máquina deshojadora de hojas eléctrica será parte de realizar la producción más rápida sin requerir mano de obra.

La máquina lavadora de hojas será factible para la selección de plantas en buen estado y las que sirven para el desperdicio para facilitar el despacho más eficaz.

**TABLA N° 40 TECNOLOGÍA APLICAR**

Descripción	Equipo
<p><b>Maquina roscadora de botellas eléctrica:</b> Las tapadoras rotativas para tapas a presión de producto que se va elaborar.</p>	
<p><b>Selladora eléctrica:</b> El proceso de etiquetado es semiautomático del proceso de los energizantes de sunfo</p>	
<p><b>Una maquina deshojadora de hojas eléctrica de acero inoxidable:</b> la cual permite optimizar tiempo de manera exitosa en este proceso del deshojamiento de la planta de sunfo.</p>	
<p><b>Una lavadora de la planta eléctrica de acero inoxidable:</b> permite optimizar tiempo de manera exitosa en este proceso de lavado de la planta.</p>	

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.

### **2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES**

#### **2.3.1. Ritmo de producción.**

El proceso de producción está relacionado con el ritmo mensual de la fabricación del producto de bebidas energizantes a base de sunfo, mediante las necesidades de los consumidores, tomando en cuenta la capacidad de producción será 295 bebidas natural diarios obteniendo 8850 botellas de bebidas con

productos saludables al mes, se consideró la siguiente tabla N° 41 de ritmo de trabajo:

**TABLA N° 41 RITMO DE TRABAJO**

<b>Actividad</b>	<b>Nº Personas</b>	<b>Tiempo Promedio (minutos)</b>	<b>Tiempo Normal (minutos)</b>	<b>Ritmo de Trabaj o</b>
Receptar la materia prima.	1	45	30	Medio
Clasificar la planta en bueno y mal estado.	1	20	15	Medio
Deshojar la planta.	1	30	25	Alto
Lavar de la planta	1	10	5	Alto
Infusión de la planta	1	20	15	Alto
Incorporar y mezcla de materia prima con varios insumos	1	15	10	Alto
Cernir el liquido	1	30	25	Alto
Enfriar la bebida.	1	45	30	Medio
Empaquetar.	1	45	35	Alto
Despachar.	1	30	20	Medio
<b>TOTAL</b>		<b>240</b>	<b>170</b>	

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora

### **2.3.2. Nivel de inventario promedio.**

La empresa SUNFO LIVES considera que tendrá un stock de producto terminado de 295 botellas diarias considerando la capacidad productiva de la planta y el potencial mercado existente.

Para cubrir este stock previamente descrito se considera el siguiente inventario de materia prima que permita generar la presupuestada de productos terminados.

**TABLA N° 42 INVENTARIO PROMEDIO (MENSUAL)**

Detalle	Cantidad	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo Mensual
Planta medicinal sunfo	2	Quítales	\$ 15,00	\$ 30,00
Panela	35	Libras	\$ 2,50	\$ 87,50
Limones	50	Kilogramos	\$ 3,50	\$ 175,00
Propóleo	60	libras	\$ 9,00	\$ 540,00
Filtro de purificación de agua	1	Unidades	\$ 100,00	\$ 100,00
Botellas de plástico	8850	Unidades	\$ 0,04	\$ 354,00
Limpiones	50	Unidades	\$ 1,00	\$ 50,00
Limpia vidrios Mundo Clean	1	Unidades	\$ 3,50	\$ 3,50
Desinfectaste Mundo Clean	2	Unidades	\$ 3,50	\$ 7,00
Guantes quirúrgicos Gammex	3	Unidades	\$ 3,00	\$ 9,00
Escobas	2	Unidades	\$ 1,00	\$ 2,00
Tacho Basura Industrial 240 L O 120 L C/tapa Ruedas Pedal	2	Unidades	\$ 55,00	\$ 110,00
Recogedor	2	Unidades	\$ 2,50	\$ 5,00
<b>Total</b>				<b>\$ 1.468,00</b>

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.

### 2.3.3. Número de trabajadores.

El número de trabajadores necesarios que se requiere en la microempresa “SUNFO LIVES” cabe indicar que puede variar el número de vendedores y de auxiliares de producción de acuerdo a los pedidos requeridos por los clientes para el funcionamiento se describe en la siguiente tabla N°43.

**TABLA N° 43** NÚMERO DE TRABAJADORES

Cargo	N.º Personas	Fijo	Variable	Planta	Actividad	Tiempo
Gerente General	1	x		x	Planificar, dirigir, organizar, verificar el cumplimiento de las metas. Actividades financieras.	8 H
Jefe de Producción	1	x		x	Coordina labores del personal, ejecutar planes de mejora y de procesos, controlar la higiene y limpieza de la microempresa	8 H
Jefe Administrativa	1	x		x	Planear, supervisar, coordinar, programas y actividades relacionados con la administración de recursos humanos, financieros, contables.	
Auxiliar Administrativa	1	x		x	Control y actualización de registros, gestión de los sistemas de archivado	8 H
Operario 1	1		x	x	Resuelve las problemáticas que se	8 H

					presenten durante el proceso de fabricación (cambios de envases, reposición de etiquetas, etc.) dentro de los parámetros establecidos en el plan de trabajo.	
Operario 2	1		x	x	Mantener el orden de la bodega y almacenamiento de los productos, <b>mantener</b> informada a su jefatura con respecto a la poca disponibilidad de los insumos	8 H
Bodeguero	1			x	Producción y verificación la producción del energizante de sunfo	8 H
Ejecutivo de ventas	1		x	x	Brindar un buen servicio	8 H

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.

## 2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

### 2.4.1. Capacidad de Producción Futura.

Al ser una microempresa “SUNFO LIVES” dedicada a la producción de bebidas de energizantes a base de sunfo, dispondrá de un monto de inversión inicial para comenzar sus operaciones, considerando un capital de trabajo en la que permite subsistir hasta que ingresos reales de las ventas estén limitadas.

La capacidad de producción de las bebidas energizantes a base de sunfo de 625ml, de acuerdo al personal y herramientas de trabajo es de 295 bebidas diarias, 8850 bebidas mensuales con un total al año de 106,200 bebidas, esto se proyecta para los cinco años futuros, teniendo en la inflación del país del 0,027% según el banco Central del Ecuador, y las producciones para cada año se detalla en la siguiente tabla N°. 44.

**TABLA N° 44 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN FUTURA**

<b>AÑO</b>	<b>UNIDADES MENSUALES</b>	<b>UNIDAD</b>
<b>2019</b>	8850	Botellas de 625 ml
<b>2020</b>	8962	Botellas de 625 ml
<b>2021</b>	9130	Botellas de 625 ml
<b>2022</b>	9301	Botellas de 625 ml
<b>2023</b>	9474	Botellas de 625 ml
<b>2024</b>	9652	Botellas de 625 ml

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.

## **2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN**

### **2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.**

La materia prima que se utiliza para la elaboración de la bebida de un energizante a base de sunfo con los sustitutos y se detalla en la tabla N° 45:

**TABLA N° 45 MATERIA PRIMA ESENCIALES QUE PERTENECE AL PRODUCTO**

<b>Materia prima</b>	<b>Sustitución</b>	<b>% de sustitución</b>
Plantas medicinales Sunfo	Planta medicinales menta	50%
Limón	N/A	N/A
Panela	Planta de stevia	100%
Propóleo	N/A	N/A
Agua	N/A	N/A

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.

Al analizar la Tabla N° 45 se puede verificar que existe un 50% de similitud en las plantas medicinales de menta con la planta original sunfo y un 100% de igualdad con planta stevia siendo un sustituto de la panela en los otros productos no aplica siendo que no existe ningún reemplazo en los productos.

Cabe indicar que se va a trabajar con varios proveedores para realizar la bebida energizante a base de Sunfo en la tabla N° 46 se puede verificar:

**TABLA N° 46** PROVEEDORES

Proveedores		Producto	Dirección	Teléfono
Sr. Farinango	Isidro	Planta de Sunfo	Complejo Arqueológico Pambamarca	0979639683
Prodicerial		Panela en polvo	Río Zabaleta y Río Comumbi Sector Guajaló	2-2679-140
Darwin Valle		Limón	Sector Mayorista	0992844605
Ecuamiel		Propólio	Kennedy Nueva Av. San Jorge 118 Edif. Vicarr ofi. #4 planta alta (frente al colegio de arquitectos)	(04) 501-9791 097 862 7585
Hanei		Sistema de purificación y tratamiento de agua	Av. Brasil N46-77 Y Zamora Junto Al Instituto Cordillera, La Concepción Pichincha	02-244-531

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora

## 2.6. CALIDAD

### 2.6.1. Método de Control de Calidad.

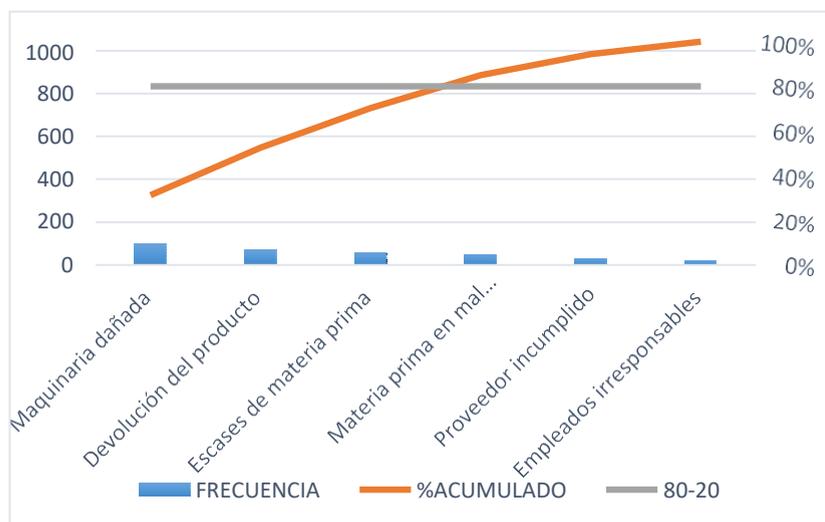
“Establece que es el grado predecible de uniformidad y fiabilidad a un bajo costo y que se ajuste a las necesidades del mercado. La calidad no es otra cosa más que una serie de cuestionamiento hacia una mejora continua”. (Deming, (1989)).

**TABLA N° 47** RETRASO DE LA PRODUCCIÓN (GRÁFICO DE PARETO)

CAUSA	FRECUENCIA	FRECUENCIA ACUMULADA	% INDIVIDUAL	% ACUMULADO
Maquinaria dañada	100	100	31%	31%
Devolución del producto	68	168	42%	53%
Escases de materia prima	57	225	56%	70%
Materia prima en mal estado	47	272	76%	85%
Proveedor incumplido	30	302	80%	94%
Empleados irresponsables	18	320	95%	100%

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.



**GRÁFICO N° 17** GRÁFICO DE PARETO

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.

Es decir, indicar que se atenderá y resolverá aquellas actividades o problemas que de manera acumulada representen el 80% y detallar cuales son:

- Maquinaria dañada 31%
- Devolución de producto 53%
- Escases de materia prima 70%
- Materia prima en mal estado 85%
- Proveedores incumplidos 94%
- Empleados irresponsables 100%

Incluso podría requerirse un análisis a mayor profundidad de Pareto de cada uno de los puntos planteados.

Se puede ejecutar otro tipo de herramientas en la micro empresa “SUNFO LIVES” para llevar el control de producción con:

**Hojas de control-**. En donde se realizar un análisis de cada proceso en donde se mide la velocidad y el tiempo que se demora la elaboración del producto, para determinar un control en el producto terminado.

N°00000001

**HOJA DE CONTROL  
INTERNO SUNFO LIVE**



**Producto: Bebidas energizantes a base de sunfo.**

**Fecha de inicio:**

**Fecha de fin:**

**Inspector/a:**

DEFECTO	FRECUENCIA			Observaciones
	Excelente	Medio	Malo	
El estado de la materia prima				Si está malo devolver al proveedor el producto
Inconformidad de la mezcla de la materia prima				
El líquido es óptimo				
Mal envasado				
Mal etiquetado				
Botellas deficientes				
<b>TOTAL</b>				

	<b>EMISOR</b>
--	---------------

**Tabla N° 48** Hoja de Control Interno

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.

## 2.7. **NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.**

Las normativas y permisos para la instalación de la empresa están relacionados con el área de producción ya que este espacio requiere tener ciertos lineamientos para la instalación. Como son las señaléticas, el lugar del tanque de gas, entre otros.

Para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Quito se requiere los siguientes requisitos:

**TABLA N° 49** PERMISO DEL CUERPO DE BOMBERO

1. Comprar un formulario de declaración de Activos Totales en las ventanillas de recaudación del Municipio.
2. Llenarlo y registrarlo en las ventanillas municipales.
3. Acudir con este formulario a las oficinas de Recaudación del Cuerpo de Bomberos de Quito para proceder al pago correspondiente.
4. Solicitar la respectiva Inspección del local por parte de los señores inspectores de Bomberos.

**Fuente:** Cuerpo de Bomberos Quito

**Elaborado por:** La Autora.

Permiso de funcionamiento otorgado por ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria).

**TABLA N° 50** PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

El procedimiento es la siguiente:

1. Ingresar al sistema informático de la ARCSA permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec, con su usuario y contraseña; en caso de no contar con el usuario, deberá registrarse aquí.
2. Una vez registrado, usted podrá obtener el permiso de funcionamiento, en base a las siguientes instrucciones: IE-B.3.1.8- PF-01 Obtención Permiso de funcionamiento.
3. Llenar el formulario (adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento).
4. Emitida la orden de pago, usted podrá imprimir y después de 24 horas de haberse generado la orden de pago proceder a cancelar su valor

**Fuente:** Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria  
**Elaborado por:** La Autora

### **2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional**

En la micro empresa “SUNFO LIVES” cuenta con implementos de seguridad e higiene ocupacional que detallara en la tabla N°51:

**TABLA N° 51 SEGURIDAD E HIGIENE OCUPACIONAL**

<b>Vestuario</b>	<b>No usar ropa de calle en el trabajo</b>
Vestimenta de trabajo	Usar calzado adecuado, cofia y guantes limpios, mascarillas, overol.
Higiene personal	Aseo personal Mantener el cabello recogido con cofia. No usar joyas en el área de producción Mantener las uñas cortas
Lavado de manos	Mantener siempre las manos limpias y desinfectada
Lavado de botas	Mantener siempre limpio los zapatos de trabajo para no contaminar
Estado de salud	Evitar el contacto con la materia prima si padece de alguna enfermedad
Heridas	Si en caso de tener una herida deberá proteger con envolturas impermeable y vendajes
Responsabilidad	Leer los indicadores que mantiene la microempresa Realizar los procesos verificando los tiempos y la velocidad para elaborar

el producto.
--------------

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.

Cabe indicar que se deberá cumplir varios lineamientos relevantes en la microempresa “SUNFO LIVES” y son las siguientes:

- Usar equipo de protección correspondiente siempre que el trabajo que esté realizando lo requiera.
- No realizar un trabajo si no cuenta con las herramientas necesarias para llevarlo a cabo con seguridad
- Nada de uso de alcohol ni drogas
- Es necesario que los trabajadores informen a sus superiores si aprecian cualquier riesgo potencial o anomalía.
- No se ubique nunca debajo de una carga elevada ni circular por debajo de las mismas.
- El lavado de manos disminuye las probabilidades de transmisión entre los trabajadores de enfermedades como la gripe o el resfriado común.
- Es un problema que un trabajador enfermo vaya a la obra solo por no perder un día de trabajo. Es importante que en ese caso se queden en casa.
- Disminuir la capacidad de transmitir enfermedades como el resfriado común o gripe, junto con enfermedades más graves, lo cual es muy importante en cualquier lugar de trabajo.
- No dejar herramientas o materiales alrededor de las máquinas o tirados en el suelo. Recogerlos y colocarlos en un lugar seguro.
- No obstruir pasillos, escaleras, puertas, salidas de emergencia o vías de evacuación.
- Preocuparse de que los equipos que se usen estén limpios y en buenas condiciones.
- Lleva la ropa de trabajo debidamente ajustada; es peligroso que tenga partes desgarradas, sueltas o que cuelguen.

## **CAPITULO III**

### **3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN**

#### **3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN**

Lograr que la microempresa “SUNFO LIVES” cumpla sus objetivos y metas establecidas con éxito, afianzando la competitividad en el mercado, aplicando el método de la eficiencia y eficacia en la organización.

#### **3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS**

### **3.2.1. Visión de la Empresa.**

Ser líder en el mercado nacional para el año 2024, con bebida energizante en base de sunfo y otras infusiones de plantas medicinales a través de innovación, mejora continua y altos estándares de calidad en el producto.

### **3.2.2. Misión de la Empresa**

Es una micro empresa dedicada a la producción de bebidas energizantes a base de sunfo con altos índices de calidad, con el personal y maquinaria implementada con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

### **3.2.3. Objetivos y estrategias**

“El proceso continuo y sistemático de análisis y discusión, para seleccionar una dirección que guíe el cambio situacional y producir acciones que constituyan viabilidad, venciendo la resistencia incierta y activa de oponentes, es conocido como planificación estratégica” (Cruz, 2006)

Para conocer los puntos importantes en el FODA de la microempresa “SUNFO LIVES” se ha considerado que las fortalezas están potencializando la creación de nuevos productos con plantas medicinales, las oportunidades hacen referencia a la posibilidad de ingreso al mercado, las debilidades radican en no poseer información suficiente de la planta medicinal Sunfo y las amenazas representan los futuros competidores de acuerdo a la información obtenida en la tabla N° 52.

**TABLA  
N° 52  
FODA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
Precio competitivo Producto natural orgánico Potencial alto para crear nuevos productos Diferencia e innovación de bebidas naturales Manejo adecuado del canal de distribución Ser el primer energizante de sunfo de la planta medicinal	Tendencia del mercado a consumir nuevas opciones de bebidas naturales Aceptación rápida del mercado con productos nuevos Apoyo por parte del Estado por creación de nuevos productos. Captar nuevos clientes Expandir el mercado a nivel nacional Crecimiento de interés del producto No existe amenaza directa por parte de las competencias
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Al ser un producto Nuevo carece de posicionamiento en el Mercado Inadecuado uso de la tecnología Mínima capacidad para invertir en publicidad Falta de un manual de procesos Marca no reconocida aun en el mercado Falta de recursos financieros para cubrir la alta inversión requerida en equipos de procesamiento	Competidores nuevos Cambios de precios en la materia prima Cambio climático que afecte la producción de materia prima Competencias indirectas con precios bajos

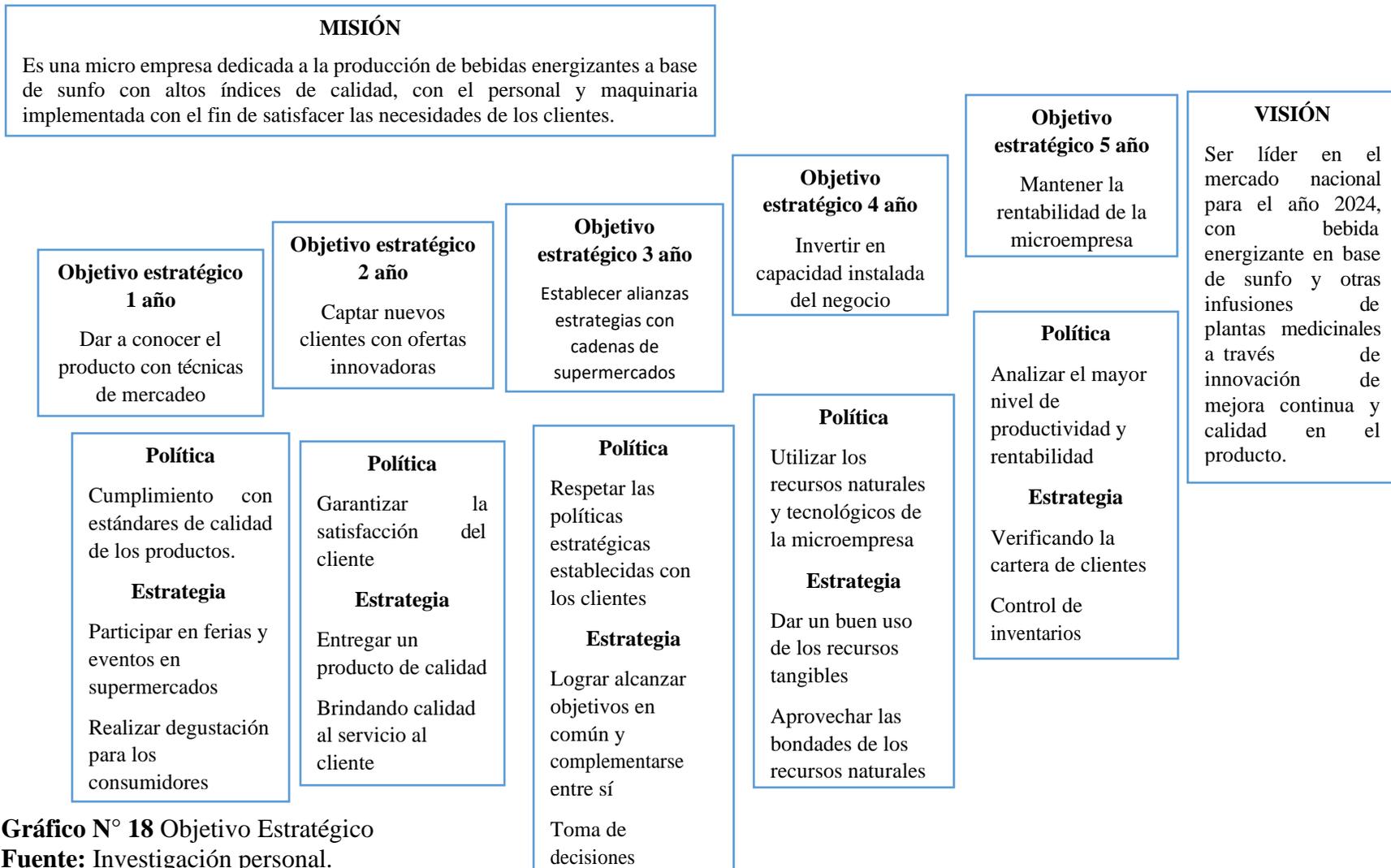
**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado**

**por:**

La

Autora.



**Gráfico N° 18** Objetivo Estratégico  
Fuente: Investigación personal.  
Elaborado

por:

La

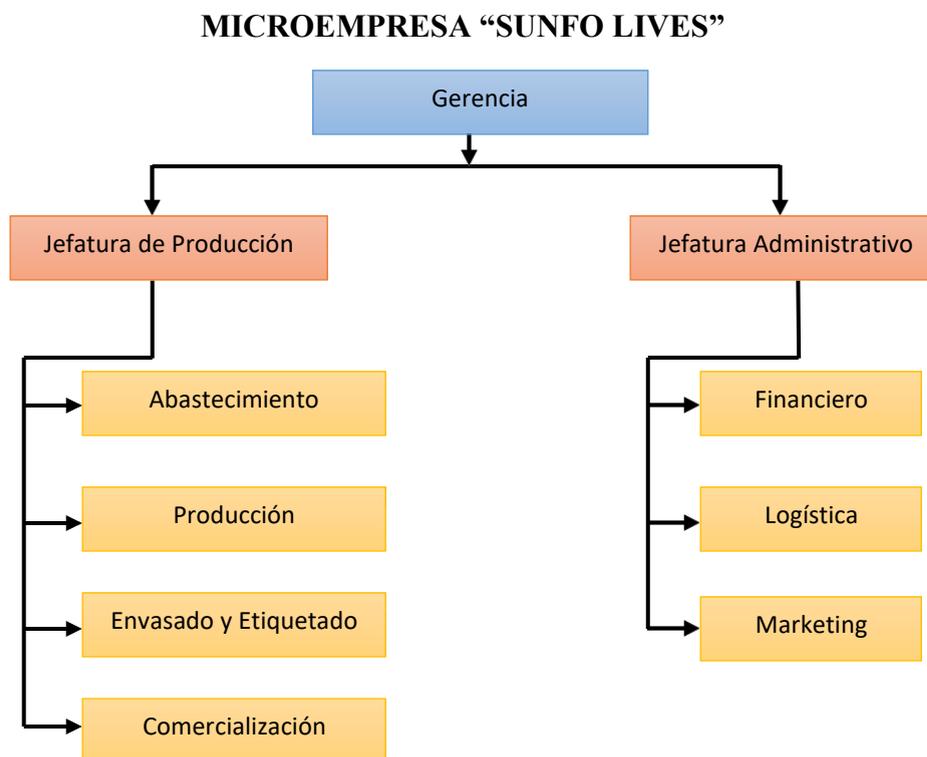
Autora

### 3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

La Organización por funciones reúne en un departamento a todos los que se dedican a una actividad o a varias relacionadas, que se llaman funciones. Por ejemplo, una organización dividida por funciones puede tener varios departamentos específicamente para cada actividad de la empresa.” (James Arthur Finch Stoner, 2006).

#### 3.3.1. Organización Interna.

Se detalla la estructura organizacional de la microempresa “SUNFO LIVES” de tal manera se puede observar cómo está funcionando el negocio.



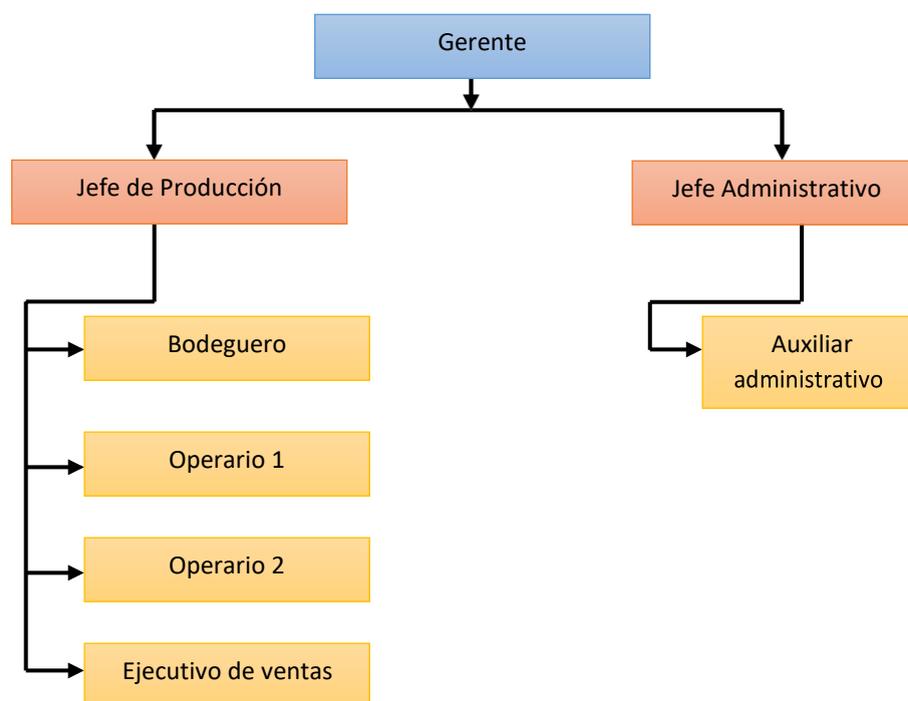
**GRÁFICO N° 19** ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.

A continuación, se detalla el organigrama estructural de la micro empresa “SUNFO LIVES”.

### MICROEMPRESA “SUNFO LIVES”



**GRÁFICO N° 20** ORGANIGRAMA FUNCIONAL

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora

#### 3.3.2. Descripción de puestos.

Se inicia la microempresa “SUNFO LIVES” con la descripción de cada uno de los cargos de acuerdo al organigrama en donde se detalla las funciones y los requerimientos para el puesto del negocio.

“La descripción de puestos es una herramienta utilizada en el área de capital humano que consiste en enlistar y definir las funciones y responsabilidades que conforman cada uno de los puestos laborales.” (Pérez, 2015).

**TABLA N° 53 DESCRIPCIÓN DE PUESTO DEL GERENTE GENERAL**

<b>INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	<b>Gerente General</b>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	<b>Ninguna</b>
<b>SUPERVISA A</b>	<b>Área de Procesos de producción, Área de ventas</b>
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Administrar la organización de forma responsable considerando que la organización, requiere dirección y control de manera fundamental en las diferentes actividades que realiza SUNFO LIVE Cía. Ltda. Por ende debe garantizar el bienestar de la organización.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar legalmente a la empresa SUNFO LIVE Cía. Ltda.</li> <li>• Dirigir la empresa acorde al reglamento interno.</li> <li>• Supervisar las actividades de todas las áreas, manteniendo un buen clima laboral.</li> <li>• Diseñar y ejecutar plan de desarrollo anual, programa de inversión, mantenimiento y gastos.</li> <li>• Aprobar el presupuesto anual de la empresa.</li> <li>• Revisar el informe financiero de la empresa de manera periódica.</li> <li>• Capacidad de negociación Planificar el presupuesto de la empresa.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Ingeniero/a.
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 3 años en puesto de Administración o similares
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad analítica.</li> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Gestión de proyectos.</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Autocontrol</li> </ul>
<b>FORMACIÓN</b>	Administración de Empresas

**Fuente:** Investigación personal

**Elaborado por:** La Autora.

**TABLA N° 54 DESCRIPCIÓN DE PUESTO DEL JEFE DE PRODUCCIÓN**

<b>INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>ÁREA DE TRABAJO</b>	Jefe Producción
<b>PUESTO</b>	Operario
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente General
<b>SUPERVISA A</b>	Ninguno
<b>PERSONAS A OCUPAR EL CARGO</b>	1
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Planificar de manera óptima los procesos para la producción de la bebida energizante en base de sunfo, de la misma forma coordinar los pedidos con el departamento de ventas para evitar desperdicios y agilizar el pedido.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar cada actividad del proceso de la elaboración del producto.</li> <li>• Mantener en orden y nítida el lugar de la producción</li> <li>• Supervisar de manera continua la línea de producción</li> <li>• Responsabilizarse de la existencia de la materia prima.</li> <li>• Emitir informes constantes de los resultados de producción para la toma de decisiones.</li> <li>• Corroborar con la gestión de calidad.</li> <li>• Ser eficiente en la producción.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Tecnólogo/a
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 2 años en el sector de industrias alimentarias o a fines.
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solución de problemas.</li> <li>• Toma de decisiones.</li> <li>• Organización.</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Higiene</li> <li>• Cumplimiento de normas</li> </ul>
<b>FORMACION</b>	Administración de Empresas,

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.

**TABLA N° 55 DESCRIPCIÓN DE PUESTO DEL JEFE ADMINISTRATIVO**

<b>INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>ÁREA DE TRABAJO</b>	Jefe Administrativo
<b>PUESTO</b>	Operario
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente General
<b>SUPERVISA A</b>	Ninguno
<b>PERSONAS A OCUPAR EL CARGO</b>	1
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
<p>Liderar al equipo del área administrativa zonal en búsqueda del mejoramiento continuo de los procesos administrativos, enfocándose en el desarrollo profesional de los colaboradores, trabajando en equipo en el área y con las otras áreas de la zonal ser un integrador y socio estratégico de la organización.</p>	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar el cumplimiento del marco legal de los subcontratos., de todos los procesos asociados a</li> <li>• RRHH, adquisiciones y contabilidad.</li> <li>• Controlar el cumplimiento de los procedimientos administrativos de la empresa.</li> <li>• Controlar el cumplimiento oportuno de suministros y servicios asociados a los contratos adjudicados en la zona centro.</li> <li>• Centralizar la información administrativa de los contratos.</li> <li>• Gestionar la facturación oportuna hacia los clientes.</li> <li>• Liderar todas las actividades de patentes, permisos del servicio nacional de salud, etc.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Tecnólogo/a
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 2 años en el sector de industrias alimentarias o a fines.
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Visión de Negocio</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Motivación por logros</li> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Metódico</li> </ul>
<b>FORMACION</b>	Administración de Empresas

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.

**TABLA N° 56 DESCRIPCIÓN DE PUESTO DEL BODEGUERO**

<b>INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>ÁREA DE TRABAJO</b>	Bodeguero
<b>PUESTO</b>	Operario
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente General
<b>SUPERVISA A</b>	Ninguno
<b>PERSONAS A OCUPAR EL CARGO</b>	1
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Custodiar, controlar y participar activamente en la distribución de suministros y gestión de inventarios en bodega.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Receptar la materia prima.</li> <li>• Ingresar los productos al sistema informático de que dispone la organización. así como ingreso de facturas para su contabilización;</li> <li>• Mantener el orden de la bodega y almacenamiento de los productos de manera de resguarda su integridad como la de los demás colaboradores.</li> <li>• Preparar y coordinar los despachos.</li> <li>• Ordenar y mantener los productos en almacenamiento de acuerdo a las condiciones de cada uno de ellos.</li> <li>• Verificar la concordancia entre guías de despacho y órdenes de compra de los insumos.</li> <li>• Mantener informada a su jefatura con respecto a la poca disponibilidad de los insumos</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inventarios</li> <li>• Bodega</li> <li>• Logística</li> </ul>
<b>FORMACION</b>	Especialista

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora.

**TABLA N° 57 DESCRIPCIÓN DE PUESTO EJECUTIVO DE VENTAS**

<b>INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>ÁREA DE TRABAJO</b>	Ejecutivo de Ventas
<b>PUESTO</b>	Operario
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente General
<b>SUPERVISAA</b>	Ninguno
<b>PERSONAS A OCUPAR EL CARGO</b>	1
<b>NATURALEZADELPUESTO:</b>	
Vender los productos de la empresa Sunfo Live brindando un servicio de calidad, con la finalidad de retener a los clientes y captar más clientes.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar plenamente las necesidades de los clientes actuales y futuros.</li> <li>• Conocer las características del producto que vende.</li> <li>• Tener pleno conocimiento sobre el mercado y la forma de distribuir el producto.</li> <li>• Informar a la empresa sobre la competencia, estrategias de ventas, opiniones de los clientes para una mejora continua.</li> <li>• Informar al cliente sobre promociones y descuentos.</li> <li>• Trabajar en equipo y colaborar con los de más departamentos.</li> <li>• Realizar un informe diario sobre las ventas realizadas.</li> </ul>	
<b>REQUISITOSMÍNIMOSPARAELPUESTO:</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Tecnólogo/a
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 2 años como vendedor o en cargos similares
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entusiasmo</li> <li>• Creativo</li> <li>• Disciplinado</li> <li>• Paciente</li> <li>• Empatía</li> <li>• Buena actitud</li> </ul>
<b>FORMACION</b>	Administración de Ventas.

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora

**TABLA N° 58 DESCRIPCIÓN DE PUESTO OPERARIO 1**

<b>INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>ÁREA DE TRABAJO</b>	Operario 1 Producción
<b>PUESTO</b>	Operario
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Jefe de Producción
<b>SUPERVISAA</b>	Ninguno
<b>PERSONAS A OCUPAR EL CARGO</b>	1
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Ser gestionado por un responsable que es el encargado organizar, planificar y controlar las actividades que han de realizarse en cualquier almacén.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener el programa de producción en línea y mantengan los costos de producción en línea</li> <li>• Tener en cuenta la gestión de stocks de productos terminados porque son funciones relacionadas con la operación de fabricación que dictan si es necesaria una producción adicional o si es necesario ralentizar la producción.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Tecnólogo/a
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 2 años como vendedor o en cargos similares
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creativo</li> <li>• Disciplinado</li> <li>• Paciente</li> <li>• Buena actitud</li> </ul>
<b>FORMACION</b>	Operario de Producción

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora

**TABLA N° 59 DESCRIPCIÓN DE PUESTO OPERARIO 2**

<b>INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>ÁREA DE TRABAJO</b>	Operario 2
<b>PUESTO</b>	Operario
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Jefe de Producción
<b>SUPERVISAA</b>	Ninguno
<b>PERSONAS A OCUPAR EL CARGO</b>	1
<b>NATURALEZADELPUESTO:</b>	
Operan o se encargan de máquinas utilizadas para preparar productos industriales o de consumo para su almacenamiento o despacho	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprueba que el material de envasado, de embotellamiento o de montaje, estén en perfectas condiciones para proceder a su uso.</li> <li>• Prepara y acondiciona la maquinaria y los equipos específicos del lugar de trabajo tomando las medidas de seguridad, higiene y protección necesarias para evitar riesgos de contaminación de productos, accidentes laborales y contaminación ambiental</li> <li>• Resuelve las problemáticas que se presenten durante el proceso de fabricación (cambios de envases, reposición de etiquetas, etc.) dentro de los parámetros establecidos en el plan de trabajo.</li> </ul>	
<b>REQUISITOSMÍNIMOSPARAELPUESTO:</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Tecnólogo/a
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 2 años como vendedor o en cargos similares
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realista</li> <li>• Convencional</li> </ul>
<b>FORMACION</b>	Operario de Producción.

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora

**TABLA N° 60 DESCRIPCIÓN DE PUESTO AUXILIAR ADMINISTRATIVO**

<b>INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>ÁREA DE TRABAJO</b>	Auxiliar Administrativa
<b>PUESTO</b>	Operario
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Jefe Administrativo
<b>SUPERVISAA</b>	Ninguno
<b>PERSONAS A OCUPAR EL CARGO</b>	1
<b>NATURALEZADELPUESTO:</b>	
Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de correspondencia, digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones de la compañía y verificar su adecuada contabilización, elaborar nómina y liquidación de seguridad social.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender de manera ágil, amable y eficaz las llamadas telefónicas del conmutador.</li> <li>• Recibir la correspondencia, radicarla y entregarla, tanto interna como externa</li> <li>• Atender todas aquellas personas que necesiten información.</li> <li>• Mantener actualizados los documentos legales de la compañía y entregar al personal que lo requiera</li> <li>• Elaborar la nómina y liquidación de seguridad social.</li> <li>• Revisión de la contabilización de los documentos</li> </ul>	
<b>REQUISITOSMINIMOSPARAELPUESTO:</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Tecnólogo/a
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 2 años como vendedor o en cargos similares
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencias comunicacionales, interpersonales intrapersonales y de gestión.</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Iniciativa, creatividad, prudencia y proactividad.</li> <li>• Orientación al servicio</li> </ul>
<b>FORMACION</b>	Administración de empresas.

**Fuente:** Investigación personal.

**Elaborado por:** La Autora

### **3.4. CONTROL DE GESTIÓN**

#### **3.4.1. Indicadores de gestión.**

Un indicador de gestión es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso, cuya magnitud, al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas según el caso. (Jaramillo C. M., 2017).

La micro empresa “SUNFO LIVES” ha generado indicadores con las proyecciones de ventas comparando la utilidad durante los 5 años y se detalla a continuación.

Área	Indicadores	Tiempo	Responsable	Meta
<b>Gerente General</b>	1. Objetivos estratégicos cumplidas/ Objetivos estratégicos planteados	Mensuales	Gerente general	90%
	2. # Empleados capacitados/ # total de empleados de la empresa	Mensuales	Gerente general	90%
	3. Mercadería vendida / inventario promedio.	Mensuales	Gerente general	85%
	4. Incremento en la rentabilidad de la empresa/ ganancias de la empresa	Mensuales	Gerente general	90%
	5. Medir la facturación/ el número de clientes o la participación de mercado	Mensuales	Gerente general	90%
<b>Producción</b>	1. Unidades totales producidas/ Unidades totales programadas	Mensuales	Auxiliar de producción	95%
	2. # de unidades producidas/ Hora de trabajo	Mensuales	Auxiliar de producción	85%
	3. Cantidad de materia prima utilizada/ Cantidad de materia prima programada	Mensuales	Auxiliar de producción	85%
<b>Ventas</b>	1. Ventas alcanzadas/ Cuota de ventas	Mensuales	Ejecutivo en ventas	90%
	2. # de clientes atendidos/días trabajados al mes	Mensuales	Ejecutivo en ventas	100%

**TAB  
LA  
N°  
61  
INDI  
CAD  
ORE  
S DE  
GES  
TIÓ  
N**

**Fue  
nte:  
Inve  
stiga  
ción  
pers  
onal**

**Ela  
bor  
ado  
por:  
La  
Aut  
ora.**

### 3.3.2. Necesidades de personal

Muchas organizaciones esperan que exista una vacancia para luego tratar de cubrirla de la mejor manera. Hay que recordar que esta técnica es conveniente y resulta eficaz en organizaciones pequeñas, sin embargo, cuando las organizaciones son grandes este es un riesgo que no se debe correr, por lo que vale la pena planificar con anticipación los requerimientos de recursos humanos. (REDALYC, 2007).

La microempresa “SUNFO LIVES” mantiene 8 trabajadores para la producción de las bebidas energizantes a base Sunfo, se ha considerado que hasta el año 2024 se contratará 12 personas para aumentar el nivel de producción y de ventas del producto.

**TABLA N° 62 NECESIDADES DEL PERSONAL FUTURO**

<b>AÑOS</b>	<b>PERSONAL</b>
<b>2019</b>	8
<b>2020</b>	8
<b>2021</b>	10
<b>2022</b>	10
<b>2023</b>	10
<b>2024</b>	12

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora

## **CAPITULO IV**

### **4. ÁREA JURÍDICA LEGAL**

#### **4.1. Objetivos Del Estudio Jurídico Legal**

Constituir jurídicamente a la microempresa de bebidas energizante de sunfo como Compañía de Responsabilidad Limitada, cumpliendo con los requisitos establecidos por la ley de compañías.

#### **4.2. Determinación de la forma jurídica**

La microempresa SUNFO LIVE se constituirá de manera jurídica como una Compañía de Responsabilidad Limitada, con el capital económico propio para el crecimiento de la microempresa. Se optó por este tipo de compañía porque la empresa es de tipo familiar.

**TABLA N° 63 PROCESO DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.**

<b>Reserva de nombre</b>	Ya cuando se haya elegido el nombre de la empresa se debe ir a la Superintendencia de Compañías. Revisar que no exista otra empresa con el mismo nombre.
<b>Elaborar un estatuto</b>	Realizar un contrato social que regirá a la sociedad y se valida mediante una minuta firmada por un abogado.
<b>Abrir una cuenta</b>	En cualquier banco del país con estos requisitos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poseer un capital mínimo de \$400.</li> <li>• Una Carta de socios, se debe detallar la participación de cada uno de los socios.</li> <li>• Presenta por cada socio 2 copias de cedula y papeleta de votación.</li> <li>• Solicitar un certificado de cuentas de integración de Capital.</li> </ul>
<b>Eleva a escritura pública</b>	Acudir ante cualquier notario público, llevando los siguientes papeles: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reserva de nombre de la empresa.</li> <li>• Certificado de cuenta de integración de Capital y.</li> <li>• La minuta con los estatutos.</li> </ul>
<b>Aprueba el estatuto</b>	Acercarse a la Superintendencia de Compañías con la escritura pública para su revisión y aprobación según la resolución.
<b>Publicar en un diario</b>	Cuando la Superintendencia de Compañías te entrega las 4 copias de la resolución y un extracto para realizar la publicación, puede publicar en el diario de circulación nacional favorita.
<b>Obtener los permisos municipales</b>	Solicitar en el Municipio de Quito, donde el dueño de la empresa realizar lo siguiente: <p>Pagar la patente municipal.</p> <p>Pedir el certificado de cumplimiento y obligaciones.</p>

<b>Inscribir la compañía</b>	Para la inscripción de la compañía se debe llevar todos los documentos antes mencionados al el Registro Mercantil de Quito, para inscribir la Sociedad.
<b>Realizar la junta general de accionistas</b>	Esta junta es la elegir al representante de la empresa, (Gerente, presidente, administrador etc.) según se haya definido en el estatuto.
<b>Obtener los documentos habilitantes</b>	Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.
<b>Inscribir el nombramiento del representante</b>	Dentro de los 30 días posteriores a su designación, acudir nuevamente al Registro Mercantil para inscribir el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación
<b>Obtener el RUC</b>	El RUC (Registro Único de Contribuyente). Se obtiene en el SRI (Servicios de Rentas Internas). Los requisitos son: <ul style="list-style-type: none"> <li>• El formulario correspondiente debidamente lleno.</li> <li>• Original y copia de la escritura de constitución.</li> <li>• Original y copia de los nombramientos.</li> <li>• Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.</li> <li>• Una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite correspondiente.</li> </ul>
<b>OBTENER LA CARTA PARA EL BANCO</b>	Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

**Fuente:** Lexpro Ecuador

**Elaborado por:** La Autora.

### 4.3. Patentes y Marcas

La marca no sólo sirve para identificar un negocio, servicio u objeto, sino que las marcas llevan implícito el reconocimiento de una serie de valores que, en ocasiones, llegan a suponer un alto valor adicional. Es lo que conocemos como el valor intangible de la empresa. De ahí la necesidad de protegerlas, no sólo para proteger nuestro negocio en el ámbito de nuestra operativa diaria, sino para evitar el uso ilegítimo que cualquier tercero pudiera hacer de ellas. (Julve, 2017).

Para su respectivo registro y patente de la marca se debe cumplir los siguientes pasos que se detallan a continuación.

**TABLA N° 64 PATENTES EN ECUADOR**

<b>PATENTES EN ECUADOR</b>	
<b>¿Qué es un patente?</b>	Una patente, en Ecuador, es un derecho que el Estado confiere en forma exclusiva a las invenciones y que provee a su titular el derecho a explotar industrial y/o comercialmente en forma exclusiva su invento.
<b>¿Qué se puede patentar en Ecuador?</b>	
Se puede patentar las invenciones de productos o de procedimientos en cualquier campo de la tecnología. Para que una invención sea considerada como patente debe ser:	
Novedad. -Se considera que una invención es NUEVA, cuando no forma parte del “estado de la técnica” anterior. Por tanto, no debe hacerse pública de ninguna manera y en ninguna parte antes de la fecha de presentación de la solicitud de patente; en caso contrario, dicha publicidad habría incorporado la invención al “estado de la técnica” y destruiría la novedad.	
Nivel Inventivo. -Se considera que una invención tiene nivel inventivo, cuando no se deriva de manera evidente del estado de la técnica, es decir,	

cuando para una persona versada en la materia no resulta obvia.

Aplicación Industrial. -Se considera que una invención es susceptible de aplicación industrial cuando la invención pueda ser fabricada o utilizada ventajosamente en cualquier industria, entendida ésta en el sentido más amplio.

**Fuente:** SENADI (Servicios Nacional de Derechos Intelectuales)

**Elaborado por:** La Autora

#### **TABLA N° 65 PROCESO DE OBTENCIÓN DE LA PATENTE**

##### **¿Cómo solicitar una patente al SENADI?**

La solicitud para obtener una patente de invención deberá presentarse en el formulario preparado, y puesto a disposición por la Dirección Nacional de Propiedad Industrial y deberá especificar:

- Identificación del solicitante(s) con sus datos generales, e indicando el modo de obtención del derecho en caso de no ser él mismo el inventor.
- Identificación del inventor(es) con sus datos generales.
- Título o nombre de la invención
- Identificación del lugar y fecha de depósito del material biológico vivo, cuando la invención se refiera a procedimiento microbiológico.
- Identificación de la prioridad reivindicada, si fuere del caso o la declaración expresa de que no existe solicitud previa.
- Identificación del representante o apoderado, con sus datos generales.
- Identificación de los documentos que acompañan la solicitud.

A la solicitud se acompañará:

1) El título o nombre de la invención con la correspondiente memoria descriptiva que expliquen la invención de una manera clara y completa, de tal forma que una persona versada en la materia pueda ejecutarla.

2) Cuando la invención se refiera a materia viva, en las que las descripciones no puedan detallarse en sí misma, se deberá incluir el depósito de la misma en una Institución depositaria autorizada por las oficinas nacionales competentes. El material depositado formará parte integrante de la descripción.

- 3) Una o más reivindicaciones que precisen la materia para la cual se solicita la protección mediante la patente.
- 4) Dibujos que fueren necesarios.
- 5) Un resumen con el objeto y finalidad de la invención.
- 6) El Comprobante de Pago de la Tasa.
- 7) Copia certificada, traducida y legalizada de la primera solicitud de patente que se hubiere presentado en el exterior, en el caso de que se reivindique.
- 8) El documento que acredite la Cesión de la invención o la relación laboral entre el solicitante y el inventor.
- 9) Nombramiento del Representante Legal, cuando el solicitante sea una persona jurídica.
- 10) Poder que faculte al apoderado el tramitar la solicitud de registro de la patente, en el caso de que el solicitante no lo haga el mismo.

Cabe aclarar que la Dirección Nacional de Propiedad Industrial no admitirá a trámite aquellas solicitudes que no contengan por lo menos los documentos mencionados en los numerales 1, 3, 4, 5 y 6. Es decir, si a la solicitud se le acompañan por lo menos estos documentos se otorgará la fecha de presentación de la solicitud, que da origen al nacimiento del derecho de prioridad.

#### ¿Cómo presentar su solicitud de patente?

La Solicitud de Patente debe presentarse por triplicado, en papel blanco, fuerte y duradero, de formato A4 (29.7cm x 21cm).

La memoria descriptiva y las reivindicaciones deben presentarse por duplicado.

Las hojas no deben estar desgarradas, arrugadas ni dobladas. Solo deben utilizarse por una cara.

Las hojas estarán unidas de forma que puedan pasarse fácilmente durante su consulta y separarse y volverse a unir de nuevo sin dificultad.

Cada hoja debe ser utilizada en sentido vertical, salvo lo dispuesto para dibujos.

Cada uno de los documentos de la solicitud de patente (solicitud,

descripción, reivindicaciones, resumen etc.) debe comenzar en una nueva hoja.

- Los márgenes deben estar en blanco.

Las hojas de la descripción, reivindicaciones y dibujos deben estar numeradas correlativamente en cifras árabes. La numeración debe ir centrada en la parte superior de cada hoja, respetando el margen superior.

Las líneas de cada hoja de la descripción y de las reivindicaciones deben ser numeradas de cinco en cinco, situándose esta numeración en la parte izquierda, a la derecha del margen y comenzando una nueva numeración en cada hoja.

La solicitud de patente, la memoria descriptiva, el resumen, y las reivindicaciones deben estar mecanografiadas o impresas, con color negro e indeleble. Únicamente los símbolos y caracteres gráficos y las fórmulas químicas o matemáticas podrán estar manuscritos o dibujados.

La terminología y los signos de la solicitud de patente deben ser uniformes.

Las hojas deben estar razonablemente exentas de borraduras y no contener correcciones, tachaduras ni interlineaciones.

#### Solicitud de patente

La solicitud por la que se solicita la patente va firmada por el solicitante o su apoderado.

Datos que debe contener:

A) Nombre, apellidos, domicilio, ciudad, nacionalidad, teléfono, y demás datos del solicitante. Si se trata de una persona jurídica, se identificará por su razón social o de acuerdo con las disposiciones legales por las que se rija.

B) Designación del inventor o inventores. Si el solicitante no es el inventor o único inventor, debe señalarse en la casilla correspondiente de la solicitud el modo de adquisición del derecho.

C) Título de la invención que se desea proteger. Este título debe ser claro, conciso, debe designar técnicamente la invención y estar en congruencia con las reivindicaciones.

D) Prioridad. Si la solicitud de patente se basa en la prioridad de un

depósito anterior en otro país de la Comunidad Andina, deberá incluir una Declaración de Prioridad. Esta Declaración de Prioridad, debe indicar la fecha de presentación de la solicitud anterior, el Estado en el cual se ha solicitado, así como el número que se le ha asignado. Se debe presentar también una copia de la solicitud anterior, certificada conforme por la Oficina de Origen, con indicación de su fecha de depósito y una traducción al castellano de la misma si la solicitud prioritaria no está redactada en este idioma.

E) De ser el caso, la copia del contrato de acceso, cuando los productos o procedimientos cuya patente se solicita han sido obtenidos o desarrollados a partir de recursos genéticos o de sus productos derivados de los que cualquiera de los Países Miembros es país de origen.

F) De ser el caso, la copia del documento que acredite la licencia o autorización de uso de los conocimientos tradicionales de las comunidades indígenas afro-americanas o locales de los Países Miembros, cuando los productos o procedimientos cuya protección se solicita han sido obtenidos o desarrollados a partir de dichos conocimientos de los que cualquiera de los Países Miembros es país de origen, de acuerdo a lo establecido en la Decisión 391 (del Medio Ambiente) y sus modificaciones y reglamentaciones vigentes.

G) De ser el caso el certificado de depósito de material biológico.

H) Representante Legal / Apoderado. En cualquiera de los dos casos se deberá presentar los documentos pertinentes que acrediten tal nombramiento.

I) Relación de documentos. Por último, se indicará en la solicitud qué documentos se acompañan a la misma.

G) Firmas del solicitante y del abogado patrocinador.

¿Durante qué tiempo se tiene exclusividad?

**INVENTO:** Tener una patente de invento, permite que durante 20 años el titular pueda explotar el invento de forma exclusiva. Esto significa que podrá comercializar directamente el producto patentado, con la facultad de impedir que un tercero copie o comercialice el producto sin su autorización.

**MODELO DE UTILIDAD:** Tendrá una duración de 10 años, contados desde la fecha de

presentación de la solicitud.

DISEÑO INDUSTRIAL: Tendrá una duración de 10 años, contados desde la fecha de presentación de la solicitud.

¿Mi patente solo tendrá validez en Ecuador?

No, EL Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT), permite proteger tu invento en 145 países. Así que, al realizar una única solicitud con carácter internacional, se realiza una única búsqueda internacional válida para todos los países miembros, junto con una opinión escrita sobre si la invención cumple los requisitos de novedad, actividad inventiva y aplicabilidad industrial, que se exigen para la concesión de la patente.

Debes recordar que el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, es la única oficina competente para receptor las solicitudes de patentes internacionalmente. Y únicamente tu invento tendrá protección internacional, si realizas el trámite internacional, de lo contrario, el derecho exclusivo que otorga una patente, será en el territorio ecuatoriano.

Además, debes saber que el IEPI, es el único organismo en Ecuador que garantiza la protección al derecho de propiedad sobre el producto inventado.

**Fuente:** SENADI (Servicios Nacional de Derechos Intelectuales)

**Elaborado por:** La Autora

**TABLA N° 66** REGISTRO DE LA MARCA EN ECUADOR.

**¿Quiénes puede registrar una marca** Los ciudadanos nacionales o extranjeros

<b>en Ecuador?</b>	que deseen registrar su marca en Ecuador, podrán hacerlo sin problemas.
<b>Estos son los pasos para registrar una marca</b>	
<b>1.- Definir el tipo de marca que deseas registrar</b>	Debes saber que el registro de marcas está definido bajo la categoría de Signos Distintivos de la Ley de Propiedad intelectual vigente y que existen distintos tipos de marcas.
<b>Tipo de marca que se puede registrar</b>	
a) Denominación de Origen. Este tipo de marca se usa para aquellos productos procedentes de una determinada región y que contienen características propias como factores naturales o humanos.	b) Lema Comercial. Es la frase que acompaña o acompañará tu marca.
c) Marca de certificación. Es el signo que certifica la calidad, origen y componentes de los productos o servicios elaborados o distribuidos por personas autorizadas	d) Marca Tridimensional. Es el signo que posee entre sus características: alto, ancho y profundidad y que ocupa en sí mismo un espacio determinado
e) Marca Colectiva. Es el signo que distingue el origen y características de los productos o servicios de diferentes empresas que utilizan una misma marca bajo el control del titular.	f) Nombre Comercial. Es la enseña o rótulo que identifica un determinado local comercial, así como las actividades que desenvuelve.
2.- Consultar si no existen impedimentos para el registro de tu marca o si existe algún duplicado.	Una vez que has hecho la consulta sobre si tu marca se encuentra libre de uso, podrás continuar con el proceso.
3.- Solicitud de tu Casillero Virtual	En la página web del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual Al ingresar deberás llenar los datos que el sistema solicite.

<b>Una vez hecho el registro, deberás ingresar nuevamente al sistema, a través del menú principal.</b>	
4.- Entrar en la opción “Solicitud de Servicios en Línea”	Ingresar en el tipo de trámite que deseas realizar. En tu caso corresponderá, Registro de Signos Distintivos, que es el que recae en el registro de marcas.
<b>5.- Llenar el Formulario.</b>	Podrás hacerlo en la misma computadora y a través de la vista previa, tendrás la posibilidad de revisar si todos los datos están correctos.
<b>6.- Imprime el Comprobante de Pago.</b>	Al verificar que tu formulario está correcto, haz clic en generar Comprobante de Pago. Imprime el documento y prepárate para hacer el pago correspondiente, en el Banco del Pacífico.
<b>7.- Registrar el pago.</b>	Una vez realizaste el pago, deberás volver a ingresar en tu Casillero Virtual. Entra en la lista de solicitudes enviadas, ubica la que habías generado y haz clic en el “botón iniciar proceso”. Te solicitará el número de comprobante de pago, el cual deberás subir en archivo PDF.
<b>Después de haber completado el proceso, el sistema te indicará un número del trámite y una fecha de entrega del registro.</b>	
<b>8.- Armar tu carpeta.</b>	Anexar a la misma, la Solicitud de Registro de Signos Distintivos debidamente firmada, tres copias en blanco y negro de la solicitud y dos copias del comprobante del depósito

	realizado para el pago del trámite.
Además, deberás adjuntar, en el caso de que hagas la solicitud como persona natural: dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad.	
Si quieres hacer la solicitud como persona jurídica, tendrás que adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización.	
Adjuntar la marca que deseas registrar, si la marca está compuesta de imágenes y logotipos o de imágenes, logotipos y letras deberás contar con 6 prototipos a color que deberán tener 5 cm de ancho por 5 cm de alto, impresos en papel adhesivo.	
Podrás estar atento al estado de tu trámite, ingresando a la página del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, en la sección “Trámites en Línea”.	
La protección de tu marca tendrá una vigencia de 10 años y tendrás la posibilidad de renovarla de manera indefinida. Ten en cuenta, que la renovación podrá realizarse 6 meses antes del vencimiento de la misma o en su defecto, hasta un máximo de 6 meses después de la fecha de su vencimiento.	

**Fuente:** Adipiscor

**Elaborado por:** La Autora

**TABLA N° 67 DERECHOS DEL REGISTRO DE UNA MARCA**

<b>Algunos de los derechos que te otorga el registrar tu marca son:</b>	
Hacer uso exclusivo de tu marca, nadie más podrá usarla y tendrás el derecho de iniciar acciones legales civiles, administrativas o penales, contra aquellos que infrinjan la norma.	Tu marca estará protegida en todo el territorio ecuatoriano y te otorgará prioridad en los países que integran la Comunidad Andina, dentro de los primeros 6 meses de haber hecho la solicitud.
Te permitirá otorgar licencias a terceros y obtener regalías por ello.	Podrás franquiciar tu producto.
Convertirás a tu marca en un activo intangible. Los cual es súper importante, teniendo en cuenta que, muchas veces la marca llega a convertirse en el activo más valioso de la empresa.	

**Fuente:** Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual

**Elaborado por:** La Autora

#### **4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).**

Este tipo de licencias son las que necesitamos para que la empresa pueda empezar a funcionar son:

- Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de actividades económicas en el Distrito Metropolitano Quito (LUAE)
- Registro Sanitario
- El RUC y su proceso de obtención
- Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud. ARCSA
- Permiso de Bomberos.
- Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura de Alimentos.

**TABLA N° 68 LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA**

**OBTENCIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA**

**Los requisitos son los siguientes:**

- 1.- Formulario de Solicitud LUAE
- 2.- Copia de RUC
- 3.- Copia de cedula
- 4.- Copia de papeleta de votación vigente
- 5.-Copia del nombramiento del representante legal SI DECLARA RÓTULO
- 6.-Si el local no es propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo.
- 7.-Si es propiedad horizontal: Autorización de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal.
- 8.-Si el rótulo es existente: Dimensiones y fotografía de la fachada del local.
- 9.- Si es rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.

**PARA EL OTORGAMIENTO DE LA LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas) – PÁGINA WEB**

1. Ingresar al [pam.quito.gob.ec](http://pam.quito.gob.ec) / servicios en línea / LUAE en Línea
2. Digitar el RUC y la clave de la patente
3. Registrar la información solicitada en la pantalla
4. Imprimir el Formulario de Solicitud LUAE y validar la información registrada
5. Aplicar al link para la declaración de reglas técnicas del cuerpo de bomberos
6. Lea y realice las indicaciones descritas en la parte inferior del formulario de solicitud de LUAE.

**Fuente:** Municipio de Quito

**Elaborado por:** La Autora

**TABLA N° 69** PERMISO DEL MINISTERIO DE SALUD

**PLANTAS PROCESADORAS DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y ADITIVOS ALIMENTARIOS (INDUSTRIA- MEDIANA INDUSTRIA-PEQUEÑA INDUSTRIA-ARTESANALMICROEMPRESA)**

Solicitud para permiso de funcionamiento

Planilla de Inspección.

Copia del RUC del establecimiento

Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario o representante legal

Croquis de ubicación de la planta procesadora.

Copia título del profesional responsable (Ing. en Alimentos – Bioquímico – opción alimentos) en caso de industria, mediana y pequeña industria.

Copia del registro del título en la SENESCYT

Listado de productos a elaborar

Flujograma de Proceso, por línea de producción.

Copia del certificado de manipulación de alimentos.  
([www.msp.gob.ec/dps/pichincha.](http://www.msp.gob.ec/dps/pichincha))

- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Permiso de Bomberos (Zona Rural) / Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento (Distrito Metropolitano de Quito)

**Fuente:** Ministerio de Salud Pública

**Elaborado por:** La Autora.

**TABLA N° 70** REQUISITOS PARA EL PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Requisitos para los bomberos
Pago de Predio actualizado.
Solicitud de inspección del local
Informe favorable de la inspección
Copia del RUC
Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

**Fuente:** Cuerpo de Bomberos

**Elaborado por:** La Autora.

**TABLA N° 71 CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS MANUFACTURERAS DE ALIMENTOS (ARCSA)**

1. Para iniciar el proceso de registro del certificado de BPM, el propietario/ gerente o responsable técnico de la planta procesadora de alimentos, debe selecciona entre los Organismos de Inspección Acreditado y registrado por el ARCSA NSF ECUADOR S.A. Inspección de Alimentos.

ORGANISMOS DE INSPECCIÓN ACREDITADA	ALCANCE ACREDITACIÓN
1.-CALIVERIF CIA. LTDA.	Inspección de Alimentos
2.-DE LA TORRE ASESORÍA	Inspección de Alimentos
3.-ALIMENTARIA AGDR CIA LTDA	Inspección de Alimentos
4.-FOOD KNOWLEDGE	Inspección de Alimentos
5.-ICONTEC INTERNATIONAL S.A.	Inspección de Alimentos
6.-INSPECTORATE DEL ECUADOR S.A	Inspección de Alimentos
7.-SGCEC DEL ECUADOR	Inspección de Alimentos
8.-SGS DEL ECUADOR	Inspección de Alimentos
9.-TRUST CONTROL	Inspección de Alimentos

El representante legal o técnico, a través del sistema automatizado de Buenas Prácticas de Manufactura para plantas procesadoras de alimentos, deberá comunicar la fecha, hora y el auditor designado a realizar la inspección, en término de 5 días laborables antes de la ejecución de la misma.

Revise el Instructivo Externo – Sistematización del proceso de Buenas Prácticas de Manufactura de alimentos procesados, el mismo que lo podrá obtener mediante la página oficial de la Agencia a través del siguiente link

<http://www.controlsanitario.gob.ec/documentos-vigentes/>.

Los derechos de certificación, de acuerdo a la categorización de la empresa son:

CATEGORÍA	COSTO DE REGISTRO
Industria	5 SBU
Mediana Industria	4 SBU
Pequeña Industria	3 SBU
Microempresa	2 SBU
Artesanos	1 SBU

Empresas extranjeras	5 SBU
<p data-bbox="296 275 1353 416">Nota: La orden de pago tiene una vigencia de 10 días laborables, en caso de caducidad del documento se deberá reiniciar el proceso de registro u homologación del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura</p> <p data-bbox="296 427 1353 465">A nombre de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.</p> <p data-bbox="296 477 1353 515">Realizar la cancelación de la orden en cualquiera de las siguientes cuentas bancarias:</p> <p data-bbox="296 526 1353 564">Banco del Pacífico: Cuenta Corriente N.º 7693184.</p> <p data-bbox="296 575 1353 613">Banco de Fomento: Cuenta Corriente N.º 3001108015 (código sub-línea: 130113).</p> <p data-bbox="296 624 1353 766">Enviar al correo electrónico facturacion@controlsanitario.gob.ec, el comprobante de pago o transferencia y la orden de pago. Este trámite será validado en término de 3 días laborables.</p> <p data-bbox="296 777 1353 918">El sistema automatizado de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos, emitirá el Código Único BPM por el registro del certificado de Buenas Prácticas de Manufactura, emitido por el organismo de inspección acreditado.</p> <p data-bbox="296 929 1353 1384">Cualquier cambio de las condiciones en las que fue certificada la planta procesadora de alimentos, deberá ser notificado de inmediato por sus representantes a la ARCSA, quien dispondrá la inspección a que haya lugar, y la ampliación o cambio del certificado de buenas prácticas de manufactura. Si en cualquier etapa del proceso de inspección con fines de certificación del cumplimiento o verificación del mantenimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura, así como de los sistemas rigurosamente superiores, se encuentra que el informe emitido por los organismos de inspección acreditados no corresponde a las evidencias encontradas, la ARCSA notificará de inmediato a las instancias correspondientes para las acciones pertinentes</p>	

**Fuente:** Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

**Elaborado por:** La Autora.

## **CAPITULO V**

### **5. ÁREA FINANCIERA**

#### **5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FINANCIERO**

Determinar los indicadores financieros óptimos que permitan asegurar la viabilidad y factibilidad del proyecto, así como su rentabilidad apropiada.

#### **5.2. PLAN DE INVERSIONES**

Un plan al que se le asigna capital e insumos materiales, humanos y técnicos con el fin de generar un beneficio o rendimiento económico a un determinado plazo. De la misma forma se debe reflexionar sobre que se necesitara realmente para empezar con el dichoso proyecto. (Caurin, 2017).

Para iniciar con el funcionamiento de la actividad productiva de la microempresa, se requiere de las siguientes inversiones en materiales, muebles, remodelaciones, herramientas, equipos de oficinas e inventario inicial que se detallan a continuación en la tabla N°72.

**TABLA N° 72 PLAN DE INVERSIONES**

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR (USD)	VALOR TOTAL
	<b>Local</b>		\$ 500,00
1	Garantía Arriendo Local	\$ 500,00	
	<b>Inversiones y remodelaciones</b>		
1	Rediseños	\$ 300,00	\$ 300,00
	<b>Muebles y enseres</b>		\$ 574,00
1	Escritorio	\$ 200,00	
2	Archivador	\$ 230,00	
2	Sillas Ergonómica	\$ 64,00	
1	Archivador aéreo	\$ 80,00	
	<b>Herramienta</b>		\$ 180,30
2	Cuchillo Fruta Sunex	\$ 4,00	
2	Cucharon Acero Inoxidable Alna Impoexito	\$ 2,50	
2	Exprimidor eléctrico Proctor Sílex 66332ry	\$ 40,00	
2	Cernidor De Plástico (extractor Ex) Impoexito	\$ 10,00	
1	Tanques / Tambores Plásticos De 55 Galones	\$ 20,00	
1	Escalera De Aluminio Century 5 Gradas Dlh105	\$ 43,00	
2	Guante reforzado largo	\$ 4,80	
1	Extintor 10 Lbs.	\$ 17,00	
1	Botiquín De Primeros Auxilios De Pared Plástico	\$ 39,00	
	<b>Maquinaria y Equipo</b>		\$ 3.468,00
1	Sistema de purificación de agua	\$ 1.000,00	
1	Cocina Industrial De 3 Quemadores En Acero Inoxidable	\$ 130,00	

1	Roscadora De Botellas, Tapadora, Cerradora De Botellas,	\$ 460,00	
1	Cilindro de gas Industrial	\$ 70,00	
2	Mezcladora de bebidas	\$ 430,00	
2	Olla Industrial Imusa De 113 Ltrs.	\$ 260,00	
4	Refrigerador	\$ 800,00	
3	Mesas De Trabajo De Acero Inoxidable	\$ 300,00	
2	Selladora	\$ 18,00	
	<b>Vehículo</b>		\$ 8.500,00
1	Furgoneta Chevrolet Mini Van N200 Usada	\$ 8.500,00	
	<b>Equipo de Computación</b>		\$ 1.313,00
1	Laptop HP 15' Touch Core_i7 16gb Optane+1tb+8g Ram	\$ 900,00	
1	Tablet Celular Samsung Galaxy Tab E 9.6" 40gb+ Wi-Fi+ Blueto	\$ 220,00	
1	Impresora Epson L3150- l4150	\$ 193,00	
	<b>Equipo de Oficina</b>		\$ 210,00
1	Suministro de Oficina	\$ 50,00	
1	Sumadora 12 Dígitos Calculador Imp1,6lineas	\$ 30,00	
1	Teléfono Inalámbrico Panasonic Kxtgc350	\$ 40,00	
1	Minicomponente Max M- 003	\$ 90,00	
	<b>Inventario Inicial</b>		
2	Planta medicinal sunfo (quintal)	\$ 30,00	\$ 861,50
35	Panela(libras)	\$ 87,50	
30	Propoleo	\$ 270,00	
50	Limonos (kilogramos)	\$ 175,00	
1875	Botellas plástica de	\$ 75,00	

	625ml		
1875	Etiquetas	\$ 37,50	
50	Limpiones	\$ 50,00	
1	Limpia vidrios Mundo Clean (galón)	\$ 3,50	
2	Desinfectaste Mundo Clean (galón)	\$ 7,00	
3	Guantes quirúrgicos Gammex (caja)	\$ 9,00	
2	Escobas	\$ 2,00	
2	Tacho Basura Industrial 240 L O 120 L C/tapa Ruedas Pedal	\$ 110,00	
2	Recogedor	\$ 5,00	
	<b>Costo de Constitución</b>		\$ 770,00
1	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 500,00	
1	PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	\$ 270,00	
	<b>Capital de trabajo</b>		\$ 4.567,28
3	Sueldo y salario mensual	\$ 3667,28	
3	Canon mensual de arriendo	\$ 900,00	
3	Servicios Básicos	\$ 519,12	
	<b>Total Inversión</b>		\$ 21.244,08

**Fuente:** Elaboración propio

**Elaborado por:** La Autora

Capital de trabajo ha sido proyectado para 3 meses y asciende a \$ 4.567,28.  
Para dar inicio con el proyecto se va a necesitar \$ 21.244,08.

### 5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO

La planeación financiera es una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer en una empresa pronósticos y metas económicas y financieras por alcanzar, tomando en

cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlo. (Montero, *Emprende pyme.net*, 2017).

#### a) Forma de financiamiento

Todos los recursos requeridos para el proyecto serán de Recursos propios, evitando así el financiamiento externo o la participación de terceros en el proyecto.

Este plan de negocio estará financiado de la siguiente forma:

**TABLA N° 73 PLAN DE FINANCIAMIENTO**

DESCRIPCIÓN	TOTAL USD	TOTAL %
<b>RECURSOS PROPIOS</b>		
Efectivo	\$ 21.244,08	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 21.244,08</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Elaboración propio

**Elaborado por:** La Autora.

Obteniendo un aporte propio para el proyecto con la cantidad de \$ 21.244,08

## 5.4. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

#### a) Detalle de Costos

Los costos son están relacionado directamente con la producción de producto o servicio, podemos decir que los costos pueden ser las materias primas, mano de obra e insumos. Pero el costo, en definitiva, está directamente relacionado con la cantidad de dinero que se invierte en la

producción del bien o servicio, es decir, que se deriva del proceso de fabricación. (Nuño, Emprendepyme.net, 2017).

A continuación, se presenta el detalle de los Costos del proyecto en la siguiente tabla N° 74:

**TABLA N° 74 DETALLE DE COSTOS**

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<b>Energizante de Sunfo</b>					
<b>Materia Prima Directa</b>				<b>\$ 2.017,00</b>	<b>\$ 24.204,00</b>
Planta medicinal sunfo (quintal)	quintal	60	\$ 15,00	\$ 900,00	\$ 10.800,00
Panela(libras)	libras	330	\$ 1,30	\$ 429,00	\$ 5.148,00
Propolio	libras	60	\$ 9,00	\$ 540,00	\$ 6.480,00
Limonas (bulto de limon)	bulto	37	\$ 4,00	\$ 148,00	\$ 1.776,00
<b>Materia Prima Indirecta</b>				<b>\$ 631,00</b>	<b>\$ 7.572,00</b>
Botellas de 625 ml	unidades	8850	\$ 0,04	\$ 354,00	\$ 4.248,00
filtro de purificacion de agua	unidades	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Etiquetas	unidades	8850	\$ 0,02	\$ 177,00	\$ 2.124,00
<b>Mano de obra directa</b>				<b>\$ 1.644,13</b>	<b>\$ 19.729,50</b>
Jefe de Producción	Personas	1	\$ 589,26	\$ 589,26	\$ 7.071,10
Operario 1	Personas	1	\$ 527,43	\$ 527,43	\$ 6.329,20
Operario 2	Personas	1	\$ 527,43	\$ 527,43	\$ 6.329,20
<b>Mano de obra Indirecta</b>				<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
N/A	N/A	0	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Costos indirectos de fabricación</b>				<b>\$ 180,00</b>	<b>\$ 2.160,00</b>
Cajas de carton para despacho	unidades	300	\$ 0,60	\$ 180,00	\$ 2.160,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.774,09</b>	<b>\$ 4.472,13</b>	<b>\$ 53.665,50</b>

**Fuente:** Elaboración propio

**Elaborado por:** La Autora

Los costos en las que debe incurrir este plan son: los costos mensuales son de \$ 4.472,13 y los costos anuales es de \$53.665,50.

Adicional se presenta un resumen de los costos del proyecto de la siguiente tabla N°75:

**TABLA N° 75 RESUMEN DE DETALLE DE COSTOS**

<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Materia Prima Directa	\$ 2.017,00	\$ 24.204,00
Materia Prima Indirecta	\$ 631,00	\$ 7.572,00
Mano de obra directa	\$ 1.644,13	\$ 19.729,50
Costos indirectos de fabricación	\$ 180,00	\$ 2.160,00
<b>Total</b>	<b>\$ 4.472,13</b>	<b>\$ 53.665,50</b>

**Fuente:** Elaboración propio

**Elaborado por:** La Autora

#### **b) Proyección de Costos**

Para el cálculo de la proyección de costos para los siguientes años, se lo realizo teniendo en cuenta los datos la inflación del país del 0,27% datos obtenidos del Banco Central del Ecuador para el año 2019 y optimizado la capacidad instalada del proyecto. La proyección esta detalla en la siguiente tabla N° 76.

**TABLA N° 76 PROYECCIÓN DE COSTOS**

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL AÑO 1	COSTO ANUAL AÑO 1		TOTAL AÑO 1	COSTO ANUAL AÑO 2		TOTAL AÑO 2
		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE	
Materia Prima Directa	\$ 2.017,00	\$ -	\$ 24.204,00	\$24.204,00	\$ -	\$ 24.656,61	\$24.656,61
Materia Prima Indirecta	\$ 631,00	\$ -	\$ 7.572,00	\$ 7.572,00	\$ -	\$ 7.713,60	\$ 7.713,60
Mano de obra directa	\$ 1.644,13	\$19.729,50	\$ -	\$19.729,50	\$20.124,09	\$ -	\$20.124,09
Mano de obra Indirecta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos indirectos de fabricación	\$ 180,00		\$ 2.160,00	\$ 2.160,00		\$ 6.199,20	\$ 6.199,20
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 4.472,13</b>	<b>\$19.729,50</b>	<b>\$ 33.936,00</b>	<b>\$53.665,50</b>	<b>\$20.124,09</b>	<b>\$ 38.569,41</b>	<b>\$58.693,50</b>

COSTO ANUAL AÑO 3		TOTAL AÑO 3	COSTO ANUAL AÑO 4		TOTAL AÑO 4	COSTO ANUAL AÑO 5		TOTAL AÑO 5
FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE	
\$ -	\$25.117,69	\$25.117,69	\$ -	\$25.587,39	\$25.587,39		\$26.065,88	\$26.065,88
\$ -	\$ 7.857,84	\$ 7.857,84	\$ -	\$ 8.004,78	\$ 8.004,78		\$ 8.154,47	\$ 8.154,47
\$20.526,57		\$20.526,57	\$20.937,10		\$20.937,10	\$21.355,85		\$21.355,85
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ 6.315,13	\$ 6.315,13	\$ -	\$ 6.433,22	\$ 6.433,22		\$ 6.553,52	\$ 6.553,52
<b>\$20.526,57</b>	<b>\$39.290,66</b>	<b>\$59.817,23</b>	<b>\$20.937,10</b>	<b>\$40.025,39</b>	<b>\$60.962,50</b>	<b>\$21.355,85</b>	<b>\$40.773,87</b>	<b>\$62.129,71</b>

**Fuente:** Elaboración propio

**Elaborado por:** La Autora

Se presenta un resumen detallado de la proyección costo para los cinco años se verifica en la siguiente tabla N°77.

**TABLA N° 77 RESUMEN DE PROYECCIÓN DE COSTOS**

<b>Año</b>	<b>Valor</b>
<b>1</b>	\$ 53.665,50
<b>2</b>	\$ 58.693,50
<b>3</b>	\$ 59.817,23
<b>4</b>	\$ 60.962,50
<b>5</b>	\$ 62.129,71

**Fuente:** Elaboración propio

**Elaborado por:** La Autora

### c) Detalle de Gastos

Es la cantidad de dinero que se asigna para actividades de distribución o venta del producto, administración e, incluso, mantenimiento. De la misma forma se considera un gasto la utilización de un bien o servicio a cambio de la contraprestación, porque por una parte sale dinero, pero por otro lado entra bienes y servicios. Por lo tanto los gastos no están relacionados directamente con la elaboración del producto. (Nuño, 2017).

A continuación, se presenta el siguiente detalle de los gastos del proyecto en la tabla N° 78.

**TABLA N° 78 DETALLE DE GASTOS**

<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
<b>Sueldo del personal</b>			<b>\$ 651,08</b>		<b>\$ 651,08</b>	<b>\$ 27.542,50</b>
Gerente General	Personas	1	\$ 651,08	100%	\$ 651,08	\$ 7.813,00
Jefe Administrativo	Personas	1	\$ 589,26	100%	\$ 589,26	\$ 7.071,10
Auxiliar	Personas	1	\$ 527,43	100%	\$ 527,43	\$ 6.329,20

Administrativo							
Bodeguero	Personas	1	\$ 527,43	100%	\$ 527,43	\$ 6.329,20	
<b>Arriendos</b>			<b>\$ 300,00</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 300,00</b>	<b>\$ 3.600,00</b>	
Arriendo local	canon	1	\$ 300,00	100%	\$ 300,00	\$ 3.600,00	
<b>Depreciación</b>			<b>\$13.855,00</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 115,46</b>	<b>\$ 1.385,50</b>	
Muebles y encerres	Unidad	1	\$ 574,00	100%	\$ 4,78	\$ 57,40	
Maquinaria y Equipo	Unidad	1	\$ 3.468,00	100%	\$ 28,90	\$ 346,80	
Vehiculo	Unidad	1	\$ 8.500,00	100%	\$ 70,83	\$ 850,00	
Equipo de computación	Unidad	1	\$ 1.313,00	100%	\$ 10,94	\$ 131,30	
<b>Servicios Basicos</b>			<b>\$ 173,04</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 173,04</b>	<b>\$ 2.076,48</b>	
Agua	Unidad	1	\$ 50,00	100%	\$ 50,00	\$ 600,00	
Luz	Unidad	1	\$ 80,00	100%	\$ 80,00	\$ 960,00	
Telefono	Unidad	1	\$ 10,00	100%	\$ 10,00	\$ 120,00	
Internet ( Redes Sociales )	Unidad	1	\$ 33,04	100%	\$ 33,04	\$ 396,48	
<b>Suministros de oficina</b>			<b>\$ 15,24</b>	<b>25%</b>	<b>\$ 26,99</b>	<b>\$ 115,13</b>	
Resmas de Papel	Unidad	5	\$ 2,59	25%	\$ 3,24	\$ 38,85	
Carpetas bennet	Unidad	6	\$ 2,20	25%	\$ 3,30	\$ 39,60	
Esferograficos	Unidad	10	\$ 0,35	25%	\$ 0,88	\$ 10,50	
Grapadora	Unidad	3	\$ 1,60	25%	\$ 1,20	\$ 1,20	
Tinta para Impresora	Unidad	12	\$ 5,00	25%	\$ 15,00	\$ 15,00	
Perforadora	Unidad	3	\$ 1,70	25%	\$ 1,28	\$ 1,28	
Resaltadores	Unidad	10	\$ 0,60	25%	\$ 1,50	\$ 1,50	
Cuaderno Universitario	Unidad	2	\$ 1,20	25%	\$ 0,60	\$ 7,20	
<b>Material de aseo</b>			<b>\$ 11,38</b>		<b>\$ 20,20</b>	<b>\$ 242,40</b>	
Limpiones	Unidad	15	\$ 0,38	100%	\$ 5,70	\$ 68,40	
Limpia vidrios Mundo Clean	Unidad	1	\$ 3,50	100%	\$ 3,50	\$ 42,00	
Desinfectaste Mundo Clean	Unidad	2	\$ 3,50	100%	\$ 7,00	\$ 84,00	
Guantes quirúrgicos Gammex	Unidad	1	\$ 3,00	100%	\$ 3,00	\$ 36,00	
Escobas	Unidad	1	\$ 1,00	100%	\$ 1,00	\$ 12,00	
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			<b>\$15.005,74</b>		<b>\$ 1.286,77</b>	<b>\$ 34.962,01</b>	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>							
<b>Sueldos de vendedores</b>			<b>\$ 527,43</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 527,43</b>	<b>\$ 6.329,20</b>	
Ejecutivo en ventas	Unidad	1	\$ 527,43	100%	\$ 527,43	\$ 6.329,20	
<b>Publicidad</b>			<b>\$ 144,09</b>	<b>85%</b>	<b>\$ 150,80</b>	<b>\$ 1.809,60</b>	
Degustación de producto	Unidad	1	\$ 100,00	100%	\$ 100,00	\$ 1.200,00	
Elaboración de volantes	Unidad	1000	\$ 0,06	8%	\$ 4,80	\$ 57,60	
Tarjetas de presentación	Unidad	1000	\$ 0,03	8%	\$ 2,00	\$ 24,00	
Radio	Unidad	1	\$ 44,00	100%	\$ 44,00	\$ 528,00	
<b>Combustible</b>			<b>\$ 15,00</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 30,00</b>	<b>\$ 360,00</b>	
Servicios a Domicilio	Galon	2	\$ 15,00	100%	\$ 30,00	\$ 360,00	
<b>Mantenimineto</b>			<b>\$ 80,00</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 16,00</b>	<b>\$ 192,00</b>	
Mantenimiento cada 5000 Km	Unidad	1	\$ 80,00	20%	\$ 16,00	\$ 192,00	
<b>TOTAL DE GASTOS DE VENTAS</b>			<b>\$ 751,52</b>		<b>\$ 724,23</b>	<b>\$ 8.690,80</b>	
<b>TOTAL DE GASTOS</b>			<b>\$15.757,26</b>		<b>\$ 2.011,00</b>	<b>\$ 43.652,81</b>	

**Fuente:** Elaboración propio  
**Elaborado por:** La Autora.

Como gastos mensuales tenemos un valor de \$ 2.011,00 y un valor anual de gastos de \$ 43.652,81.

#### **d) Proyección Gastos**

Para proyectar los gastos se tomó se lo realizo teniendo en cuenta los datos la inflación del país del 0,027% datos obtenidos del Banco Central del Ecuador para el año 2019 y lo podemos visualizar en la siguiente tabla N° 79.

**TABLA N° 79 PROYECCIÓN GASTOS**

DESCRIPCIÓN	COSTO		TOTAL AÑO 1	COSTO		TOTAL AÑO 2
	MENSUAL	FIJO		VARIABLE	FIJO	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$15.005,74	\$34.962,01	\$ 34.962,01	\$44.401,75		\$ 44.401,75
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	\$ 751,52		\$ 8.690,80		\$ 11.037,32	\$ 11.037,32
<b>TOTAL</b>	<b>\$15.757,26</b>	<b>\$34.962,01</b>	<b>\$ 43.652,81</b>	<b>\$44.401,75</b>	<b>\$ 11.037,32</b>	<b>\$ 55.439,06</b>

COSTO		TOTAL AÑO 3	COSTO		TOTAL AÑO 4	COSTO		TOTAL AÑO 5
FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE	
<b>\$45.232,06</b>		\$ 45.232,06	\$46.077,90		\$ 46.077,90	\$46.939,56		\$ 46.939,56
	\$ 11.243,71	\$ 11.243,71		\$ 11.453,97	\$ 11.453,97		\$ 11.668,16	\$ 11.668,16
<b>\$45.232,06</b>	<b>\$ 11.243,71</b>	<b>\$ 56.475,77</b>	<b>\$46.077,90</b>	<b>\$ 11.453,97</b>	<b>\$ 57.531,87</b>	<b>\$46.939,56</b>	<b>\$ 11.668,16</b>	<b>\$ 58.607,72</b>

**Fuente:** Elaboración propio

**Elaborado por:** La Autora.

Se detalla un resumen de las proyecciones de los gastos del primer al quinto año se puede visualizar en la siguiente tabla N°: 80.

**TABLA N° 80 RESUMEN PROYECCIÓN DE GASTOS**

<b>Año</b>	<b>Valor</b>
<b>1</b>	\$ 43.652,81
<b>2</b>	\$ 55.439,06
<b>3</b>	\$ 56.475,77
<b>4</b>	\$ 57.531,87
<b>5</b>	\$ 58.607,72

**Fuente:** Elaboración propio

**Elaborado por:** La Autora

### **Mano de Obra**

Es el esfuerzo físico o mental que se emplea en la elaboración de un producto. El costo de la mano de obra es el precio que se paga por emplear los recursos humanos. La compensación que se paga a los empleados que trabajan en las actividades relacionadas con la producción representa el costo de la mano de obra de fabricación. (Polimeni, 2005).

Para la elaboración de la bebida energizante en base a SUNFO se requiere personal y por ende hay se debe pagar un sueldo a los empleados, a continuación, se detalla tabla N° 81 que corresponde a los valores a pagar:

**TABLA N° 81 MANO DE OBRA**

<b>CARGO</b>	<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>No.</b>	<b>SUELDO</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>	<b>APORTE PATRONAL</b>	<b>13VO. SUELDO</b>
<b>Gerente General</b>	Elisa Eliana Borja Reyes	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 669,00	\$ 500,00
<b>Jefe de Producción</b>	José Enrique Borja Reyes	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 450,00
<b>Jefe Administrativo</b>	María José Borja Reyes	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 450,00
<b>Bodeguero</b>	Mario Lopez	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 535,20	\$ 400,00
<b>Operario 1</b>	Andrea Jessica Cordova	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 535,20	\$ 400,00
<b>Operario 2</b>	Martin Andrade	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 535,20	\$ 400,00
<b>Auxiliar Administrativo</b>	Antonio Enriquez Corella Vera	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 535,20	\$ 400,00
<b>Ejecutivo de venta</b>	Sandra Elizabeth Vegas Saltos	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 535,20	\$ 400,00
<b>TOTAL</b>			\$ 3.400,00	\$ 40.800,00	\$ 4.549,20	\$ 3.400,00

<b>14VO. SUELDO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>SUELDO + BENEFICIOS</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>
\$ 394,00	\$ 250,00	\$ 7.813,00	\$ 651,08	\$ 8.464,08
\$ 394,00	\$ 225,00	\$ 7.071,10	\$ 589,26	\$ 7.660,36
\$ 394,00	\$ 225,00	\$ 7.071,10	\$ 589,26	\$ 7.660,36
\$ 394,00	\$ 200,00	\$ 6.329,20	\$ 527,43	\$ 6.856,63
\$ 394,00	\$ 200,00	\$ 6.329,20	\$ 527,43	\$ 6.856,63
\$ 394,00	\$ 200,00	\$ 6.329,20	\$ 527,43	\$ 6.856,63
\$ 394,00	\$ 200,00	\$ 6.329,20	\$ 527,43	\$ 6.856,63
\$ 394,00	\$ 200,00	\$ 6.329,20	\$ 527,43	\$ 6.856,63
\$ 394,00	\$ 200,00	\$ 6.329,20	\$ 527,43	\$ 6.856,63
<b>\$ 3.152,00</b>	<b>\$ 1.700,00</b>	<b>\$ 53.601,20</b>	<b>\$ 4.466,77</b>	<b>\$ 58.067,97</b>

**Fuente:** Elaboración propio

**Elaborado por:** La Autora

Podemos visualizar que el costo de la mano de obra y los gastos de sueldos mensuales son de \$ 4.549,20.

## Depreciación

La depreciación es la disminución en el valor de mercado de un bien, la disminución en el valor de un activo para su propietario, o la asignación del costo de uso o demerito de un activo a lo largo de su vida útil (duración). (Burguillo, 2016).

A continuación, se detalla los bienes que la microempresa va adquirir y su debida depreciación se verifica en la siguiente tabla N°82.

**TABLA N° 82 DEPRECIACIÓN**

DETALLE DEL BIEN	VIDA UTIL (AÑOS)	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Muebles y enseres	10	\$ 574,00	10%	\$ 57,40
Maquinaria y Equipo	10	\$ 3.468,00	10%	\$ 346,80
Vehículo	5	\$ 8.500,00	20%	\$ 1.700,00
Equipo de computación	3	\$ 1.313,00	33%	\$ 437,62
<b>TOTAL</b>		<b>\$13.855,00</b>		<b>\$ 2.541,82</b>

**Fuente:** Elaboración propio

**Elaborado por:** La Autora.

Como se puede visualizar las depreciaciones de activos fijos para el primer año es de \$ 2.541,82.

## Proyección de la depreciación

Luego de haber obtenido el valor de la depreciación del primer año, de los activos fijos de la empresa, se procede a proyectar para los años futuros que se detalla en la siguiente tabla N°83:

**TABLA N° 83 PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN**

DETALLE DEL BIEN	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación Muebles y enseres	\$ 57,40	\$ 57,40	\$ 57,40	\$ 57,40	\$ 57,40	\$ 57,40
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 346,80	\$ 346,80	\$ 346,80	\$ 346,80	\$ 346,80	\$ 346,80
Depreciación Vehículo	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00
Depreciación de Equipo computación	\$ 437,62	\$ 437,62	\$ 437,62	\$ 437,62	\$ 437,62	\$ 437,62
<b>TOTAL</b>		<b>\$2.541,82</b>	<b>\$2.541,82</b>	<b>\$2.541,82</b>	<b>\$2.541,82</b>	<b>\$2.541,82</b>

		\$					
		1					
		3					
		.					
		8					
		5					
		5					
		,					
		0					
		0					

**Fuente:** Elaboración propia  
**Elaborado por:** La Autora.

## 5.5. CALCULO DE INGRESO

El ingreso medio (IME) es una medida de las ganancias que obtiene una empresa por la venta de sus productos o servicios. Se calcula como el monto total de los ingresos dividido por el número de unidades vendidas. El ingreso medio es una variable relevante en la toma de decisiones de producción y administración dentro de una empresa. Refleja la ganancia bruta que se obtiene por la venta de una unidad de producto y se relaciona entonces con la decisión de cuánto producir. (Roldán, 2019).

Para el cálculo del precio de venta se ha observado los valores en que se comercializan productos similares, aunque de componentes químicos, con lo cual para ser competitivos se ha establecido un precio de venta de 1 USD con un margen de utilidad en USD de 0.26 que representa un 36% de Utilidad.

Se verifica los costos mensuales y el margen de utilidad para determinar el precio de venta unitario en la que se refleja en la siguiente tabla N°84:

**TABLA N° 84** CALCULO DE INGRESOS

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD		PRECIO DE VENTA UNITARIO		UNIDAD PRODUCIDA	INGRESOS MENSUALES	INGRESO ANUAL
			%	\$	\$				
BEBIDA ENERGIZANTE DE SUNFO 625 ml	UNIDAD	\$ 0,73	36%	0,26	\$ 1,00		8850	\$ 8.850,00	\$106.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 0,73</b>	<b>36%</b>	<b>0,26</b>	<b>\$ 1,00</b>		<b>8850</b>	<b>\$ 8.850,00</b>	<b>\$106.200,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia  
**Elaborado por:** La Autora.

Para obtener los ingresos mensuales se toma como referencia la capacidad de producción, en esta ocasión tenemos un ingreso mensual de \$ 8,850 con un margen de utilidad de \$ 0,26. Así obteniendo los ingresos anuales son de \$ 106,200,00.

### **Proyección de Ingresos**

Al ya haber obtenido los ingresos en cantidad y precio anuales, se procede a realizar las proyecciones para los cinco años, teniendo como referencia el crecimiento población del 1,87% para la cantidad de productos anuales mientras para el precio del producto está considerada la inflación que es del 0,27% dato obtenidos del Banco Central del Ecuador del año 2019.

**TABLA N° 85 PROYECCIÓN DE INGRESOS**

<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL AÑO 1</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL AÑO 2</b>
<b>BEBIDA ENERGIZANTE DE SUNFO 625 ml</b>	8.850	\$ 1,00	\$106.200,00	9.015	\$ 1,01	\$110.349,66
<b>TOTAL</b>	<b>8.850</b>	<b>\$ 1,00</b>	<b>\$106.200,00</b>	<b>9.015</b>	<b>\$ 1,01</b>	<b>\$110.349,66</b>

<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL AÑO 3</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL AÑO 4</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL AÑO 5</b>
<b>9.184</b>	\$ 1,03	\$114.617,38	9.356	\$ 1,05	\$119.006,12	9.531	\$ 1,07	\$123.518,92
<b>9.184</b>	<b>\$ 1,03</b>	<b>\$114.617,38</b>	<b>9.356</b>	<b>\$ 1,05</b>	<b>\$119.006,12</b>	<b>9.531</b>	<b>\$ 1,07</b>	<b>\$123.518,92</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora.

Al realizar un resumen general de la proyección de los ingresos de los cinco primeros años se visualiza en la tabla N° 86 que en los ingresos van creciendo razonablemente para el proyecto.

**TABLA N° 86 RESUMEN PROYECCIÓN DE INGRESO**

<b>Año</b>	<b>Valor</b>
<b>1</b>	\$ 106.200,00
<b>2</b>	\$ 110.349,66
<b>3</b>	\$ 114.617,38
<b>4</b>	\$ 119.006,12
<b>5</b>	\$ 123.518,92

**Fuente:** Elaboración propio

**Elaborado por:** La Autora

## **5.6. Flujo de Caja**

Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa.” (Olalla García, 2018).

El flujo de caja existe un crecimiento del 2% anual, bajo el crecimiento de la demanda insatisfecha y la optimización de la capacidad instalada en la siguiente tabla N° 87 se demuestra el flujo de caja para este plan y se verifica a continuación se planifico:

**TABLA N° 87 FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>DESCRIPCIÓN</b>						
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Recuperación por venta		\$106.200,00	\$108.185,94	\$110.209,02	\$112.269,93	\$114.369,37
<b>TOTAL</b>		\$106.200,00	\$108.185,94	\$110.209,02	\$112.269,93	\$114.369,37
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Materia prima directa		\$ 24.204,00	\$ 24.656,61	\$ 25.117,69	\$ 25.587,39	\$ 26.065,88
Mano de obra directa		\$ 19.729,50	\$ 20.098,44	\$ 20.474,28	\$ 20.857,15	\$ 21.247,18
Costos indirectos de fabricación		\$ 2.160,00	\$ 2.200,39	\$ 2.241,54	\$ 2.283,46	\$ 2.326,16
Gastos Administrativos		\$ 34.962,01	\$ 35.615,79	\$ 36.281,81	\$ 36.960,28	\$ 37.651,44
Gastos de Ventas		\$ 8.690,80	\$ 8.853,32	\$ 9.018,88	\$ 9.187,53	\$ 9.359,33
Impuestos y participaciones		\$ 3.219,61	\$ 3.279,82	\$ 3.341,15	\$ 3.403,63	\$ 3.467,28
<b>TOTAL</b>		\$ 92.965,92	\$ 94.704,38	\$ 96.475,35	\$ 98.279,44	\$100.117,27
<b>Inversiones en activos y CT</b>	\$ 21.244,08					
<b>Total de egresos</b>	\$ 21.244,08	\$ 92.965,92	\$ 94.704,38	\$ 96.475,35	\$ 98.279,44	\$100.117,27
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>	\$-21.244,08	\$ 13.234,08	\$ 13.481,56	\$ 13.733,66	\$ 13.990,48	\$ 14.252,10
<b>INVERSIONES</b>		10.234,08	10.481,56	10.733,66	10.990,48	11.252,10
<b>RECUPERACIONES</b>		\$ 10.541,10	\$ 10.796,00	\$ 11.055,67	\$ 11.320,20	\$ 11.589,67
<b>SALDO MINIMO DE CAJA</b>		\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
<b>FLUJO NETO</b>	\$-21.244,08	13.541,10	13.796,00	14.055,67	14.320,20	14.589,67

**Fuente:** Elaboración propia  
**Elaborado por:** La Autora

El flujo de caja está proyectado, se puede verificar resumen de los 5 años futuros, en la siguiente tabla N° 88.

**TABLA N° 88 RESUMEN PROYECCIÓN DE INGRESO**

<b>Año</b>	<b>Valor</b>
<b>1</b>	\$ 13.541,10
<b>2</b>	\$ 13.796,00
<b>3</b>	\$ 14.055,67
<b>4</b>	\$ 14.320,20
<b>5</b>	\$ 14.589,67

**Fuente:** Elaboración propio

**Elaborado por:** La Autora

### **5.7. Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es un indicador en el que los costos, gastos y los ingresos son iguales: no hay pérdida neta ni ganancia. El punto de equilibrio es expresado en volumen de producción y ventas, donde las ventas de productos necesariamente cubren los costos totales incurridos, con el fin de identificar la igualdad de estas cuatro variables, las mismas que son cantidades, precios, costo variable unitario y costos fijos. (Tubay, 2017).

Para determinar el punto de equilibrio se debe tener en cuenta los costos fijos, costos variables y ventas totales, así poder saber cuánto valor monetario se requiere para ni perder ni ganar, y es considerado el punto justo donde la empresa comienza cubrir sus costos.

Como datos para calcular el punto de equilibrio en dólares tenemos lo siguiente tabla N° 89.

**TABLA N° 89 PUNTO DE EQUILIBRIO**

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
COSTOS	\$ 19.729,50	\$ 33.936,00	\$ 53.665,50
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 34.962,01		\$ 34.962,01
GASTOS DE VENTAS		8.690,80	\$ 8.690,80
GASTO FINANCIERA			
SUMA	\$ 54.691,51	\$ 42.626,80	\$ 97.318,31
INGRESO TOTAL		\$ 106.200,00	\$ 106.200,00
NUMERO DE UNIDADES		8850	8850
PRECIO UNITARIO DE VENTA		1,00	1,00
COSTO DE VENTA UNITARIO		\$ 0,73	0,73

**Fuente:** Elaboración propia**Elaborado por:** La Autora

P.E (\$) =	Costo Fijo (\$)
1-	Costo Variable (\$)
	Ventas Totales(\$)

**Gráfico N° 21** Formula de Punto de Equilibrio en Dólares**Fuente:** Elaboración propia**Elaborado por:** La Autora

Al aplicar la formula se obtuvo un valor de \$ 28.994,70, que es el punto de equilibrio en dólares del presente plan, este valor nos permitirá cubrir los costos y gastos de negocio.

Como resultado del cálculo de Punto de Equilibrio en unidades se obtuvo la cantidad de 6234 botellas de 625ml del energizante de Sunfo.

Como resultado del cálculo de Punto de Equilibrio en por el porcentaje nos permitirá verificar la viabilidad del proyecto con un porcentaje de 27,30%.

**TABLA N° 90 PUNTO DE EQUILIBRIO**

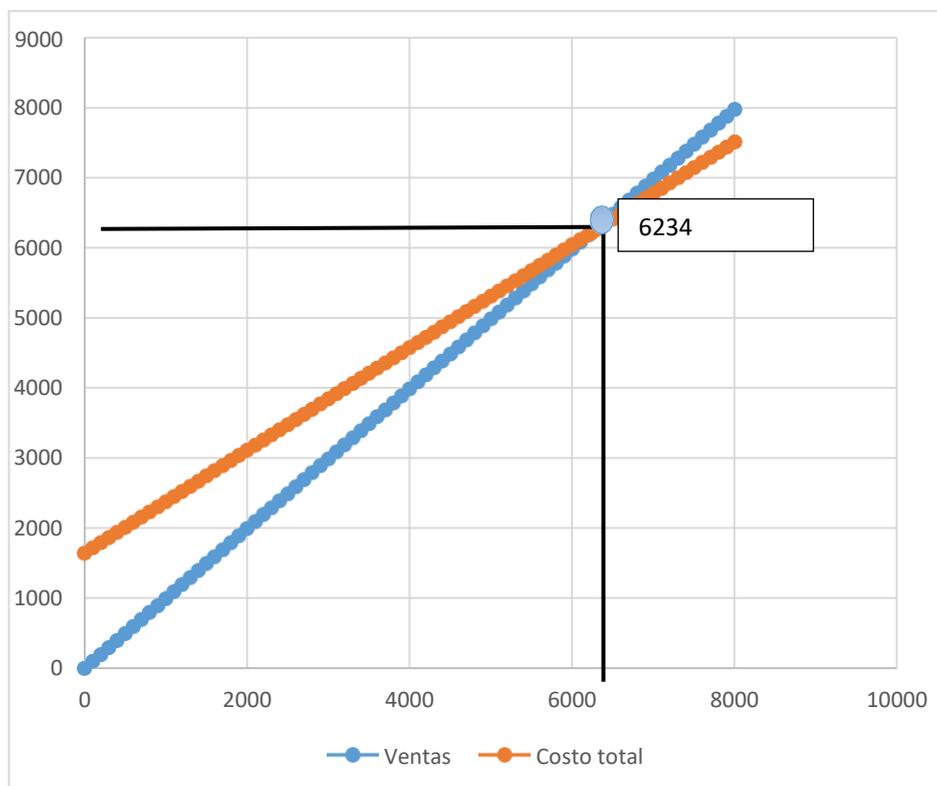
<b>UNIDADES VENDIDAS</b>	<b>Ventas</b>	<b>Costo fijo</b>	<b>Costo variable</b>	<b>Costo total</b>	<b>Utilidad</b>
<b>0</b>	\$ -	1644,13	-	1.644,13	- 1.644,13
<b>100</b>	\$ 99,63	1644,13	73,26	1.717,38	- 1.617,75
<b>200</b>	\$ 199,26	1644,13	146,51	1.790,64	- 1.591,38
<b>300</b>	\$ 298,88	1644,13	219,77	1.863,89	- 1.565,01
<b>400</b>	\$ 398,51	1644,13	293,02	1.937,15	- 1.538,64
<b>500</b>	\$ 498,14	1644,13	366,28	2.010,40	- 1.512,26
<b>600</b>	\$ 597,77	1644,13	439,53	2.083,66	- 1.485,89
<b>700</b>	\$ 697,39	1644,13	512,79	2.156,91	- 1.459,52
<b>800</b>	\$ 797,02	1644,13	586,05	2.230,17	- 1.433,15
<b>900</b>	\$ 896,65	1644,13	659,30	2.303,43	- 1.406,78

<b>1000</b>	\$ 996,28	1644,13	732,56	2.376,68	- 1.380,40
<b>1100</b>	\$ 1.095,90	1644,13	805,81	2.449,94	- 1.354,03
<b>1200</b>	\$ 1.195,53	1644,13	879,07	2.523,19	- 1.327,66
<b>1300</b>	\$ 1.295,16	1644,13	952,32	2.596,45	- 1.301,29
<b>1400</b>	\$ 1.394,79	1644,13	1.025,58	2.669,70	- 1.274,92
<b>1500</b>	\$ 1.494,42	1644,13	1.098,84	2.742,96	- 1.248,54
<b>1600</b>	\$ 1.594,04	1644,13	1.172,09	2.816,22	- 1.222,17
<b>1700</b>	\$ 1.693,67	1644,13	1.245,35	2.889,47	- 1.195,80
<b>1800</b>	\$ 1.793,30	1644,13	1.318,60	2.962,73	- 1.169,43
<b>1900</b>	\$ 1.892,93	1644,13	1.391,86	3.035,98	- 1.143,06
<b>2000</b>	\$ 1.992,55	1644,13	1.465,11	3.109,24	- 1.116,68
<b>2100</b>	\$ 2.092,18	1644,13	1.538,37	3.182,49	- 1.090,31
<b>2200</b>	\$ 2.191,81	1644,13	1.611,62	3.255,75	- 1.063,94
<b>2300</b>	\$ 2.291,44	1644,13	1.684,88	3.329,01	- 1.037,57
<b>2400</b>	\$ 2.391,07	1644,13	1.758,14	3.402,26	- 1.011,20
<b>2500</b>	\$ 2.490,69	1644,13	1.831,39	3.475,52	- 984,82
<b>2600</b>	\$ 2.590,32	1644,13	1.904,65	3.548,77	- 958,45
<b>2700</b>	\$ 2.689,95	1644,13	1.977,90	3.622,03	- 932,08
<b>2800</b>	\$ 2.789,58	1644,13	2.051,16	3.695,28	- 905,71
<b>2900</b>	\$ 2.889,20	1644,13	2.124,41	3.768,54	- 879,34
<b>3000</b>	\$ 2.988,83	1644,13	2.197,67	3.841,80	- 852,96
<b>3100</b>	\$ 3.088,46	1644,13	2.270,93	3.915,05	- 826,59
<b>3200</b>	\$ 3.188,09	1644,13	2.344,18	3.988,31	- 800,22
<b>3300</b>	\$ 3.287,71	1644,13	2.417,44	4.061,56	- 773,85
<b>3400</b>	\$ 3.387,34	1644,13	2.490,69	4.134,82	- 747,48
<b>3500</b>	\$ 3.486,97	1644,13	2.563,95	4.208,07	- 721,10
<b>3600</b>	\$ 3.586,60	1644,13	2.637,20	4.281,33	- 694,73
<b>3700</b>	\$ 3.686,23	1644,13	2.710,46	4.354,59	- 668,36
<b>3800</b>	\$ 3.785,85	1644,13	2.783,72	4.427,84	- 641,99
<b>3900</b>	\$ 3.885,48	1644,13	2.856,97	4.501,10	- 615,62
<b>4000</b>	\$ 3.985,11	1644,13	2.930,23	4.574,35	- 589,24

4100	\$	4.084,74	1644,13	3.003,48	4.647,61	- 562,87
4200	\$	4.184,36	1644,13	3.076,74	4.720,86	- 536,50
4300	\$	4.283,99	1644,13	3.149,99	4.794,12	- 510,13
4400	\$	4.383,62	1644,13	3.223,25	4.867,37	- 483,76
4500	\$	4.483,25	1644,13	3.296,51	4.940,63	- 457,38
4600	\$	4.582,88	1644,13	3.369,76	5.013,89	- 431,01
4700	\$	4.682,50	1644,13	3.443,02	5.087,14	- 404,64
4800	\$	4.782,13	1644,13	3.516,27	5.160,40	- 378,27
4900	\$	4.881,76	1644,13	3.589,53	5.233,65	- 351,89
5000	\$	4.981,39	1644,13	3.662,78	5.306,91	- 325,52
5100	\$	5.081,01	1644,13	3.736,04	5.380,16	- 299,15
5200	\$	5.180,64	1644,13	3.809,30	5.453,42	- 272,78
5300	\$	5.280,27	1644,13	3.882,55	5.526,68	- 246,41
5400	\$	5.379,90	1644,13	3.955,81	5.599,93	- 220,03
5500	\$	5.479,52	1644,13	4.029,06	5.673,19	- 193,66
5600	\$	5.579,15	1644,13	4.102,32	5.746,44	- 167,29
5700	\$	5.678,78	1644,13	4.175,57	5.819,70	- 140,92
5800	\$	5.778,41	1644,13	4.248,83	5.892,95	- 114,55
5900	\$	5.878,04	1644,13	4.322,09	5.966,21	- 88,17
6000	\$	5.977,66	1644,13	4.395,34	6.039,47	- 61,80
6100	\$	6.077,29	1644,13	4.468,60	6.112,72	- 35,43
6200	\$	6.176,92	1644,13	4.541,85	6.185,98	- 9,06
6234	\$	6.211,14	1644,13	4.567,01	6.211,14	-
6300	\$	6.276,55	1644,13	4.615,11	6.259,23	17,31
6400	\$	6.376,17	1644,13	4.688,36	6.332,49	43,69
6500	\$	6.475,80	1644,13	4.761,62	6.405,74	70,06
6600	\$	6.575,43	1644,13	4.834,87	6.479,00	96,43
6700	\$	6.675,06	1644,13	4.908,13	6.552,26	122,80
6800	\$	6.774,69	1644,13	4.981,39	6.625,51	149,17
6900	\$	6.874,31	1644,13	5.054,64	6.698,77	175,55
7000	\$	6.973,94	1644,13	5.127,90	6.772,02	201,92
7100	\$	7.073,57	1644,13	5.201,15	6.845,28	228,29
7200	\$	7.173,20	1644,13	5.274,41	6.918,53	254,66
7300	\$	7.272,82	1644,13	5.347,66	6.991,79	281,03

<b>7400</b>	\$	7.372,45	1644,13	5.420,92	7.065,05	307,41
<b>7500</b>	\$	7.472,08	1644,13	5.494,18	7.138,30	333,78
<b>7600</b>	\$	7.571,71	1644,13	5.567,43	7.211,56	360,15
<b>7700</b>	\$	7.671,33	1644,13	5.640,69	7.284,81	386,52
<b>7800</b>	\$	7.770,96	1644,13	5.713,94	7.358,07	412,89
<b>7900</b>	\$	7.870,59	1644,13	5.787,20	7.431,32	439,27
<b>8000</b>	\$	7.970,22	1644,13	5.860,45	7.504,58	465,64

**Fuente:** Elaboración propia  
**Elaborado por:** La Autora



**GRÁFICO N° 22 PUNTO DE EQUILIBRIO**

**Fuente:** Elaboración propia  
**Elaborado por:** La Autora

### 5.8. Estado de Resultados proyectado

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio. (Castro, 2015).

El Estado de Resultado proyectado para los 5 años futuros se detalla en la siguiente tabla N° 91:

**TABLA N° 91 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	\$106.200,00	\$108.185,94	\$110.209,02	\$112.269,93	\$114.369,37
(-) Costo de Ventas	\$ 53.665,50	\$ 54.669,04	\$ 55.691,36	\$ 56.732,78	\$ 57.793,69
<b>(=)utilidad bruta en ventas</b>	<b>\$ 52.534,50</b>	<b>\$ 53.516,90</b>	<b>\$ 54.517,66</b>	<b>\$ 55.537,14</b>	<b>\$ 56.575,69</b>
(-)Gastos de Ventas	\$ 8.690,80	\$ 8.853,32	\$ 9.018,88	\$ 9.187,53	\$ 9.359,33
<b>(=) Utilidad Neta en Ventas</b>	<b>\$ 43.843,70</b>	<b>\$ 44.663,58</b>	<b>\$ 45.498,79</b>	<b>\$ 46.349,61</b>	<b>\$ 47.216,35</b>
(-)Gastos Administrativas	\$ 34.962,01	\$ 35.615,79	\$ 36.281,81	\$ 36.960,28	\$ 37.651,44
<b>(-)Gastos Financiero</b>					
<b>(+) Otros Ingresos</b>					
<b>(-) Gastos Egreso</b>					
<b>(=)Utilidad ante de participaciones</b>	<b>\$ 8.881,70</b>	<b>\$ 9.047,78</b>	<b>\$ 9.216,98</b>	<b>\$ 9.389,33</b>	<b>\$ 9.564,91</b>
(-) 15% Participacion trabajadores	\$ 1.332,25	\$ 1.357,17	\$ 1.382,55	\$ 1.408,40	\$ 1.434,74
<b>(=) Utilidades antes de Impuestos</b>	<b>\$ 7.549,44</b>	<b>\$ 7.690,62</b>	<b>\$ 7.834,43</b>	<b>\$ 7.980,93</b>	<b>\$ 8.130,18</b>
(-) 25% Impuesto	\$ 1.887,36	\$ 1.922,65	\$ 1.958,61	\$ 1.995,23	\$ 2.032,54

a la renta					
(=)Utilidad o Perdida del Ejercicio	\$ 5.662,08	\$ 5.767,96	\$ 5.875,82	\$ 5.985,70	\$ 6.097,63

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora

Con estos valores podemos decir que el plan de la producción de la bebida energizante de Sunfo, factible para su puesta en marcha a continuación se puede verificar en la tabla N° 92.

**TABLA N° 92 RESUMEN ESTADO DE RESULTADOS**

<b>Año</b>	<b>Valor</b>
<b>1</b>	\$ 5.662,08
<b>2</b>	\$ 5.767,96
<b>3</b>	\$ 5.875,82
<b>4</b>	\$ 5.985,70
<b>5</b>	\$ 6.097,63

**Fuente:** Elaboración propio

**Elaborado por:** La Autora

## **5.9. Evaluación financiera**

La evaluación financiera es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la

inversión realizada en el proyecto, además ayuda a tomar una decisión si poner en marcha o no en proyecto debido que analiza los alcances y riesgos del proyecto.(Saez, 2016).

La evaluación financiera es fundamental en un proyecto o plan, porque mediante indicadores financiero, permitirá determinar la rentabilidad del proyecto.

**a) Indicadores**

**a .1) Valor Actual Neto**

El Valor Actual Neto (VAN), es el que nos dice a cuanto equivale hoy una suma de dinero, que se tendrá que pagar dentro de un periodo de tiempo determinado. También podemos decir que es u indicador que mide los flujos de los fondos futuros, ingresos y egresos que tendrá un proyecto. (Patricio Bonta, 2002).

Para poder determinar el valor del VAN, hay que tener en cuenta que primero se debe calcular el TMAR, conocido como la tasa de descuento. Siempre se debe tomar en cuenta el riesgo de los inversionistas y la inflación promedio.

**TABLA N° 93 CÁLCULO DEL TMAR**

<b>tin+R+(tin*R)</b>	
<b>TMAR</b>	Inflación del país + Premio al Riesgo
	0,027%+0,1672%+(0,027%*0,1672%)
<b>TOTAL</b>	<b>19,87%</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora

Se puede mencionar que tiene un porcentaje de riesgo bajo por que se aplicó de acuerdo al perfil del inversionista Moderado que está dispuesto a asumir un pequeño porcentaje de riesgo en sus inversiones a fin de apostar

una ganancia un poco mayor y maximizar su capital, pero siempre manteniéndose seguro. (Rodríguez, 2018).

Se consideró para calcular el TMAR la inflación del Ecuador en el año 2019 con el porcentaje de 0,027%, así como el premio al riesgo que se ha estimado en un 0,1672% de la tasa pasiva del Banco Central del Ecuador, para así obtener un 19.87% como Tasa Mínima Aceptable de Retorno que sirva de base para calcular el VAN.

La TMAR es el rendimiento mínimo que un Inversionista espera recibir como resultado de su inversión y del nivel de riesgo en que está incurriendo, para el efecto puede ser de carácter subjetivo o tomando como referencia al menos un valor equivalente al doble de la Tasa Pasiva que se pagaría por un crédito.

Al haber ya calculado el TMAR, se procede a calcular el VAN, con la siguiente fórmula:

$$VAN = -Inv.Ini + \frac{(FNE1)}{(1+i)^1} + \frac{(FNE2)}{(1+i)^2} + \frac{(FNE3)}{(1+i)^3} + \frac{(FNE4)}{(1+i)^4} + \frac{(FNE5)}{(1+i)^5}$$

**GRÁFICO N° 23** FÓRMULA PARA EL CÁLCULO DEL VAN

**Fuente:** César Aching Guzmán (Matemática financiera para la toma de decisiones empresariales).

**Elaborado por:** La Autora

FNE = Flujo de Efectivo

i = Tasa de descuentos o TMAR. (19,87%)

n = Periodo de tiempo. (5 años)

IO= Inversión Inicial (21.244.08)

**TABLA N° 94 CÁLCULO DEL VAN**

	<b>Flujo Neto</b>	<b>Factor de descuento</b>	<b>Flujo descontado</b>
<b>F1</b>	\$ 13.541,10	0,83	\$ 11.296,49
<b>F2</b>	\$ 13.796,00	0,70	\$ 9.601,35
<b>F3</b>	\$ 14.055,67	0,58	\$ 8.160,56
<b>F4</b>	\$ 14.320,20	0,48	\$ 6.935,97
<b>F5</b>	\$ 14.589,67	0,40	\$ 5.895,12
		VAN al 19,87 %	20.645,42

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora

Al realizar el cálculo utilizando todos los datos requeridos, se obtuvo un valor del VAN, de \$ 20.645,42. Con este resultado podemos decir que es factible el proyecto ya que el VAN es mayor a 0

#### **a.2) Tasa Interna de Retorno**

La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión.” (Torres, 2016).

La Tasa Interna de Retorno nos muestra el valor porcentual de rentabilidad del proyecto. En la siguiente tabla se detalla el TIR.

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

**GRÁFICO N° 24 FÓRMULA PARA CÁLCULAR EL TIR**

**Fuente:** César Aching Guzmán (Matemática financiera para la toma de decisiones empresariales).

**Elaborado por:** La Autora

**TABLA N° 95 CÁLCULO DEL TIR**

<b>AÑOS</b>	<b>SALDO INICIAL</b>	<b>FLUJO ACUMULADO</b>
<b>0</b>	\$ -21.244,08	\$ -21.244,08
<b>1</b>	\$ 11.296,49	\$ -9.947,58
<b>2</b>	\$ 9.601,35	\$ -346,23
<b>3</b>	\$ 8.160,56	\$ 7.814,33
<b>4</b>	\$ 6.935,97	\$ 14.750,30
<b>5</b>	\$ 5.895,12	\$ 20.645,42
<b>TOTAL</b>	\$ 20.645,42	0
	<b>TIR</b>	<b>59%</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del presente proyecto es de 59% comparado con la TMAR de 22,71% Esto quiere decir que el proyecto es viable ya que el TIR es mayor a la TMAR.

**a.3) Beneficio Costo**

El costo beneficio se define como una herramienta financiera que permite analizar y medir la relación de los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con la finalidad de evaluar su rentabilidad, consiste en crear un marco para valorar si en un momento específico en el tiempo, el costo de una medida específica es mayor en relación a los beneficios procedentes de la misma. El costo beneficio permite pronosticar cual decisión es la más apropiada en términos económicos en un proyecto específico. (Ibett Jácome Lara, 2017).

De la misma forma ayuda en la toma de decisiones acerca del proyecto, de la misma forma permite analizar si el proyecto es viable. Se procede a calcular el costo beneficio con la siguiente fórmula:

---

Para el cálculo de Costo Beneficio hay tener en cuenta los ingresos anuales y la inversión inicial del proyecto. La misma se detalla en la siguiente tabla:

---

El Costo Beneficio de este proyecto es \$1,97, esto demuestra que el proyecto es aceptable ya que es mayor a 1. Este resultado también demuestra que por cada dólar que invierta estaría ganando 0.97 dólares.

#### **a. 4) Período de Recuperación**

El periodo de recuperación hace referencia al tiempo que se demore en recuperar el dinero invertido, o “Periodo de Paybak “. Es muy importante ya que de esto depende que tan rentable y riesgoso sea el proyecto. De la misma forma se debe tener en cuenta que cuando más corto sea el periodo de recuperación menos riesgoso será el proyecto. (Leyton, 2015).

El periodo de recuperación permite saber el tiempo en el cual se recupera la inversión del proyecto. En la siguiente tabla se detalla el periodo de recuperación.

**TABLA N° 96 PERIODO DE RECUPERACIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>SALDO INICIAL</b>	<b>FLUJO ACUMULADO</b>
<b>0</b>	\$ -21.244,08	\$ -21.244,08
<b>1</b>	\$ 11.296,49	\$ -9.947,58
<b>2</b>	\$ 9.601,35	\$ -346,23
<b>3</b>	\$ 8.160,56	\$ 7.814,33
<b>4</b>	\$ 6.935,97	\$ 14.750,30
<b>5</b>	\$ 5.895,12	\$ 20.645,42
<b>TOTAL</b>	\$ 20.645,42	

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora

La Inversión realizada en el proyecto se estima recuperar en el al cabo de 2 año con 1 mes de funcionamiento, cabe mencionar que el proyecto tiene un horizonte de 5 años.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

- En los resultados de la investigación de mercado aplicado a una muestra de 384 personas en el sector de San Bartolo en el sur de Quito, se puede observar que un 84% están de acuerdo en consumir una bebida natural y el 74% están dispuestos en consumir el energizante de sunfo una total aceptación.
- El área de producción se relaciona con la fuerza laboral y está en función de la capacidad de la planta, por tanto, se ha podido establecer que la microempresa podrá producir 295 botellas diarias que suman 8850

botellas al mes de bebidas con productos saludables en base a la planta Sunfo.

- El área de organización y gestión la microempresa en su estructura organizacional contando con 8 trabajadores con los que inicia sus actividades y así aprovechar las oportunidades y disminuir sus debilidades empresariales.
- El área legal de la microempresa es de razón de responsabilidad Compañía de Responsabilidad Limitada cumpliendo las normas que se requiere para la creación de una microempresa.
- En análisis financiero refleja en sus resultados la total viabilidad y factibilidad de la microempresa SUNFO LIVE, basado en los valores obtenidos para el VAN con \$ 20.645,42 y una TIR es de 59% así como un periodo de recuperación de la inversión de 2 año 1 mes.

## **RECOMENDACIONES**

- El área de marketing debería desarrollar una planificación estratégica para la difusión de productos y ser reconocidos nacionalmente adoptando nuevas estrategias empresariales que se encuentren dirigidas a los consumidores.
- El área de producción debería realizar controles y vigilancia sobre los costos de la materia prima y el nivel de calidad que lo entregan los proveedores, para mejorar el impacto en el mercado que consume la bebida energizante a base de Sunfo.

- El área de organización y gestión se recomienda establecer programas de capacitación al personal de la microempresa analizando el desenvolvimiento del proceso de producción y verificando cada procedimiento.
- El área legal es importante mantenerse en constante actualización de las normativas que se tiene al lanzar un producto nuevo al mercado.
- El área financiera es importante seguir incrementando el nivel de producción y de ventas, para que la microempresa genera más utilidad y así pueda ir creciendo de manera paulatina y constante

## **BIBLIOGRAFÍA**

Armstrong, Philip Kotler y Gary. (2003). *MARKETING*. MEXICO: PRENTICE HALL MEXICO.

Castro, J. (2015, Febrero 18). *CORPONET*. Retrieved Julio 23, 2019, from <https://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>

Caurin, J. (2017, Agosto 3). *Emprende Pyme.net*. Retrieved Julio 6, 2019, from <https://www.emprendepyme.net/plan-de-inversion>

Chase, J. A. (2014). Administración de la Producción y Operaciones. In J. A. Chase, *Administración de la Producción y Operaciones*.

- Contreras, J. (2018, Septiembre 28). *LA TASA*. Retrieved Septiembre 11, 2019, from <https://medium.com/la-tasa/qu%C3%A9-significa-la-calificaci%C3%B3n-en-mis-acreditados-2e4e984edfc1>
- Cruz. (2006). plan Estratégico. In Cruz.
- DAVID, F. (2016, 07 2). *matrices-efi-efe-foda*. Retrieved from matrices-efi-efe-foda: <https://es.slideshare.net/rafaelemota3/matrices-efi-efe-foda-64105299>
- Deming, E. ((1989)). <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1283/calidad.html>.
- ECHANDÍA, H. D. (2013). *TEORÍA GENERAL DE PROCESOS*. Buenos Aires : Editorial Universal.
- García, I. (2017, Agosto 31). *Economía simple.net*. Retrieved Julio 24, 2019, from <https://www.economiasimple.net/glosario/rentabilidad>
- J. David y Wheelen, T. L. (2003). *Fundamentos de la Gestión Estratégica*. New Jersey: Pearson Education .
- James Arthur Finch Stoner, E. F. (2006). *ADMINISTRACIÓN*. México: Pearson.
- Jaramillo, C. M. (n.d.). *LOS INDICADORES DE GESTIÓN*. 2017.
- Julve, M. (2017, 03 17). *OSTELTUR*. Retrieved 07 1, 2019, from La importancia de proteger la marca: [https://www.hosteltur.com/comunidad/005431\\_la-importancia-de-proteger-la-marca.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/005431_la-importancia-de-proteger-la-marca.html)
- Kotler, & Armstrong. (2001).
- Lamb, H. M. (2015). *Fundamentos de los Canales de Distribucion* . Mexico.
- Leyton, R. U. (2015, Febrero 18). *Gestiopolis* . Retrieved Julio 24, 2019, from <https://www.gestiopolis.com/calculo-del-periodo-de-recuperacion-de-la-inversion-o-payback/>
- Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía* . MEXICO: Ricardo H Rodriguez.
- MARTINEZ, C. C. (2006). *PLANTAS MEDIC INALES DE LOS ANDES ECUATORIANOS* . Universidad Mayor de San Andrés, La Paz.
- Matalobos, A. D. (2005). *ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES*. In A. D. Matalobos. Madrid, España: Instituto de Empresa .
- Montero, M. (2017, Noviembre 16). *Emprende.pyme.net*. Retrieved Septiembre 14, 2019, from <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-punto-de-equilibrio.html>
- Nuño, P. (2017, Agosto 16). *Emprende pyme.net*. Retrieved Julio 6, 2019, from <https://www.emprendepyme.net/diferencia-entre-costes-y-gastos.html>
- Nuño, P. (2017, Agosto 17). *Emprendepyme.net*. Retrieved Julio 6, 2019, from <https://www.emprendepyme.net/diferencia-entre-costes-y-gastos.html>

- Olalla García, R. (2018, Marzo 28). *BLOG FINUTIVE*. Retrieved Septiembre 13, 2019, from <https://blog.finutive.com/formacion/diccionario/asesoria/contabilidad/que-es-el-flujo-de-caja/>
- Patricio Bonta, M. F. (2002). *Gerencia 199 preguntas sobre marketing y publicidad*. Bogotá: Norma.
- Pérez, O. (2015, Noviembre 19). *PeopleNext*. Retrieved Julio 18, 2019, from <https://blog.peoplenext.com.mx/descripcion-de-puestos-talento-humano>
- Porter, M. E. (2017). *Ser Competitivo*. España: Edisicones Deusto.
- Prieto Moreno, B., Santidirán, A., & Aguilar, P. (2001). *Contabilidad de Costes y Gestión*. España: Delta.
- REDALYC. (2007). *IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA EMPRESA*. bolívar: Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal.
- Riquelme, M. (2017, Octubre 24). *Web Empresas*. Retrieved from <https://www.webyempresas.com/depreciacion/>
- Rodriguez, J. (2018, Noviembre 22). *Rankía*. Retrieved Septiembre 11, 2019, from <https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4090007-como-determinar-perfil-inversionista>
- Saez, D. (2016, Julio 20). *Formulación y Evaluación de Proyecto*. Retrieved Julio 23, 2019, from [https://proyectoform.blogspot.com/2016/07/porque-es-importante-la-evaluacion\\_20.html](https://proyectoform.blogspot.com/2016/07/porque-es-importante-la-evaluacion_20.html)
- Stanton, E. y. (2007). *FUNDAMENTOS DEL MARKETING*. MEXICO: Miguel Angel Tobar Castellanos .
- Torres, M. (2016, Noviembre 18). *Rankia*. Retrieved Julio 6, 2019, from <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>
- Wobook. (2016). *Matriz estrategiaca*. Retrieved from <http://www.wobook.com/WBjY5FT1Sy78/Collection-1/EFE-EFI-FODA.html>

## ANEXOS

### Anexo 1: GLOPSARIO DE TERMINOS

- **Estudio de mercado:** "Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización" (Kotler Philip, 2004).
- **Producto:** "Un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación

del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea" (Stanton, Fundamentos de Marketing, 2007).

- **Plan de muestra:** “Es la que puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso.” (Tamayo, 1997).
- **Matriz EFE:** La matriz de evaluación de los factores externos (efe) permite a los estrategias resumir y evaluar información en diferentes aspectos. La evaluación externa revela las oportunidades y amenazas claves que tiene una organización, de tal manera que los gerentes puedan formular estrategias o tácticas que permitan aprovechar las oportunidades, así como reducir las posibles amenazas o disminuir sus consecuencias dentro de la organización. (DAVID, 2016).
- **Matriz EFI:** La matriz es una herramienta que nos permite realizar una auditoría interna de la administración de la organización, permitiendo analizar la efectividad de las estrategias aplicadas y conocer con detalle su impacto; dentro del instrumento nos permite evaluar las fortalezas y debilidades más relevantes en cada área y así formular nuestras estrategias que sean capaces de solventar, optimizar y reforzar los procesos internos. (Wobook, 2016).
- **Control de Calidad:** “Establece que es el grado predecible de uniformidad y fiabilidad a un bajo costo y que se ajuste a las necesidades del mercado. La calidad no es otra cosa más que una serie de cuestionamiento hacia una mejora continua". (Deming, (1989)).
- **Objetivos y estrategias:** “El proceso continuo y sistemático de análisis y discusión, para seleccionar una dirección que guíe el cambio situacional y producir acciones que constituyan viabilidad, venciendo la resistencia incierta y activa de oponentes, en conocido como planificación estratégica”(Cruz, 2006)
- **Descripción de puestos:** “La descripción de puestos es una herramienta utilizada en el área de capital humano que consiste en enlistar y definir las funciones y responsabilidades que conforman cada uno de los puestos laborales.” (Pérez, 2015).

- **Indicadores de gestión:** Un indicador de gestión es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso, cuya magnitud, al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas según el caso. (Jaramillo).
- **Necesidades de personal:** Muchas organizaciones esperan que exista una vacancia para luego tratar de cubrirla de la mejor manera. Hay que recordar que esta técnica es conveniente y resulta eficaz en organizaciones pequeñas, sin embargo, cuando las organizaciones son grandes este es un riesgo que no se debe correr, por lo que vale la pena planificar con anticipación los requerimientos de recursos humanos. (REDALYC, 2007).
- **Patentes y Marcas:** “La marca no sólo sirve para identificar un negocio, servicio u objeto, sino que las marcas llevan implícito el reconocimiento de una serie de valores que, en ocasiones, llegan a suponer un alto valor adicional. Es lo que conocemos como el valor intangible de la empresa. De ahí la necesidad de protegerlas, no sólo para proteger nuestro negocio en el ámbito de nuestra operativa diaria, sino para evitar el uso ilegítimo que cualquier tercero pudiera hacer de ellas. (Julve, 2017).
- **Plan de inversiones:** Un plan al que se le asigna capital e insumos materiales, humanos y técnicos con el fin de generar un beneficio o rendimiento económico a un determinado plazo. De la misma forma se debe reflexionar sobre que se necesitara realmente para empezar con el dichoso proyecto. (Caurin, 2017).
- **Plan de financiamiento:** “La planeación financiera es una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer en una empresa pronósticos y metas económicas y financieras por alcanzar, tomando en cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlo” (Montero, Emprende pyme.net, 2017).
- **Detalle de Costos:** “Los costos son están relacionado directamente con la producción de producto o servicio, podemos decir que los costos pueden ser las materias primas, mano de obra e insumos. Pero el costo, en

definitiva, está directamente relacionado con la cantidad de dinero que se invierte en la producción del bien o servicio, es decir, que se deriva del proceso de fabricación.” (Nuño, *Emprendepyme.net*, 2017).

- **Detalle de Gastos:** Es la cantidad de dinero que se asigna para actividades de distribución o venta del producto, administración e, incluso, mantenimiento. De la misma forma se considera un gasto la utilización de un bien o servicio a cambio de la contraprestación, porque por una parte sale dinero, pero por otro lado entra bienes y servicios. Por lo tanto los gastos no están relacionados directamente con la elaboración del producto. (Nuño, 2017).
- **Depreciación:** “La depreciación es la disminución en el valor de mercado de un bien, la disminución en el valor de un activo para su propietario, o la asignación del costo de uso o demerito de un activo a lo largo de su vida útil (duración).” (Burguillo, 2016)
- **Mano de Obra:** “Es el esfuerzo físico o mental que se emplea en la elaboración de un producto”. Los autores también comentan que el costo de la mano de obra es el precio que se paga por emplear los recursos humanos. La compensación que se paga a los empleados que trabajan en las actividades relacionadas con la producción representa el costo de la mano de obra de fabricación.” (Polimeni, 2005)
- **Flujo de Caja:** “Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa.” (Olalla García, 2018).
- **Valor Actual Neto:** “El Valor Actual Neto (VAN), es el que nos dice a cuanto equivale hoy una suma de dinero, que se tendrá que pagar dentro de un periodo de tiempo determinado. También podemos decir que es un indicador que mide los flujos de los fondos futuros, ingresos y egresos que tendrá un proyecto.” (Patricio Bonta, 2002).
- **Tasa Interna de Retorno:** “La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio,

considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión.” (Torres, 2016).

- **Período de Recuperación** “El periodo de recuperación hace referencia al tiempo que se demore en recuperar el dinero invertido, o “Periodo de Paybak “. Es muy importante ya que de esto depende que tan rentable y riesgoso sea el proyecto. De la misma forma se debe tener en cuenta que cuando más corto sea el periodo de recuperación menos riesgoso será el proyecto.” (Leyton, 2015).

## **Anexo 2: EVIDENCIA DE LA ENCUESTA**



*Vivo la Excelencia*

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS  
ENCUESTA DE GUSTOS Y PREFERENCIA DEL  
ENERGIZANTE DE SUNFO

**Objetivo:** Recopilar información para la viabilidad e implementación de una microempresa para la producción de energizante en base a sunfo siendo producto nuevo en el mercado. Con fines académicos.

**Información general**

Edad:

Género: Masculino

Femenino:

**Encuesta de la bebida natural sunfo**

1. ¿Sabe usted sobre el poder curativo de las plantas medicinales?

SI

NO

2. ¿Conoce acerca de la planta de SUNFO y sus propiedades medicinales principalmente el energético?

SI

NO

3. ¿Estaría dispuesto a consumir bebidas energizantes naturales?

SI

NO

4. ¿Estaría dispuesto(a) a probar un nuevo producto energizante natural a base de Sunfo?

SI

NO

TAL VEZ

**IMAGEN N° 8 EVIDENCIA DE ENCUESTA**

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora

5. ¿Cuántas bebidas energizantes naturales consume o estaría dispuesto a consumir a la semana?

- Menos de 5 a la semana
- Más de 5 a la semana
- Ninguna

6. ¿Cuál es o sería su objetivo al ingerir bebidas energizantes naturales?

- Para mantenerse despierto(a)
- Como un estimulante para el estudio
- Para mejorar su rendimiento
- Para conseguir mayor energía
- Otros

7. ¿En qué momento consume o consumiría bebidas energizantes naturales?

- En el desayuno
- A media mañana
- En el almuerzo
- A media tarde
- En la merienda
- Antes de dormir
- En cualquier momento

8. ¿Qué bebidas energizantes que consume o estaría dispuesto a consumir?

- Energizante de plantas medicinales
- Energizante Red Bull
- Energizante vive 100
- Energizante V220
- Otros

9. ¿Cuál de los siguientes factores es determinante para Ud. al momento de adquirir una bebida energizante?

- El precio
- La marca
- El envase
- El sabor
- La calidad
- Otros

**IMAGEN N° 9 EVIDENCIA DE ENCUESTA**

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora



*Vive la Excelencia*

10. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una bebida energizante natural?

- Menos de \$ 2
- Entre \$ 2 y \$ 3
- Más de \$3.00

11. ¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza para conocer de nuevos productos?

- Prensa
- Redes sociales
- TV
- Radio
- Otros

12. ¿En qué lugar adquiere las bebidas energizantes?

- Vendedor Ambulante
- Tiendas
- Mercados
- Supermercados
- Otros

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

**IMAGEN N° 10 EVIDENCIA DE ENCUESTA**

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS  
ENCUESTA DE GUSTOS Y PREFERENCIA DEL  
ENERGIZANTE DE SUNFO

Objetivo: Recopilar información para la viabilidad e implementación de una microempresa para la producción de energizante en base a sunfo siendo producto nuevo en el mercado. Con fines académicos.

Información general

Educación:

Género: Masculino

Femenino

Encuesta de la bebida natural sunfo

1. ¿Sabe usted sobre el poder curativo de las plantas medicinales?

SI

NO

2. ¿Conoce acerca de la planta de SUNFO y sus propiedades medicinales, principalmente el energético?

SI

NO

3. ¿Estaría dispuesto a consumir bebidas energizantes naturales?

SI

NO

4. ¿Estaría dispuesto(a) a probar un nuevo producto energizante natural a base de Sunfo?

SI

NO

TAL VEZ

**IMAGEN N° 11 EVIDENCIA DE ENCUESTA**

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora

# INDOAMERICA

## Por la Experiencia

3. ¿Cuántas bebidas energizantes naturales consume o estaría dispuesto a consumir la semana?

- Menos de 5 a la semana
- Más de 5 a la semana
- Ninguna

4. ¿Cuáles o cuál es su objetivo al ingerir bebidas energizantes naturales?

- Para mantenerme despierto(a)
- Como un estimulante para el estudio
- Para mejorar su rendimiento
- Para conseguir mayor energía
- Otras

5. ¿En qué momento consume o consumiría bebidas energizantes naturales?

- En el desayuno
- A media mañana
- En el almuerzo
- A media tarde
- En la noche
- Antes de dormir
- En cualquier momento

6. ¿Qué bebidas energizantes que conozca o estaría dispuesto a consumir?

- Una gran variedad de plantas medicinales
- Energizante Red Bull
- Energizante Nive 100
- Energizante V220
- Otras

7. ¿Cuál de los siguientes factores es determinante para Ud. al momento de adquirir una bebida energética?

- El precio
- La marca
- El envase
- El sabor
- La calidad
- Otras

**IMAGEN N° 12 EVIDENCIA DE ENCUESTA**

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora

*Viva la Encuesta*

10. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una bebida energética (litro)?

- \* Menos de \$ 2
- \* Entre \$ 2 y \$ 3
- \* Más de \$3,00

11. ¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza para conocer de nuevos productos?

- \* Prensa
- \* Redes sociales
- \* TV
- \* Radio
- \* Otros

12. ¿En qué lugar adquiere las bebidas energizantes?

- \* Vendedor Ambulante
- \* Tiendas
- \* Mercados
- \* Supermercados
- \* Otros

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

**IMAGEN N° 13 EVIDENCIA DE ENCUESTA**

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** La Autora

