



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UN ENERGIZANTE EN LA CIUDAD DE
AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.**

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

Autora

Cevallos Tenorio Xiomara Elizabeth

Tutor

Ing. Bucheli Ponce Patricio Fabián

AMBATO – ECUADOR

2019

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

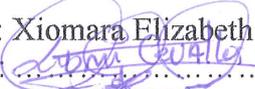
Yo, Xiomara Elizabeth Cevallos Tenorio, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de negocios para la producción y comercialización de un Energizante en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua”, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios 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 Ambato, a los 22 días del mes de febrero del 2019 firmo conforme:

Autor: Xiomara Elizabeth Cevallos Tenorio

Firma: 

Número de Cédula: 050281942-8

Dirección: Salcedo

Correo: xiomielizabeth@hotmail.com

Teléfono: 0983520050

APROBACIÓN DE LA TUTORA

En mi calidad de Tutora del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN ENERGIZANTE EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA” presentado por Xiomara Elizabeth Cevallos Tenorio, para optar por el Título de Ingeniera 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.

Ambato, 22 de febrero del 2019.



Ing. Bucheli Ponce Patricio Fabián
TUTOR

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 Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.



Cevallos Tenorio Xiomara Elizabeth
CI. 050281942-8
AUTORA

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN ENERGIZANTE EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA “previo a la obtención del Título de Ingeniera en 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.

Ambato, 04 de Febrero del 2019



.....

Msc. Catalina A. Silva Ordoñez

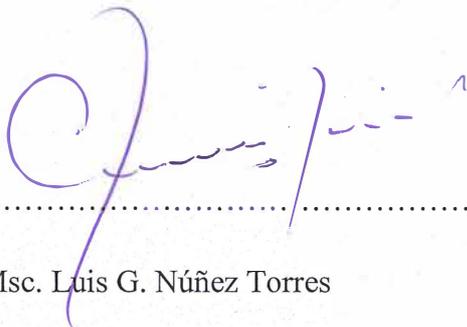
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



.....

Msc. Sylvia M. Amoroso Garcés

VOCAL



.....

Msc. Luis G. Núñez Torres

VOCAL

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy y a mi hijo que ha sido mi inspiración y pilar fundamental para seguir adelante en lo que me he propuesto en cada una de las metas trazada en mi vida. A mis padres que a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y en todo momento depositado entera confianza siendo mi apoyo incondicional.

Xiomara Cevallos

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por acompañarme todos los días a mi mami quien más que una buena madre ha sido mi mejor amiga me ha consentido y apoyado en las metas que me he propuesto y sobre todo a sabido corregir mis errores y guiarme por el camino del bien a la Universidad Tecnológica Indoamérica por abrirme las puertas.

Gracias

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA	ii
APROBACIÓN DE LA TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE IMÁGENES	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

ÁREA DE MARKETING

1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	3
1.2 DEFINICIÓN DE MERCADO.....	8
1.2.1.1 Categorización de sujetos.....	9
1.2.1.2 Estudio de segmentación.....	9
1.2.1.3 Plan de muestreo	10
1.2.1.4 Diseño y recolección de información.....	13
1.2.1.5 Análisis e interpretación.....	19
1.3 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	36
1.4 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	51
1.5 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	51
1.6 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR (CANALES DE DISTRIBUCIÓN)	54
1.7 SEGUIMIENTO DE CLIENTES	54
1.8 ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS	56

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	57
2.1.1	Descripción de proceso de transformación del producto	57
2.1.2	Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	69
2.1.3	Tecnología a aplicar	71
2.2	FACTORES QUE AFECTAN AL PLAN DE OPERACIONES	72
2.2.1	Ritmo de producción	72
2.2.2	Nivel de inventario promedio.....	72
2.2.3	Número de trabajadores.....	73
2.3	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	74
2.3.1	Capacidad de producción futura.....	74
2.4	DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN 75	
2.4.1	Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.....	75
2.5	CALIDAD.....	76
2.5.1	Métodos de control de calidad.....	76
2.6	NORMAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.....	77
2.6.1	Seguridad e higiene ocupacional.....	77

CAPÍTULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	79
3.1.1	Visión de la empresa	79
3.1.2	Misión de la empresa.....	79
3.1.3	Valores	79
3.1.4	Objetivos	79
3.2	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	82
3.2.1	Realizar un organigrama de la empresa	82
3.2.2	Breve descripción de los cargos del organigrama.....	84
3.1	CONTROL DE CALIDAD.....	89

3.3.1	Listado de los indicadores de gestión necesarios	89
3.4	NECESIDAD DEL PERSONAL.....	90

CAPÍTULO IV

ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1	DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	91
4.2	PATENTES Y MARCAS	92
4.3	DETALLE DE TODO TIPO DE LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES (PATENTES INICIO DE ACTIVIDADES, ETC.).....	93

CAPÍTULO V

ÁREA FINANCIERA

5.1	PLAN DE INVERSIONES.....	98
5.2	PLAN DE FINANCIAMIENTO	100
5.3	CALCULO DE COSTOS Y GASTOS	100
a)	Detalle de Costos	100
a)	Proyección de costos	102
b)	Detalle de gastos.....	104
c)	Proyección de gastos	105
5.4	CÁLCULO DE INGRESOS	111
a)	Proyección de ingresos.....	112
5.5	FLUJO DE CAJA.....	112
5.6	PUNTO DE EQUILIBRIO	114
5.7	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	116
5.8	EVALUACIÓN FINANCIERA	117
a)	Indicadores	117
a.1)	Valor Actual Neto	117
a.2)	Tasa Interna de Retorno	118
a.3)	Relación Beneficio / Costo	119
	BIBLIOGRAFÍA.....	122
	ANEXOS.....	124
	Anexo 1: Detalle del aporte de los recursos propios.....	124

Anexo 2: Tabla de Amortización cuota fija	125
Anexo 3: Encuesta.....	126
Anexo 4: INEC Total Población Ecuador	129
Anexo 5: INEC Total Región Sierra	129
Anexo 6: Total Población Provincia Tungurahua.....	130
Anexo 7: Total Población Ciudad Ambato	130
Anexo 8: Datos según Rango de Edad.....	131
Anexo 9: INEC Censo Poblacional y Vivienda	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Estructura química de la hoja de guayusa.....	5
Tabla N°2: Tabla nutricional jengibre de 100gr.....	6
Tabla N°3: Categorización de sujetos	9
Tabla N°4: Dimensión conductual	9
Tabla N°5: Dimensión geográfica.....	9
Tabla N°6: Dimensión demográfica.....	9
Tabla N°7: Cuadro de necesidades objetivo. 1.....	12
Tabla N°8: Cuadro de necesidades objetivo 2.....	13
Tabla N°9: Maquinaria.....	16
Tabla N°10: Preguntas de la entrevista de las necesidades 1, 2 y 3 a la empresa de bebidas energizantes VIVE 100.	17
Tabla N°11: Preguntas de las entrevistas de las necesidades 1, 2 y 3 al especialista en alimentos	18
Tabla N°12: Género de los encuestados.....	20
Tabla N°13: Consumo de bebidas energizantes	21
Tabla N°14: Bebida energizante preferida	22
Tabla N°15: Unidades de bebida energizante al mes	23
Tabla N°16: Valor del pago por la bebida energizante	24
Tabla N°17: Lugar de compra.....	25
Tabla N°18: Motivo por el consumo de bebidas energizantes.....	26
Tabla N°19: Sabor de preferencia	27
Tabla N°20: Sabor de esencia al consumir una bebida energizante.....	28
Tabla N°21: El valor de la nueva bebida energizante	29
Tabla N°22: El tipo de envase de la bebida energizante	30
Tabla N°23: Medio de comunicación información	31
Tabla N°24: Censo Población Ecuador	32
Tabla N°25: Datos para el cálculo de la demanda.....	33
Tabla N°26: Demanda proyectada.....	35
Tabla N°27: Proveedores de bebidas energizantes.....	38
Tabla N°28: Poder de negociación de los proveedores	38

Tabla N°29: Rivalidad entre competidores	39
Tabla N°30: Amenaza de ingreso de productos sustitutos	40
Tabla N°31: Poder de negociación de los compradores (consumidores)	41
Tabla N°32: Amenaza de entrada de nuevos competidores	42
Tabla N°33: Evaluación de las Cinco Fuerzas de Porter.....	42
Tabla N°34: Análisis FODA	43
Tabla N°35: Matriz de evaluación factores internos (EFE)	45
Tabla N°36: Matriz de Posición Competitiva (MPC)	46
Tabla N°37: Matriz Plan de Acción	47
Tabla N°38: Datos para el cálculo de la oferta.....	49
Tabla N°39: Oferta de los establecimientos	50
Tabla N°40: Demanda Potencial Insatisfecha	51
Tabla N°41: Plan de Publicidad de FAST Recovery.....	53
Tabla N°42: Ficha para seguimiento a clientes	54
Tabla N°43: Mercado y productos alternativos de las bebidas energizantes	56
Tabla N°44: Insumos para la elaboración de una bebida energizantes a base de guayusa, ginseng y jengibre de 375 ml.	65
Tabla N°45: Maquinaria y equipos.....	70
Tabla N°46: Tecnología adquirida	71
Tabla N°47: Ritmo de producción (diario, semanal, mensual, y anual).....	72
Tabla N°48: Empleados de la empresa Fast Recovery.....	73
Tabla N°49: Capacidad de producción (día, semana, mes y año).	74
Tabla N°50: Capacidad de producción (día, semana, mes y año).	74
Tabla N°51: Materias primas y grado de sustitución	75
Tabla N°52: Listado de verificación.....	76
Tabla N°53: Descripción del puesto de Gerente-Administrativo/a.....	84
Tabla N°54: Descripción del puesto de Contador/a – Financiero/a	85
Tabla N°55: Descripción del puesto de Jefe de Producción	86
Tabla N°56: Descripción del puesto de Operario.....	87
Tabla N°57: Descripción del puesto de Vendedor/a	88
Tabla N°58: Indicadores de Gestión.....	89
Tabla N°59: Personal necesario a futuro	90

Tabla N°60: Características de las empresas.....	91
Tabla N°61: Plan de Inversiones	98
Tabla N°62: Plan de Financiamiento.....	100
Tabla N°63: Detalle del Costo de producción.....	101
Tabla N°64: Proyección anual del Costo de producción.....	103
Tabla N°65: Detalle de Gastos Administrativos	104
Tabla N°66: Detalle de Gastos de ventas	105
Tabla N°67: Detalle de Gastos financieros	105
Tabla N°68: Proyección de Gastos Administrativos	106
Tabla N°69: Proyección de Gastos de Ventas.....	107
Tabla N°70: Proyección de Gastos Financieros	107
Tabla N°71: Mano de obra directa	108
Tabla N°72: Sueldo y salario administrativos	108
Tabla N°73: Sueldo y salario ventas	109
Tabla N°74: Depreciaciones.....	110
Tabla N°75: Proyección de depreciación	110
Tabla N°76: Cálculos de Ingresos	111
Tabla N°77: Proyección de ingresos	112
Tabla N°78: Flujo de Caja.....	113
Tabla N°79: Detalle costos para el cálculo del Punto de Equilibrio	114
Tabla N°80: Datos para el Punto de Equilibrio	114
Tabla N°81: Punto de Equilibrio en Dólares y Unidades.....	115
Tabla N°82: Estado de Resultados Proyectado	116
Tabla N°83: Cálculo del TMAR.....	117
Tabla N°84: Cálculo del B /C.....	119
Tabla N°85: Cálculo del periodo de recuperación	120
Tabla N°86: Rentabilidad.....	120

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Género de los encuestados.....	20
Gráfico N°2: Consumo de bebidas energizantes	21
Gráfico N°3: Bebida energizante preferida	22
Gráfico N°4: Unidades de bebida energizante al mes.	23
Gráfico N°5: Valor del pago por la bebida energizante	24
Gráfico N°6: Lugar de compra	25
Gráfico N°7: Motivo por el cual consume energizantes	26
Gráfico N°8: Sabor de Preferencia	27
Gráfico N°9: Compra de Energizante.....	28
Gráfico N°10: Valor de nuevo energizante	29
Gráfico N°11: El tipo de envase de la bebida energizante.	30
Gráfico N°12: Medio de comunicación información	31
Gráfico N°13: Valor de R.....	33
Gráfico N°14: Demanda proyectada	35
Gráfico N°15: Las Cinco Fuerzas de Porter	37
Gráfico N°16: Canal de Distribución de Fast Recovery	54
Gráfico N°17: Mapa de procesos	66
Gráfico N°18: Diagrama Proceso Elaboración bebida energizante	67
Gráfico N°19: Diagrama de Flujo Elaboración de la bebida energizante	68
Gráfico N°20: Instalaciones, equipos y personal	69
Gráfico N°21: Mapa Estratégico Fast Recovery	81
Gráfico N°22: Organigrama Estructural.....	82
Gráfico N°23: Organigrama Funcional.	83
Gráfico N°24: Registro fonético en el IEPI.....	92
Gráfico N°25: Punto de Equilibrio	115

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N°1: Guayusa.....	14
Imagen N°2: Jengibre	15
Imagen N°3: Ginseg	15
Imagen N°4: Logotipo y slogan	52
Imagen N°5: Diseño en botella plástica de la Bebida energizante Fast Recovery	52
Imagen N°6: Cualidades del Bitrix 24 CRM.....	55
Imagen N°7: Pantalla Principal de Bitrix 24 CRM	55
Imagen N°8: Recepción y selección de insumos.....	57
Imagen N°9: Lavado de insumos guayusa y jengibre	58
Imagen N°10: Hojas de guayusa dentro del recipiente	58
Imagen N°11: Ebullición hojas de guayusa.....	59
Imagen N°12: Ebullición jengibre.....	59
Imagen N°13: Control de temperatura	59
Imagen N°14: Filtrado del extracto de guayusa y jengibre	60
Imagen N°15: Pesado de los insumos	60
Imagen N°16: Mesclado de la materia prima	61
Imagen N°17: Extractos de guayusa y jengibre	61
Imagen N°18: Colocar en envase contenido	62
Imagen N°19: Colocar el conservante.....	62
Imagen N°20: Funcionamiento maquina C02	63
Imagen N°21: Envasado manual en las botellas.....	63
Imagen N°22: Esterilización de las bebidas energizantes	64
Imagen N°23: Enfriamiento de las bebidas energizantes.....	64
Imagen N°24: Empaquetado en cajas.....	65

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN ENERGIZANTE A BASE DE GUAYUSA EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

AUTOR: Xiomara Elizabeth Cevallos Tenorio

TUTOR: Ing.: Patricio Fabián Bucheli Ponce

RESUMEN EJECUTIVO

La ida del negocio del presente proyecto surge debido a los efectos secundarios de los actuales productos energéticos en el mercado, ya que están compuestas por sustancias tóxicas y nocivas para la salud. Como consecuencia de este problema, se pretende introducir en el mercado un energizante con productos naturales que brinde una fuente extra de energía sin sustancias perjudiciales para la salud por el cual en el capítulo de marketing se realizó el estudio de mercado con el fin de enfocar el producto al segmento adecuado además se realizó encuestas del producto con el fin de garantizar la aceptación de un producto novedoso y de calidad. En el capítulo de producción se realizó una planificación de producción durante la ejecución del proyecto, las horas hombre a necesitar y las herramientas de control de calidad. En el capítulo de gestión se identificó la estructura de la organización, las funciones y necesidades de personal. En el capítulo legal se determinó que la empresa estará constituida en forma unipersonal esto permite que el fundador o mentor del proyecto sea una sola persona y se investigó los requisitos legales para la creación de la misma. En el capítulo financiero se determinó que es viable y rentable la aplicación del proyecto, ya que los indicadores de evaluación financiera dieron resultados positivos.

DESCRIPTORES: Energizante, estudio financiero, negocios, productos naturales.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN ENERGIZANTE A BASE DE GUAYUSA EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

AUTHOR: Xiomara Elizabeth Cevallos Tenorio

TUTOR: Ing.: Patricio Fabián Bucheli Ponce

ABSTRACT

The business idea of this research emerges due to the side effects of the current energy drink products on the market since they are composed of substances that are toxic and harmful to consumers' health. As a solution to this problem, this research intends to introduce a natural energy drink into the market. This beverage will provide an extra source of energy without harming consumers' health. The first chapter related to marketing demonstrates the market study was conducted in order to focus the product to the appropriate segment. In addition to it, product surveys were carried out to guarantee the acceptance of a new high-quality product. The second chapter shows the construction planning carried out during the execution of the project, the required schedule needed and the quality control tools. The third chapter of management, the organizational structures, the functions and needs of the staff were identified. In the fourth chapter, the legal aspect was determined that the company will be constituted in a unipersonal way. This allows the founder or mentor of the project to be a single person and the legal requirements to establish it. In the fifth chapter, the finances were determined that an applied research is viable and profitable, since the financial evaluation indicators gave positive results.

KEYWORDS: Business, energy drink, financial study, natural products.

INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocios se desataca en la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de un energizante a base de Guayusa, con el propósito de penetrar en el mercado de la zona urbana de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua. En el trabajo se emplea conocimientos obtenidos durante la carrera de Administración de Empresas y Negocios, en lo concerniente con la planeación, organización, dirección, y control de una organización.

La elaboración del producto mencionado emerge de la necesidad de que las personas que consumen energizante, incrementen el nivel de concentración, impedir el sueño, facilitar la sensación de bienestar, subir el nivel de concentración, evitar el sueño, proporcionar sensación de bienestar, y poder eliminar sustancias que no afecten al cuerpo humano.

Capítulo I. la sección de marketing, donde se ha desarrollado un análisis de mercado tomando en cuenta la definición del producto a elaborar y comercializar, además fue necesario realizar un análisis de macro y micro ambiente, la demanda potencial, la oferta y la demanda potencial insatisfecha, y de esta manea establecer la promoción y publicidad, elaboración del plan de medios con cotizaciones de los medios más preferidos del consumidor, es así que estableció un sistema de distribución para la comercialización del producto, también el seguimiento a los clientes, y la especificación de mercados alternativos para el producto.

Capítulo II, del área de producción se ha definido los procesos a tener en cuenta para la elaboración del energizante, los factores que afectan el plan de operaciones, la capacidad de producción así como las horas hombre requeridas para así cumplir con el nivel propuesto de producción futura los recursos necesarios para la producción, especificación de la materia prima los métodos de control de calidad, y las normas y permisos que afectan la instalación de la empresa.

Capítulo III, la sección de organización y gestión, en este capítulo se desarrolla un análisis estratégico y definición de objetivos de la organización, la estructura de la misma con sus respectivas funciones del personal, además se determina el control de gestión mediante una lista de indicadores de gestión necesarios, y la necesidad de personal a futuro.

Capítulo IV, el área jurídica donde se desarrolla la determinación de la forma legal para el funcionamiento de la empresa, las patentes y marcas, detallando así todo tipo de licencias necesarias para poner en marcha la organización.

Capítulo V, de la sección financiera donde se estableció el plan de inversiones, el plan de financiamiento, el cálculo de costos y gastos, los ingresos el flujo de caja, el punto de equilibrio, un análisis de resultados proyectados, y la evaluación financiera del proyecto con el fin de establecer una factibilidad económica y financiera de la empresa. Finalmente se especificó la bibliografía y los anexos respectivos del trabajo.

CAPÍTULO I

ÁREA DE MARKETING

1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Para la American Marketing Association Schnarch, (2001): un producto “es todo aquello que puede ofrecerse a la atención de un grupo de compradores para adquirirlos, usarlos o consumirlos, y que además puede satisfacer un deseo o necesidad. Comprende objetos físicos, servicios, personas, sitios, organizaciones e ideas” (p. 11).

Según Stanton, Etzel y Walker (2007): “el producto se basa en una agrupación de propiedades tangibles e intangibles que contienen características tales como; color, precio, calidad y marca, así mismo el servicio y la reputación de la persona que trata directamente con el cliente; un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, incluso una persona o una idea” (p. 221).

1.1.1 Especificación del servicio o producto

Durante los últimos años el consumo de bebidas energéticas o energizantes se ha vuelto una novedad. En el mercado existe gran variedad de marcas de bebidas energéticas, pero estas tienen similares componentes, lo que ha dado como resultado que las personas consuman bebidas energizantes que varían únicamente en sus nombres o el tipo de embotellado.

Por otro lado, el consumo de productos naturales ha ido en aumento debido a que existen muchas personas que han tomado conciencia, saben que el consumir productos que afecten al organismo traerá como consecuencia enfermedades.

Una bebida energizante es utilizada para suministrar un alto nivel de energía derivado de los carbohidratos, y de también grasas y proteínas hacia el cuerpo.

“Es necesario que las bebidas energéticas contengan un valor calórico mínimo de 44 kcal/100 ml y el cálculo debe estar de acuerdo a la NTE INEN 1334-2” (NTE INEN 2411:2008).

Red Bull es la primera marca de bebidas energizantes que surgió en el mercado, con alrededor de una inversión de un millón de dólares. Su producto fue muy aceptado que en los 12 primeros meses ya se vendieron la cantidad de un millón de bebidas (Gorab y Andrade, 2009, p.4).

Las bebidas energizantes se implantaron en el mercado hace varios años atrás. Las dos marcas elaboradas en nuestro país es el 220V y el PowerRade, y empezaron a producirse y comercializarse en el año 2006 la cual ha sido aceptada por los consumidores y hoy en día es una de las bebidas energizantes que más se consume a nivel nacional. Estas bebidas tienen las mismas características e igual componentes que las demás marcas existentes, por lo que no existe una microempresa que produzca y comercialice bebidas energéticas que tenga una base de guayusa, jengibre y ginseng y no contengan componentes que afecten al organismo.

En el Ecuador existen un alto número de productos que se los puede extraer de la naturaleza, pero la gran mayoría no han sido aprovechados completamente.

Planteando este panorama surge la siguiente pregunta: ¿Por qué no realizar una bebida energética a base de guayusa, ginseng y jengibre?, de esta manera se puede obtener una bebida que aporte energía y beneficios medicinales al organismo.

El producto que ofrece esta empresa es una bebida energizante que cuenta con sabores diferentes, la combinación para cada uno de ellos es la misma, se combina extractos de guayusa, jengibre y ginseng con otras esencias para formular un sabor delicioso y ofrecer un producto excepcional al consumidor, siempre tomando en cuenta los estándares de calidad, esta bebida no solo da un impulso de energía sino

también de vitaminas B-6, vitamina 12, junto con los extractos de hierbas y una pequeña cantidad de cafeína.

Propiedades de la Guayusa

La planta de guayusa es oriunda de la selva amazónica del Ecuador, en la cual las hojas son utilizadas para infusiones y bebidas por sus grandes propiedades estimulantes. Entre sus principales propiedades destacan:

- Su contenido en cafeína es de un 3%.
- Rica en vitaminas y minerales: magnesio, calcio, zinc, potasio y vitaminas C y D.
- Contiene ácidos clorogénicos (que ayudan a mantener el peso y la salud cardiovascular) y aminoácidos esenciales.
- Tiene antioxidantes por lo que protege contra el envejecimiento celular.
- Estimulantes. La guayusa contiene estimulantes como la methylxantina alcaloidea, theofilina y theobromina (que también se encuentra en el chocolate negro).
- Poderoso energizante: En la Amazonía usaban la guayusa como energizante natural para poder recolectar, cazar y en definitiva, todo lo necesario para sobrevivir.

La composición química de la hoja de guayusa se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N°1: Estructura química de la hoja de guayusa

Alcaloides (metilxantinas)
Triterpenos derivados del ácido clorogénico
Riboflavina
Piridoxina
Ácido nicotínico
Ácido Ascórbico
Colina

Elaborado por: Cevallos Xiomara
Fuente: Vidanaturalia.com (2018)

Propiedades nutricionales del jengibre

El jengibre de la misma manera que algunos vegetales se compone en su mayoría de hidratos de carbono ricos en fibra, además se puede decir que posee proteína, un mínimo de ácidos grasos, varios minerales como; calcio, magnesio, fósforo o hierro y vitaminas, entre estas, A, C, B1, B2, B6, y E (Vidanaturalia.com, 2018).

Esta es la tabla nutricional aproximada del jengibre por cada 100g:

Tabla N°2: Tabla nutricional jengibre de 100gr

Calorías	330
Grasa	5g
Proteína	8,5 g
Carbohidratos	70,5 g
Fibra	12 g
Fósforo	150 mg
Calcio	115mg
Hierro	12 mg
Magnesio	180 mg
Vitamina A	150 U.I.
Vitamina B1	0,05 mg
Vitamina B2	0,20 mg
Vitamina B6	1 mg
Vitamina C	7 mg
Vitamina E	0,2 mg

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Vidanaturalia.com (2018)

Propiedades del ginseng

El ginseng se distingue por sus beneficios medicinales contra el colesterol, también es un nutriente que aporta de forma sorprendente al organismo.

Esta planta es sagaz que ostenta conocimientos positivos en China, reconocida por sus propiedades y beneficios estimulantes y tónicos.

El ginseng se especifica por sus sustancias activas muy significativas, nombradas ginsenósidos, es así que se encuentre en el cuadro vitamínico B, aceite esencial, vitamina C y aminoácidos, etc.

Es así que se encuentra en condiciones de disminuir el nivel del colesterol (conteniendo los triglicéridos), y el azúcar en sangre.

Beneficios del ginseng más importante

- Ideal para jóvenes en períodos de aprendizaje y personas mayores.
- Reduce el colesterol alto y los triglicéridos.
- Es ventaja caso de debilitación psíquica cuando el individuo se siente ansiedad, depresión o insomnio.
- Es beneficioso a subir la tensión arterial baja (hipotensión).
- Reduce el colesterol alto y los triglicéridos.
- Disminuye el nivel de azúcar en sangre.
- Procede como estimulante sexual.
- Estimula el apetito.

1.1.2 Aspectos innovadores

El aspecto innovador de mi plan de negocio es el jengibre ya que la combinación de guayusa y ginseng es una fuente de vitaminas y minerales además es recomendable para múltiples beneficios gracias a su composición de cafeína promueve la energía es decir esta bebida refrescará y cuidará la salud, brindando a todos sus consumidores el poder alimenticio satisfaciendo la sed y ofreciendo una sensación de entusiasmo energía e incrementan la vitalidad frente a las exigencias físicas y mentales el jengibre tiene muchos beneficios como mejorar la digestión, sirve para la fiebre, infecciones y para las náuseas, también será útil para prevenir agresiones al corazón, para tranquilizar el dolor que produce la artritis, para el dolor de barriga y para perder peso (Gorab y Andrade, 2012).

Mientras que, con el referente a la calidad del producto, tomo su inicio en el proceso de elección de la fruta desde el instante de la compra; entonces la persona encargada tiene la obligación de la búsqueda de las frutas que estén en condiciones óptimas referente a la maduración, la textura y el color.

1.2 DEFINICIÓN DE MERCADO

Stanton, Etzel y Walker (2007), autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el mercado (para propósitos de marketing) como "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo" (p. 187).

Para Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionisio Cámara e Ignacio Cruz (2012), autores del libro "Marketing", el mercado es el "conjunto de consumidores existentes y potenciales de un producto. Estos consumidores participan en una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio".

1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general

El mercado que se va a tocar es un área donde intervienen la oferta y la demanda para ejecutar las actividades comerciales de bienes y servicios a precios explícitos (Baca Urbina, 2010, p. 12). El mercado al cual está dirigido el estudio es la ciudad de Ambato, concretamente a las personas entre 15 y 49 años de género masculino y femenino.

Mi mercado potencial al cual va dirigido mi producto es a hombres y mujeres los cuales tengan la necesidad de beber este energizante los que llevan una vida agitada ya que en nuestros tiempos estamos expuestos continuamente a factores estresantes, a un ritmo de vida gobernado por el reloj, el ruido excesivo y la prisa para todo.

1.2.1.1 Categorización de sujetos

Tabla N°3: Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Consumidor de bebidas energizantes
¿Quién usa?	Consumidor de bebidas energizantes
¿Quién decide?	Consumidor de bebidas energizantes
¿Qué influye?	Consumidor de bebidas energizantes

Elaborado por: Cevallos Xiomara

1.2.1.2 Estudio de segmentación

Tabla N°4: Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de Necesidad:	Fisiológica
Tipo de Compra:	Comparación
Relación con la marca	Si
Actitud frente al producto:	Positiva

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Tabla N°5: Dimensión geográfica

Variable	Descripción	T.C.P	2010	2017
País	Ecuador	1,95%	14.483.499	16.579.984
Región	Sierra	1,84%	6.449.355	7.327.318
Provincia	Tungurahua	1,50%	504.583	560.009
Cantón	Ambato	1,50%	342.529	374.068
Zona	Urbana	1,50%	165.185	182.951

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Tabla N°6: Dimensión demográfica

Variable	Descripción	2010
Sexo	Mujeres	85.421
	Hombres	79.764
Edad	15-49	175.994
Socioeconómico (PEA)	PEA	161.140
Variable	Descripción	2010

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Este levantamiento de información está compuesto por las personas que posiblemente consumen bebidas energizantes entre las edades de 15 hasta 49 años, incluidos hombres y mujeres, esta información es del año 2017 datos que fueron proporcionadas por el INEC.

1.2.1.3 Plan de muestreo

La población objetiva, es un conjunto finito o infinito de elementos con particularidades usuales que serán extensibles las conclusiones del estudio. Puede permanecer definida por el problema y por los objetivos de la investigación”. (Arias, 2012, p. 82)

En este proyecto investigativo sobre las bebidas energizantes se empleará el muestreo no probabilístico, porque no se conoce la población.

- En el tipo de muestreo es el no probabilístico, se basa en un cálculo de la muestra mediante el uso de una fórmula que permite conocer el número de individuos para aplicar la técnica de la encuesta.

Para determinar la probabilidad de ocurrencia se realizó una prueba piloto a treinta personas

¿Cuántas bebidas energizantes consume a la semana?

1	9
2	7
3	5
4	4
5	4
6	1
Total	30

$$N = \frac{\sigma^2 Z^2}{E^2}$$

$$N = \frac{3.5^2 * 1.96^2}{0.05^2}$$

$$N = \frac{12.25 * 3.84}{0.0025}$$

$$\frac{47.06}{0.0025}$$

18823,84 Universo

n= **384** Muestra

Para el estudio de mercado dentro de la ciudad de Ambato se deben realizar 384 encuestas.

Una vez terminadas dichas encuestas se realizará el respectivo análisis, y mediante la evaluación de los datos se averiguará cuanta aceptación y si el negocio a emprender será factible o no.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una nueva bebida energizante que tenga una base de guayusa, jengibre y ginseng que no contengan componentes que afecten al organismo, y su comercialización, en la ciudad Ambato como mercado meta.

Objetivos Específicos

- Estudiar la segmentación de mercado de las personas por grupos de edad entre 15 y 49 años.

- Definir la acogida del producto de la bebida energizante a base de guayusa, jengibre y ginseng, por parte de la población de Ambato.

Objetivo Específico 1

Estudiar el segmento de mercado de las personas por grupos de edad entre 15 y 49 años.

Tabla N°7: Cuadro de necesidades objetivo. 1

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumento
Conocer el N° de personas posibles que consuman bebidas energizantes	SECUNDARIA	INEC.	BANCO DE DATOS
Precio	PRIMARIA	CONSUMIDOR FINAL	ENCUESTA
Promoción	PRIMARIA	CONSUMIDOR FINAL	ENCUESTA
Producto (Gustos y preferencias de los consumidores)	PRIMARIA	CONSUMIDOR FINAL	ENCUESTA
Averiguar el producto sustituto de barras energéticas	SECUNDARIA	INTERNET	BANCO DE DATOS
Conocer el consumo de productos sustitutos	SECUNDARIA	INTERNET	BANCO DE DATOS

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Objetivo Específico 2

Definir la acogida del producto de bebida energizante a base de guayusa, jengibre y ginseng, por parte de la población de Ambato.

Tabla N°8: Cuadro de necesidades objetivo 2

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumento
Conocer Gustos y preferencias del cliente	PRIMARIA	CONSUMIDOR FINAL	ENCUESTA
Materias Primas Utilizadas en la elaboración de la bebida energizante	SECUNDARIA	PROVEEDORES	BANCO DE DATOS
Procesos de producción	SECUNDARIA	PROVEEDORES	BANCO DE DATOS
Maquinarias	SECUNDARIA	PROVEEDORES	BANCO DE DATOS
Indagación de los beneficios guayusa, jengibre y ginseng	SECUNDARIA	INTERNET	ENCUESTA
Aspectos relevantes en cuanto a la información nutricional	PRIMARIA	INGENIERO EN ALIMENTOS	ENTREVISTA

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

1.2.1.4 Diseño y recolección de información

Información secundaria

- **BANCO DE DATOS**

Necesidad 1. Conocer el N° de personas posibles que consuman bebidas energizantes

Los datos estadísticos se obtienen del INEC

Necesidad 2. Averiguar el producto sustituto de bebidas energéticas

“Las bebidas energéticas o hipertónicas son bebidas sin alcohol que contiene sustancias. Estimulantes y que ofrecen a consumidor el evitar la fatiga y el

agotamiento, además de aumentar la habilidad mental y proporcionar un incremento de la resistencia física. (Omeda.es, 2015).

Necesidad 3. El consumo de productos sustituto

“De acuerdo al Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC), en Ingresos y gastos se determino el gasto mensual de bebidas energicas para el año 2012 correspondiente a \$2'970.303. (INCEC s,f)

Necesidad 4. Materias primas utilizadas en la elaboración de la bebida energizante

En esta área se recolecta información a los involucrados es decir al mercado objetivo de Ambato, también de otras ciudades del país, en las cuales están; proformas de los proveedores, en cuanto a metería prima, maquinaria en insumos entre otros.

La guayusa se distingue por ser una planta consagrada, se basa en una fuente de vida para distintas tradiciones y culturas amazónicas, debido a que sus hojas poseen variedad de propiedades energéticas y medicinales para su consumo. (Jarrett, Shiguango, y Salazar, 2012, p. 16)



Imagen N°1: Guayusa
Fuente: Jarrett, Shiguango, y Salazar (2012)

De la misma manera el jengibre se compara con un vegetal que en su mayoría se compone de hidratos de carbono ricos en fibra, también posee algo de proteína,

pocos ácidos grasos, varios minerales, como; el calcio, magnesio, fosforo o hierro y vitaminas A, C, B1, B2, B6 y E. (Vidanaturalia.com, 2018).



Imagen N°2: Jengibre
Fuente: Vidanaturalia.com (2018)

En algunos estudios realizados menciona que el ginseng cuenta con una acción tanto revitalizante como tónica, lo que ayuda a mejorar el estado intelectual y físico de las personas, lo cual es recomendable para jóvenes y adultos mayores (Pérez, 2018).



Imagen N°3: Ginseg
Fuente: Pérez (2018)

Necesidad 5. Maquinaria

“La maquinaria, dentro de una compañía fructífera, sirve para producir un bien intermedio, desarrollar una función dentro de una serie de operaciones o bien producir un bien final”. (Baca Urbina, 2010, p. 30).

Tabla N°9: Maquinaria

MAQUINARIA	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
Soda Stream	<p>Soda Stream ofrece un delicioso surtido de sabores disponibles para la venta por separado. Con Soda Stream puedes crear agua con gas y bebida fresca y burbujeante en segundos.</p> <p>Características Gasificado automático</p> <p>Se adapta a todos los cilindros Sodastream</p> <p>Sistema de unión automática de botella</p> <p>MEDIDAS DE LA MAQUINA 42cm x 18cm x 11cm (Al x L x An)</p> <p>MEDIDAS DE CILINDRO DE GAS CO2 36cm x 5,5cm (Al x An)</p> <p>MEDIDA DE BOTELLA 28cm x 7,5cm (Al x An)</p>	
Etiquetadora	<p>Gracias al sensor fotoeléctrico que responde al cambio en la intensidad de la luz, es capaz de detectar la etiqueta y parar el etiquetado. De esta forma no hace falta el uso de una manivela o palanca. Accionando el pulsador la etiquetadora se realizará el resto.</p> <p>El mecanismo de ajuste de la etiquetadora semiautomática, permite adaptarse rápidamente a diferentes tamaños de envase para ser etiquetados. Con el nuevo sistema de etiquetado semiautomático se ahorrará tiempo y esfuerzo. Solo tendrá que poner la botella, y el resto lo hará la etiquetadora. Para la realización de la etiquetadora se ha utilizado un tipo de polietileno PE500, fácil de limpiar y resistente a los líquidos.</p> <p>Disponible el marcador de lotes, con el que podrá sellar fechas u otros datos en la botella (caducidad, número de lote, año de producción, etc.).</p>	

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

- **INFORMACIÓN PRIMARIA**

La encuesta es una búsqueda metodológica de información en la que el investigador verifica datos que permitan conocer los gustos y preferencias de los futuros clientes, ya sea por un servicio o un producto que se pretende implementar en el mercado (Díaz, 2010, p. 13).

“La entrevista, se basa en un diálogo o conversación “cara a cara”, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema anticipadamente concluyente, para que el entrevistador obtenga información eficiente de la temática” (Arias, 2012, p. 73).

Tabla N°10: Preguntas de la entrevista de las necesidades 1, 2 y 3 a la empresa de bebidas energizantes VIVE 100.

PLANTA DE BEBIDAS ENERGIZANTES	
QUALA (VIVE 100)	
Responsable: Oscar Mauricio Ferreira Valencia, Jefe de Producción	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Cómo promociona las bebidas energizantes?	Para promocionar las bebidas tenemos varios canales de comunicación, y siempre les damos muestras a nuestros clientes en la tienda y supermercados que degusten el producto.
2. ¿Qué canales de publicidad aplica la empresa?	Difusiones radiales que expongan la calidad y el buen sabor de las bebidas energizantes. Vallas publicitarias que apunten los contrastes de las demás marcas de bebidas energizantes. En la página web donde se da a conocer el producto para realizar sus pedidos. Afiches (A4 y A3) publicitados en tiendas de los barrios que contenga publicidad de las bebidas energizantes. Se debe considera algo fundamental hoy en día que las redes sociales donde se dará a conocer los beneficios de nuestra bebida energizante.
3. ¿Qué estrategia utiliza la organización en los precios?	La estrategia reside en instaurar un precio bajo en relación a la competencia, para lograr atraer en mayor cantidad a los consumidores y el resultado será el crecimiento en el mercado.
4. ¿Qué canales de comercialización aplica?	El canal de comercialización es del FABRICANTE-MAYORISTA-CONSUMIDOR. Es decir es a nivel nacional, este sistema de distribución, y en el caso de nuestros clientes se maneja una rentabilidad atrayente de 10 y 15% según el producto.

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Tabla N°11: Preguntas de las entrevistas de las necesidades 1, 2 y 3 al especialista en alimentos

PLAN ALIMENTOS	
Área de Producción	
Responsable: Javier Tapia, Ing. en Alimentos	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Qué son las bebidas energizantes?	El término “bebida energizante” es un término popular que se usa para referirse a algunas bebidas que en general contienen cafeína y otros ingredientes, tal como taurina, guaraná y vitaminas B, para aportar un impulso de energía extra.
2. ¿Cuáles son los ingredientes más comunes de las bebidas energizantes y qué producen?	Algunos ingredientes comunes de las bebidas energizantes son la cafeína, la taurina, el ginseng, las vitaminas B. La cafeína se incluye en las bebidas energizantes por su potencial para mejorar el rendimiento mental y físico y por su perfil de sabor. La taurina es un aminoácido que el cuerpo fabrica a partir de los alimentos que comemos. Los productos animales (carne de res, cerdo, cordero, pollo, etc.) contienen altos niveles de taurina, y algunos peces y mariscos contienen los niveles más elevados de taurina (por ejemplo: bacalao, almejas y ostras). El ginseng es una hierba que se cree aporta varios beneficios potenciales, entre ellos, el aumento de la sensación de bienestar y la resistencia; y también mejora el rendimiento mental y físico.
3. ¿Cuánta cantidad de cafeína contienen en general las bebidas energizantes?	El contenido de cafeína de las bebidas energizantes puede variar mucho de una bebida a otra. Una bebida energizante de 250 mililitros (mL) (aproximadamente 8,5 onzas) puede tener entre 50 y 160 mg. de cafeína. En comparación, una tasa promedio de café de 8 onzas contiene aproximadamente 100 mg. de cafeína, y una bebida gaseosa de 12 onzas, aproximadamente 40 mg. de cafeína. Para poner esto en perspectiva, el consumo moderado de cafeína en la mayoría de las personas, incluidas las poblaciones sensibles como mujeres embarazadas y niños, es de aproximadamente 300 mg. por día.
4. ¿Mencione por qué se vuelve adictiva la cafeína?	Dependiendo de la cantidad de cafeína ingerida, puede ser un estimulante leve para el sistema nervioso central. Si bien a veces la cafeína es denominada casualmente como “adictiva”, el consumo moderado de cafeína es seguro y no debe ser clasificado junto con las drogas adictivas de abuso. Las personas que dicen que son “adictas” a la cafeína a menudo emplean esta palabra en términos generales, como cuando dicen que son “adictos” a correr, a trabajar o a la tv.

Elaborado por: Cevallos Xiomara

1.2.1.5 Análisis e interpretación

Nivel y diseño de investigación

“El nivel de investigación representa el grado de profundidad con que se afronta un fenómeno u objeto de estudio”. (Arias, 2012, p. 24)

Tipo de Investigación

En el proyecto se realizó una investigación de campo:

Se fundamenta en la recolección de datos concisamente de los sujetos investigados, o de la situación donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manejar o inspeccionar alguna variable, donde el investigador consigue la información, pero no altera las circunstancias existentes. (Arias, 2012).

Técnica de Investigación

Para el levantamiento de la información se emplea la técnica de investigación de la encuesta, la misma que está dirigida a las personas que consumen bebidas energizantes en el cantón Ambato.

Instrumento de Investigación

Esta indagación internamente en el proyecto, donde se define características como el tipo o nivel de investigación que se está procesando, concretar qué es un instrumento y técnica de investigación.

El análisis e interpretación de datos de acuerdo a los siguientes autores:

“Es un análisis comprensivamente, acoplado sobre el conocimiento y búsqueda de los mismos, a través de la exploración de categorías fundamentales en los hechos puntualizados a lo largo de los diferentes

instrumentos manejados en la investigación cualitativa”. Taylor y Bogdan citado por (Vilchez G., 2007, p. 1)

En el estudio se realizó la encuesta a las 384 personas que consumen bebidas energizantes dentro del cantón Ambato, con el fin de recolectar información en diferentes sitios. A continuación, se detalla el respectivo análisis e interpretación de resultados.

Género

Tabla N°12: Género de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje
M	200	52%
F	184	48%
Total	384	100%

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

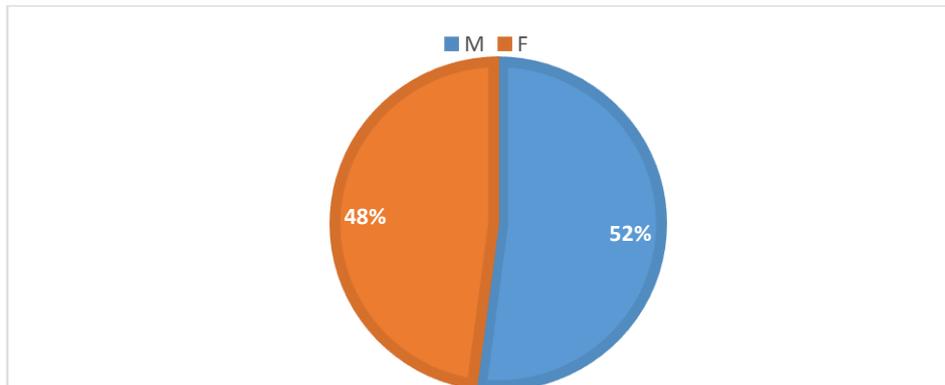


Gráfico N°1: Género de los encuestados

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De los encuestados el 52% son de género masculino y el 48% representan el género femenino, reconociendo que están parejos en la muestra que hemos obtenido.

Pregunta 1: ¿Usted consume bebidas energéticas?

Tabla N°13: Consumo de bebidas energizantes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	384	100%
Total	384	100%

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

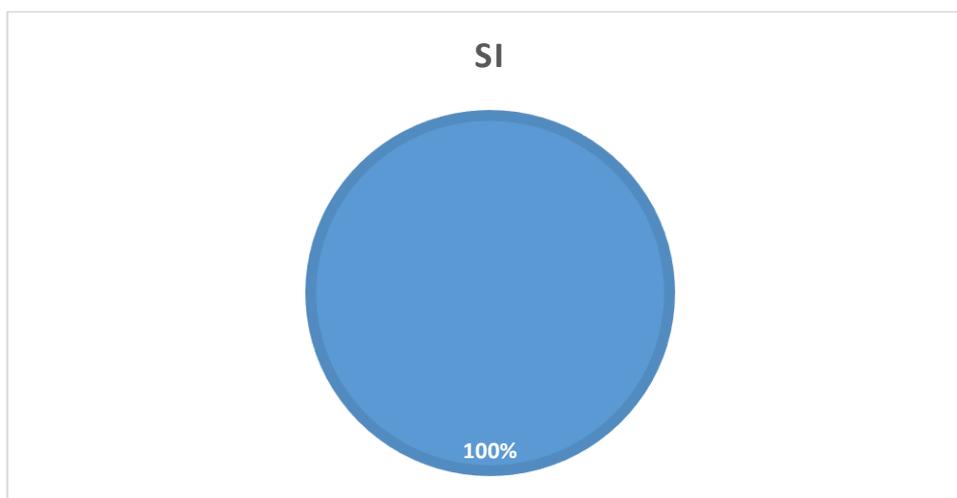


Gráfico N°2: Consumo de bebidas energizantes

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

Todos los encuestados es decir el 100% contestaron que si han tomado alguna vez una bebida energizante.

De haber respondido Si cuál es su bebida energizante preferida

Tabla N°14: Bebida energizante preferida

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Red Bull	106	27,4
220V	103	26,6
Volcán	29	7,5
Monster	56	14,5
Vive 100	80	20,7
4.40	13	3,4
Total	387	100,0

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

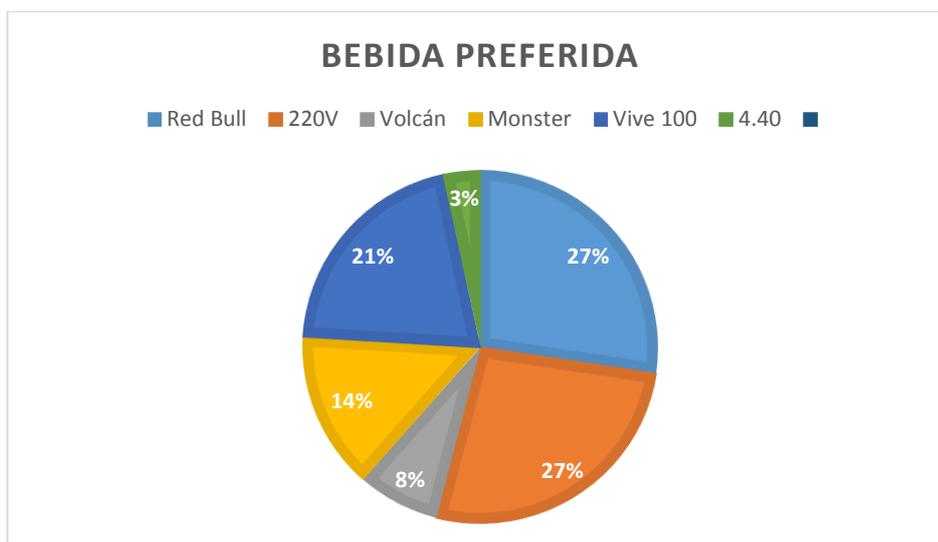


Gráfico N°3: Bebida energizante preferida

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De los encuestados sobre cuál es su bebida energizante preferida, la más escogida es la bebida Red Bull con 27,39%, seguida de 220V con el 26,61%, Vive 100 con el 20,67%, y la bebida Monster con el 14,47% como las más preferidas de nuestra investigación de campo.

Pregunta 2: ¿Cuántas unidades de bebida energizante consume al mes?

Tabla N°15: Unidades de bebida energizante al mes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Una	140	36
Dos	70	18
Tres	65	17
Cuatro	45	12
Cinco	40	10
Más de cinco	27	7
Total	387	100

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

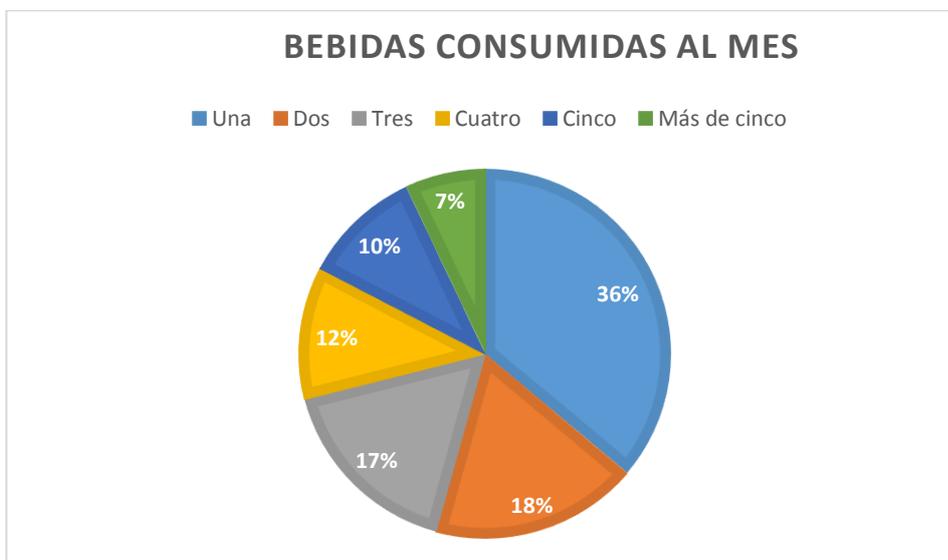


Gráfico N°4: Unidades de bebida energizante al mes.

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De acuerdo a la pregunta de cuantas bebidas consume al mes, encontramos que el 36% consumen al mes solo una unidad, seguido del consumo de dos unidades mensuales con el 18%, seguido del consumo de tres unidades mensuales en bebidas energizantes que representa el 17%, cuatro bebidas con el 12%, cinco bebidas energizantes 10%, y más de cinco bebidas energizantes mensuales con el 7%.

Pregunta 3: ¿Cuánto paga en la actualidad por su bebida energizante?

Tabla N°16: Valor del pago por la bebida energizante

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un dólar	80	20,7
1 a 2 dólares	217	56,1
2 a 3 dólares	60	15,5
Más de 3 dólares	30	7,8
Total	387	100,0

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

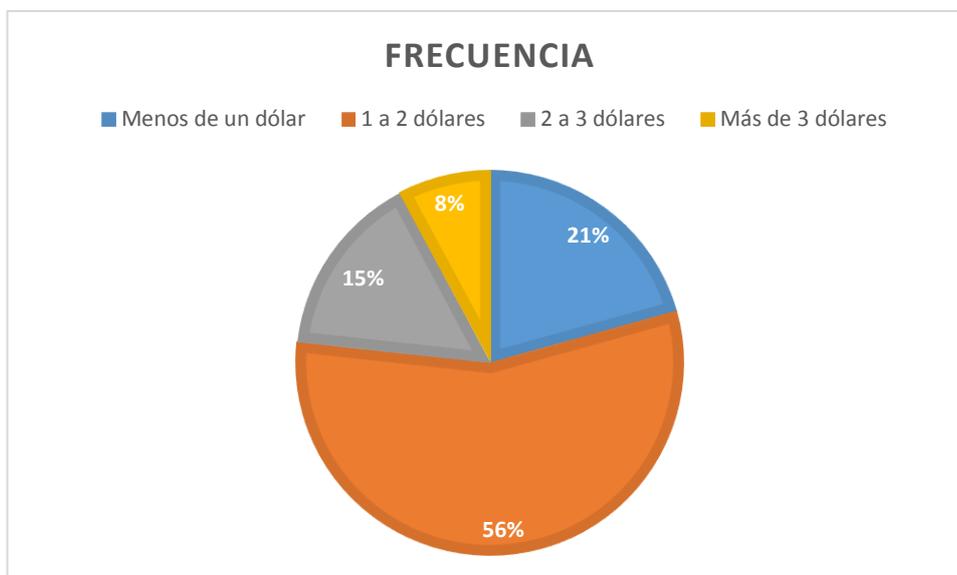


Gráfico N°5: Valor del pago por la bebida energizante

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

Los encuestados al responder la pregunta cuánto paga en la actualidad por su bebida energizante el 56% respondieron entre 1 a 2 dólares invierten, menos de un dólar el 21%, entre 2 y 3 dólares e 15%, y más de tres dólares solo el 5,7%.

Pregunta 4: ¿De los siguientes establecimientos de compra que tienen las bebidas energéticas, califique en orden la preferencia, siendo 1 la de mayor preferencia y 5 la de menor preferencia?

Tabla N°17: Lugar de compra

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas de Barrio	102	26,4
Supermercados	96	24,8
Discoteca	76	19,6
Centro de Entretenimiento	69	17,8
Tiendas de Servicio	44	11,4
Total	387	100,0

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

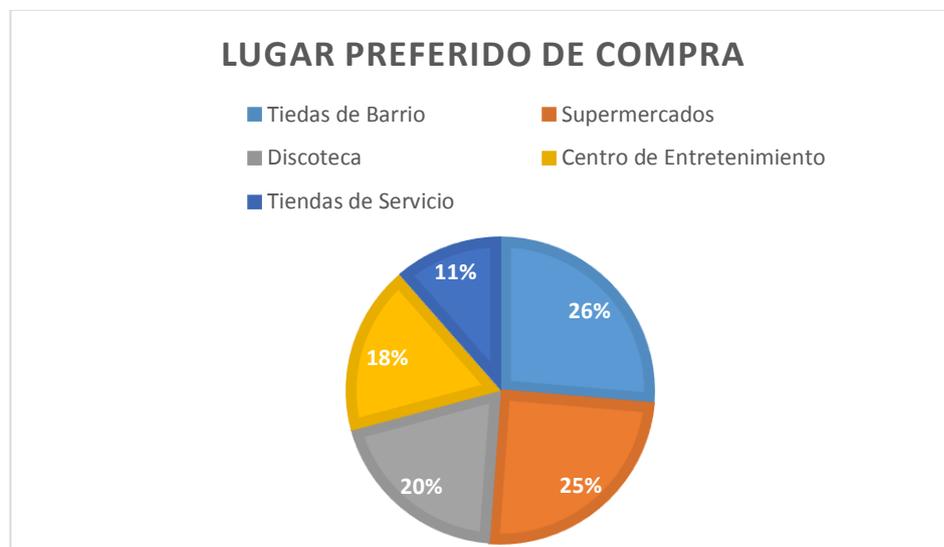


Gráfico N°6: Lugar de compra

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De acuerdo a la preferencia de establecimiento de compra el 11% de las personas comprar en tiendas de servicio el valor más preferido, seguido del 18% en centros de entretenimiento. 20% en Discotecas, el 25% en Supermercados y el 26% en tiendas de barrio.

Pregunta 5: ¿Por cuál de los siguientes motivos usted consume bebidas energizantes?. Siendo 1 la de mayor preferencia y 3 la de menor preferencia

Tabla N°18: Motivo por el consumo de bebidas energizantes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mejorar el nivel emocional	100	25,8
Al realizar actividad física	96	24,8
Por el Sabor	31	8,0
Mejorar el rendimiento académico y mental	69	17,8
Por costumbre o hábito de consumo	47	12,1
Mantenerse activo todo el día	44	11,4
Total	387	100,0

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

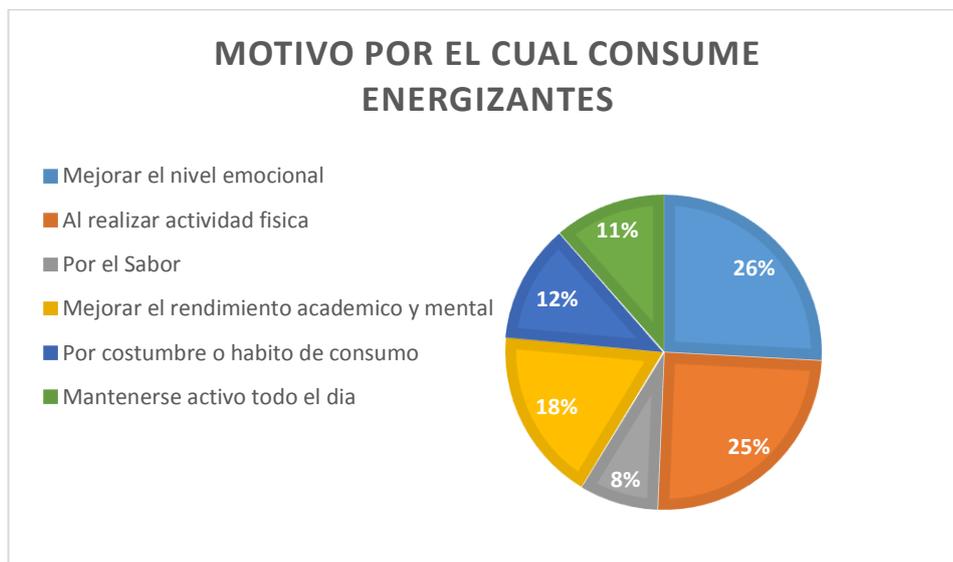


Gráfico N°7: Motivo por el cual consume energizantes

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De acuerdo al motivo de consumir energizantes el 8% de las personas consumen por el sabor, seguido del 11% para mantenerse activo todo el día, 12% para mejorar el nivel emocional, 18% mejorar el rendimiento académico y mental, 25% al realizar actividad física, 26% Por costumbre o hábito de consumo.

Pregunta 6: ¿Qué sabor sería de su preferencia al consumir una bebida energizante a base de guayusa, ginseng?

Tabla N°19: Sabor de preferencia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Toronja	70	18,1
Tamarindo	127	32,8
Jengibre	190	49,1
Total	387	100,0

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

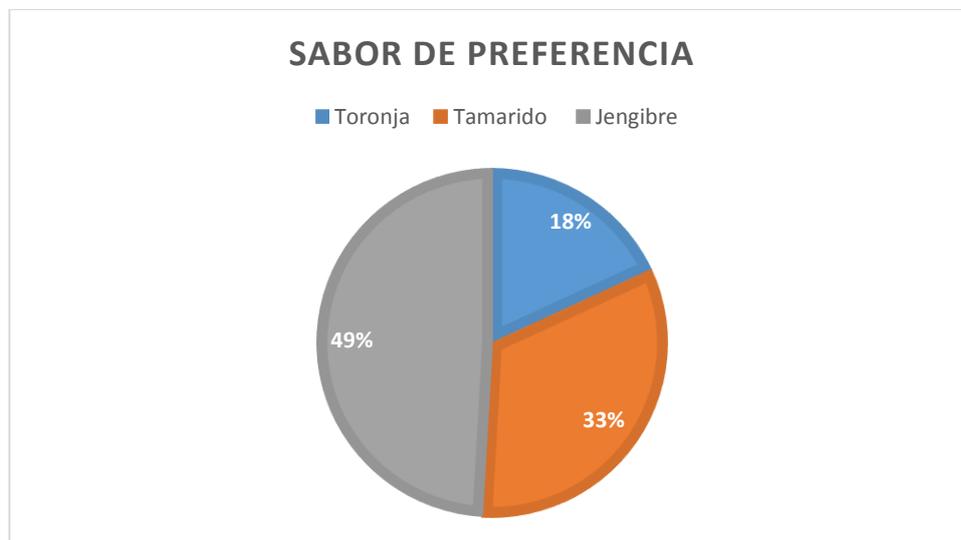


Gráfico N°8: Sabor de Preferencia

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De los encuestados el 49% prefieren que la nueva bebida energizante a base de guayusa, ginseng tenga jengibre por sus propiedades en la salud, solo el 18% prefieren de toronja.

Pregunta 7: ¿Si sale una bebida energizante a base de Guayusa con sabor a jengibre estaría dispuesto a comprarla?

Tabla N°20: Sabor de esencia al consumir una bebida energizante

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	350	90,4
No	37	9,6
Total	387	100,0

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

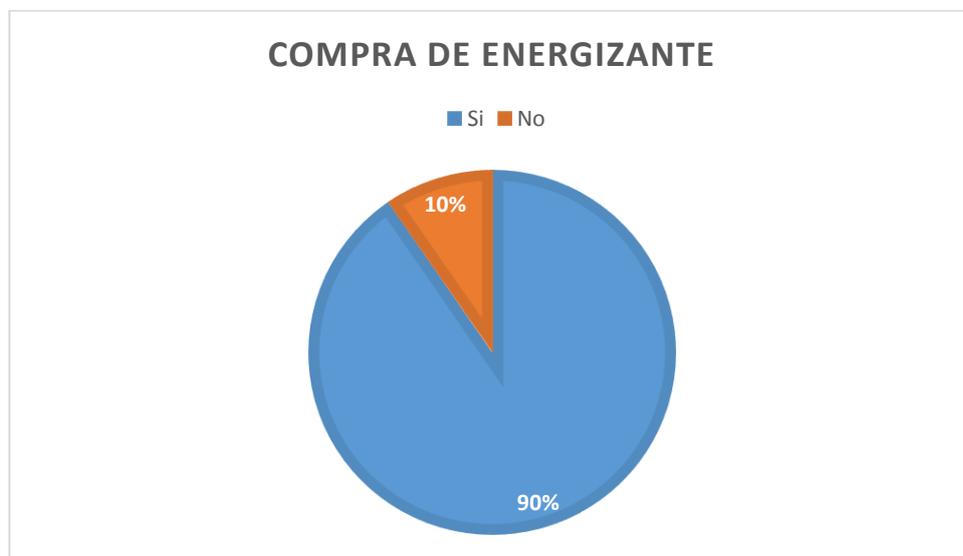


Gráfico N°9: Compra de Energizante

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

Los encuestados responden sobre la pregunta si estaría dispuesto a comprar una bebida energizante a base de guayusa con sabor a jengibre, respondieron el 90% que si lo adquirirán el nuevo producto.

Pregunta 8: ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar una bebida energizante a base de guayusa con sabor jengibre en una presentación de 365 ml?

Tabla N°21: El valor de la nueva bebida energizante

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 dólar	130	33,6
1 a 2 dólares	233	60,2
2 a 3 dólares	18	4,7
Más de 3 dólares	6	1,6
Total	387	100,0

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

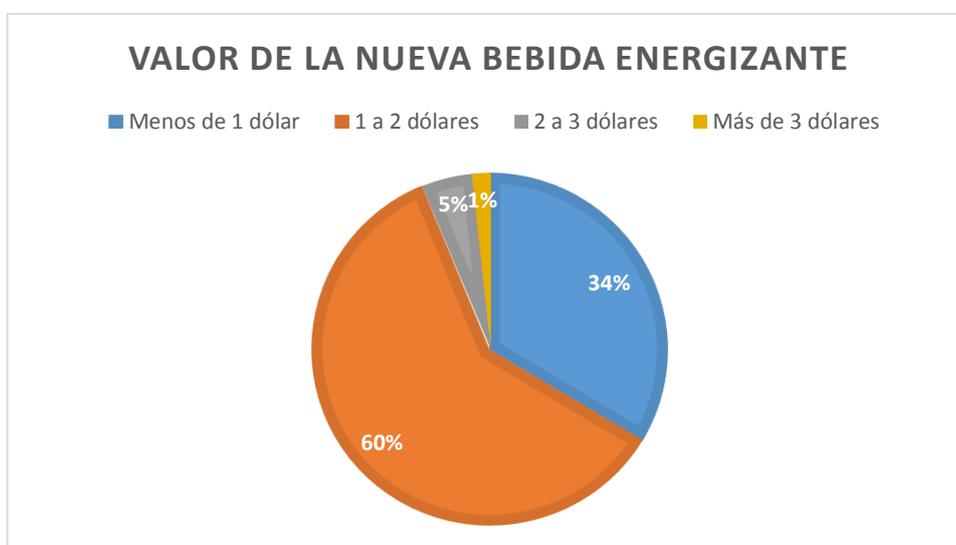


Gráfico N°10: Valor de nuevo energizante

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De acuerdo a la pregunta cuanto estaría dispuesto a pagar por la bebida los clientes de nuestro producto, el 60% prefieren pagar de 1 a 2 dólares la nueva bebida energizante, menos de un dólar el 34%.

Pregunta 9: ¿Qué tipo de envase le gustaría que sea la presentación del producto?

Tabla N°22: El tipo de envase de la bebida energizante

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Vidrio	12	3,1
Plástico	342	88,4
Lata	19	4,9
Tetra pack	14	3,6
Total	387	100,0

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

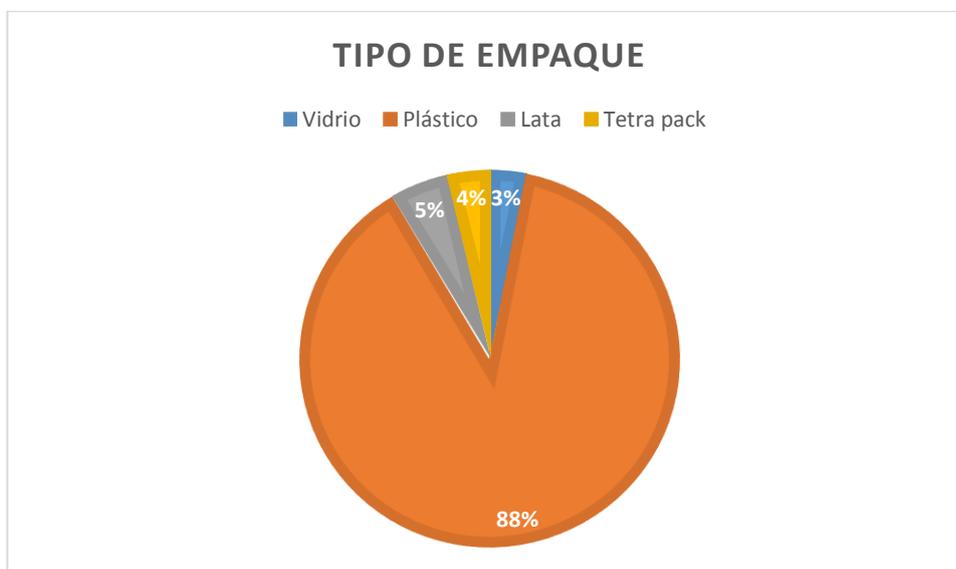


Gráfico N°11: El tipo de envase de la bebida energizante.

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

Se obtuvo que el 88% personas desean adquirir el producto con envase plástico, por lo que el envase se producirá en plástico por la preferencia de los clientes potenciales.

Pregunta 10: ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría escuchar la información de la venta de este tipo de producto?

Tabla N°23: Medio de comunicación información

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
A través de publicidad de redes sociales	290	74,9
Radio, TV locales	97	25,1
Total	387	100,0

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

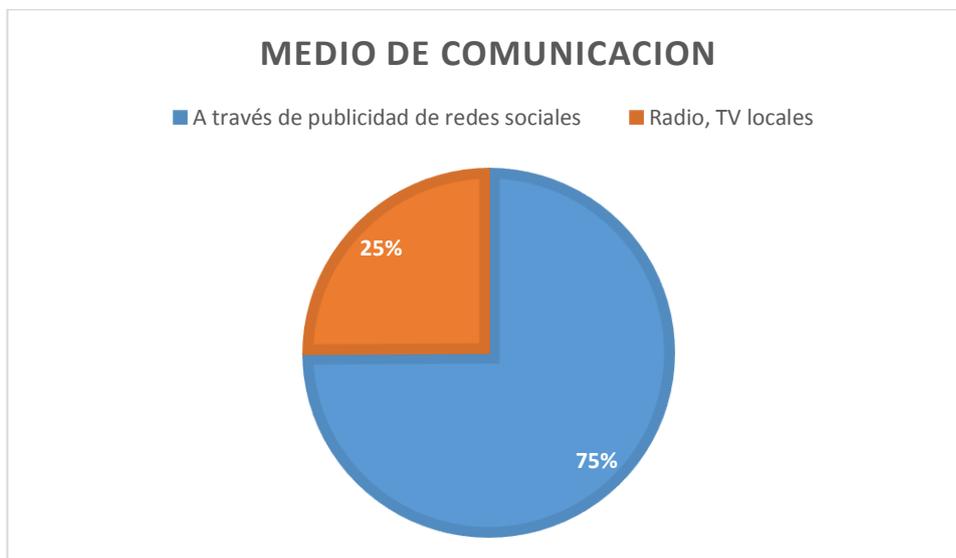


Gráfico N°12: Medio de comunicación información

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

Los encuestados sobre esta pregunta respondieron que el 75% prefieren escuchar información del producto por la publicidad a través de las redes sociales, y por Radio, Tv locales el 25%.

1.2.2 Demanda potencial

En primera instancia se describe que la demanda potencial es: “el conjunto de bienes y servicios que el mercado donde solicita o estimula la búsqueda de satisfacción de una necesidad determinada a un precio determinado.” (Baca Urbina, 2010, p. 29)

Las bebidas energéticas son comercializadas sin advertir a los consumidores el alto contenido de cafeína que contienen, y los efectos a tener en cuenta como trastornos de ánimo, ansiedad, abstinencia e intoxicación además del trastorno del estado de ánimo y la psicosis.

La cafeína aumenta el ritmo arterial, dando una sensación de aumento de energía, lo que se desencadena en infartos o derrames cerebrales, además del alto contenido químico de energizantes artificiales producen ansiedad, insomnio, desesperación derivando en síntoma de dependencia o adicción. Además, el alto contenido de azúcar desencadena en diabetes, obesidad e insuficiencia renal (Rawat y Darrappa 2015).

De acuerdo a este análisis se presenta es un Energizante elaborado con productos naturales que brinden una fuente extra de energía minimizando las consecuencias negativas de la salud.

Tabla N°24: Censo Población Ecuador

Año	Gasto Ecuador	Población Ecuador	Población Ambato Urbano	Gasto Ambato Urbano
2011	-	14.483.499	165.185	-
2012	-	14.765.927	167.613	-
2013	\$35.643.636	15.053.863	170.077	\$402.698
2014	\$36.338.687	15.347.413	172.577	\$408.618
2015	\$37.047.291	15.646.688	175.114	\$414.625
2016	\$37.769.713	15.951.798	177.688	\$420.720
2017	\$38.506.223	16.262.858	180.30	\$426.904

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Censo Poblacional INEC. (Plan de Negocios Paul Castro 2018 pág. 78)

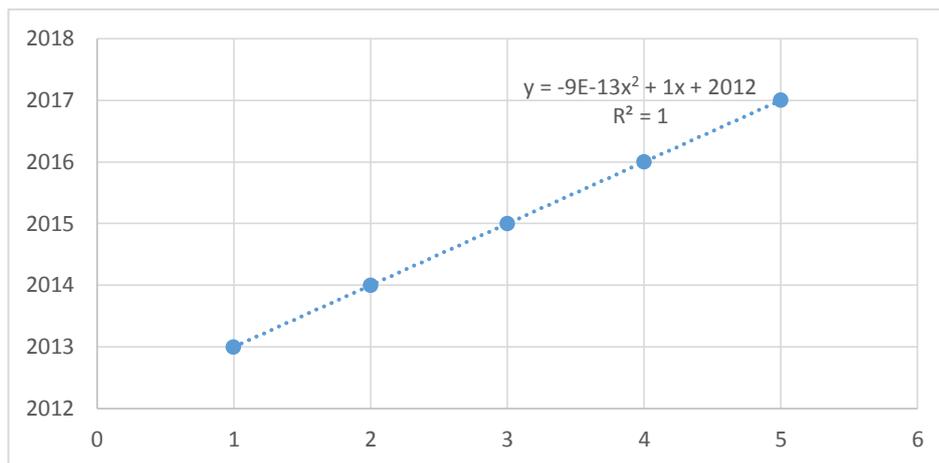


Gráfico N°13: Valor de R
Elaborado por: Cevallos Xiomara
Fuente: Método mínimos cuadrados

Como R es mayor que 0,85 se acepta el método de mínimos cuadrados

Tabla N°25: Datos para el cálculo de la demanda

AÑOS	x	y	xy	x ²
2013	1	\$402.698	\$402.698	1
2014	2	\$408.618	\$817.236	4
2015	3	\$414.625	\$1.243.874	9
2016	4	\$420.720	\$1.682.879	16
2017	5	\$426.904	\$2.134.522	25
Suma	15	\$2.073.566	\$6.281.210	55

Elaborado por: Cevallos Xiomara

DATOS

$$n = 5$$

$$\Sigma x = 15$$

$$\Sigma y = \$ 2.073.566$$

$$x^2 = 55$$

$$xy = \$ 6.281.210$$

Fórmula

$$b = \frac{\Sigma xy - n \cdot \bar{x} \cdot \bar{y}}{\Sigma x^2 - n \cdot (\bar{x})^2}$$

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} \quad \bar{y} = \frac{\sum y}{n} \quad b = \frac{6'281.210 - 5 * 3 * 414.713}{55 - 45 * (3)^2}$$

$$\bar{x} = \frac{15}{5} \quad \bar{y} = \frac{\$ 2'073.566}{5} \quad b = \frac{6'281.210 - 6'220.698}{55 - 45}$$

$$\bar{x} = 3 \quad \bar{y} = 414.713,20$$

$$b = \frac{60512}{5}$$

$$b = \$12.102,40$$

$$a = \bar{y} - (b * \bar{x})$$

$$a = 414.713,20 - (12.102,40 * 3)$$

$$a = 378,406$$

Fórmula de proyección para el año 2017

$$b = a + (b * x)$$

$$b = 378.405 + (12.102,40 * 6)$$

$$b = 451.020$$

Fórmula de proyección para el año 2018

$$b = a + (b * x)$$

$$b = 378.405 + (12.102,40 * 7)$$

$$b = 463.123$$

Formula de proyección para el año 2019

$$b = a + (b * x)$$

$$b = 378.405 + (12.102,40 * 8)$$

$$b = 475.225$$

Fórmula de proyección para el año 2020

$$b = a + (b * x)$$

$$b = 378.405 + (12.102,40 * 9)$$

$$b = 487.328$$

Fórmula de proyección para el año 2021

$$b = a + (b * x)$$

$$b = 378.405 + (12.102,40 * 10)$$

$$b = 499.330$$

Fórmula de proyección para el año 2022

$$b = a + (b * x)$$

$$b = 378.405 + (12.102,40 * 11)$$

$$b = 511.532$$

Tabla N°26: Demanda proyectada

Año	<i>Demanda</i>
2017	\$ 451.019
2018	\$ 463.123
2019	\$ 475,225
2020	\$487.328
2021	\$499.330
2022	\$511.532

Elaborado por: Cevallos Xiomara

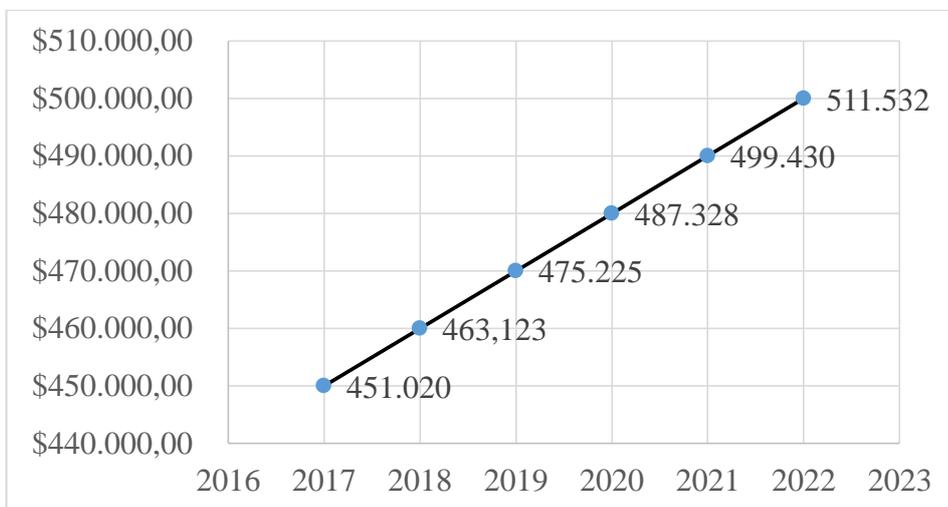


Gráfico N°14: Demanda proyectada

Elaborado por: Cevallos Xiomara

1.3 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

1.3.1 Análisis de micro ambiente

Se determina que un análisis del microambiente se puede concentrar en las fuerzas que rodean a la organización, donde puede desplegar control y plantear cambios de acuerdo a las necesidades u obligaciones. Para el análisis del microambiente del plan de negocios, implica las cinco fuerzas del mercado, determinado por Michael Porter.

Porter (1982) dice: “La esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente. Aunque el entorno relevante es muy amplio y abarca tanto fuerzas sociales como económicas, el aspecto clave del entorno de la empresa es el sector o sectores industriales en los cuales compiten”.

El modelo de Porter postula que hay cinco fuerzas que conforman básicamente la estructura de la industria. Estas cinco fuerzas delimitan precios, costos y requerimientos de inversión, que constituyen los factores básicos que explican la expectativa de rentabilidad a largo plazo, por lo tanto, el atractivo de la industria. De su análisis se deduce que la contención competitiva aparece por cuatro elementos o fuerzas que, combinadas, la crean a ella como una quinta fuerza. Lo anteriormente expuesto se resume en la Figura siguiente:

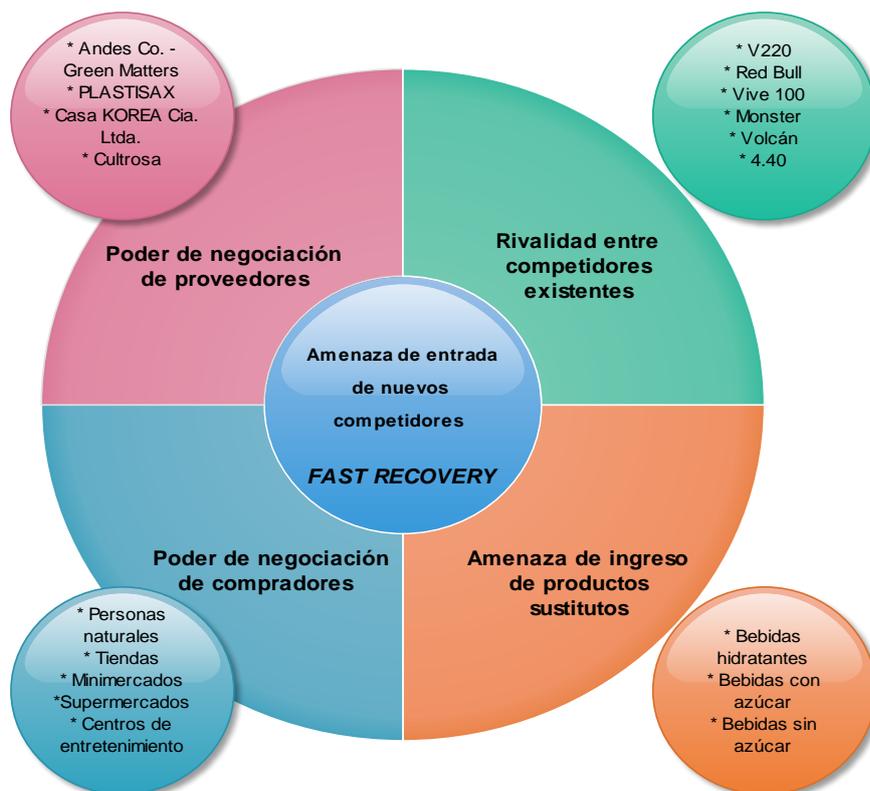


Gráfico N°15: Las Cinco Fuerzas de Porter
Fuente: Tomado de Porter (1982).

Una vez conocidos los elementos del mercado que sirven de base a las cinco fuerzas se puede proceder al análisis particular de cada una de ellas:

1. Poder de negociación de los proveedores

“Los proveedores fuertes, envolviendo la mano de obra, son idóneos de despegar rentabilidad de una industria que es incapaz de trasladar los costos a sus propios precios.” (Porter E., 2008, p. 6)

El poder de negociación con los proveedores, es un elemento significativo centralmente del proceso de posicionamiento de nuestra bebida energizante a base de guayusa, ginseng y jengibre; por lo que estas empresas serán las que nos suministre la materia prima y los insumos necesarios para realizar la producción de bebidas, para lo cual se debe considerar las mejores ofertas, descuentos y formas de pago que nos pueden brindar al adquirir el servicio de una de ellas.

Tabla N°27: Proveedores de bebidas energizantes

Proveedor	Materia Prima	Ciudad
Andes Co. - Green Matters	Hoja de Guayusa	Valle de los chillos, San Rafael Quito
PLASTISAX	Botellas de 375 ml y 500 ml	Quito, Ecuador
Casa KOREA Cia. Ltda.	Extracto de Ginseng	Yumbos N50-245 Quito Ecuador
Cultrosa	Planta de Jengibre	Quito, Ecuador

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Tabla N°28: Poder de negociación de los proveedores

Opciones	Alto (+)	Medio	Bajo (-)
Negociación con los proveedores			X
Contactar proveedores de las diferentes frutas		X	
Precios económicos de las materias primas	X		
Disponibilidad de adquirir productos sustitutos			X

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Como se puede apreciar en la tabla anterior el problema que se presentará no se puede contar con productos sustitutos para la elaboración de bebidas energizantes a base de guayusa, ginseng y jengibre, con respecto a las frutas que se adquirirá de productores locales.

2. Rivalidad entre competidores existentes

La rivalidad en la competencia existente acoge diversas formas familiares, incluyendo descuentos de precios, lanzamientos de nuevos productos, campañas

publicitarias, y aumento del servicio. El grado alto de rivalidad limita la rentabilidad del sector (Porter E., 2008, p. 8).

Este factor es uno de los más importantes y fuertes ya que existen grandes empresas que tienen un posicionamiento y poseen variedad de productos con precios competitivos dentro del mercado.

Tabla N°29: Rivalidad entre competidores

<i>Opciones</i>	<i>Alto (+)</i>	<i>Medio</i>	<i>Bajo (-)</i>
Innovación en nuevos productos similares.	X		
Canales de distribución adecuados	X		
Nuevos extractos y sabores originales		X	
Manejo de publicidad		X	

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Se detalla que la rivalidad esta alta, debido a la existencia de ciertos productos similares, pero nuestro producto es diferente, es producido específicamente para las personas que desean probar nuevos sabores y sobre todo el aporte nutricional que tiene la guayusa, el ginseng y el jengibre.

3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Un producto sustituto se puede decir que desempeña la misma función (o una similar) de un sector mediante formas distintas. La especificación de la sustitución sucede más abajo en la cadena o es indirecta, cuando un sustituto sustituye el producto de un sector interesado (Porter E., 2008, p. 7).

El producto de bebida energizante a base de ginseng, guayusa y el jengibre, pero existen varios productos que puedan remplazarse este servicio como las bebidas gaseosas, hidratantes, naturales y jugos a base de frutas, es por esto que la empresa deberá manejar precios competitivos para no tener un desequilibrio ante la variedad de productos que puedan presentarse.

Tabla N°30: Amenaza de ingreso de productos sustitutos

<i>Opciones</i>	<i>Alto (+)</i>	<i>Medio</i>	<i>Bajo (-)</i>
Nivel de diferenciación	X		
Ampliar en la diversificación de los extractos y sabores	X		
Precios de productos sustitutos		X	
Posicionamiento de la marca	X		

Elaborado por: Cevallos Xiomara

De esta manera se determina que la amenaza de productos sustitutos es alta sin embargo nuestro producto es innovador y de precio accesible, de esta manera el producto que se pretende implementar en el mercado es favorable por ser de alto consumo entre la edad de 15 a los 49 años.

4. Poder de negociación de los compradores

Los consumidores eficaces están en capacidad de detener más valor si exigen a que los precios bajen, piden mejor calidad o mejores servicios (lo que aumenta los costos) y, es así que conciben que los participantes del sector se desafíen; todo esto en perjuicio de la rentabilidad del sector (Porter E., 2008, p. 6).

El cliente siempre tendrá ciertas exigencias al momento de negociar la compra de algún producto a un proveedor, es por esto que se debe brindar toda la información

en cuanto a gustos y preferencias acerca del producto que la empresa tiene, y lo realizamos con la encuesta realizada.

Tabla N°31: Poder de negociación de los compradores (consumidores)

<i>Opciones</i>	<i>Alto (+)</i>	<i>Medio</i>	<i>Bajo (-)</i>
Poder de adquisición		X	
Consumo de bebidas energizantes		X	
Precios cómodos de las bebidas	X		
Cadena de comercialización variada	X		

Elaborado por: Cevallos Xiomara

El poder de negociación con los compradores es necesario ya que posee un alto grado de negociación, porque cuenta con un producto innovador a base de tres componentes que nadie en el mercado tiene como es el ginseng, guayusa y el jengibre.

Se pretende obtener un precio al consumidor accesible y con descuentos acorde a la cadena de comercialización.

5. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Se entiende por barreras de entrada “a cualquier mecanismo por el cual la rentabilidad esperada de un nuevo competidor entrante en el sector es inferior a la que están obteniendo los competidores ya presentes en él” (Dalmau y Oltra, 1997).

Tabla N°32: Amenaza de entrada de nuevos competidores

<i>Opciones</i>	<i>Alto (+)</i>	<i>Medio</i>	<i>Bajo (-)</i>
Mejorar los procesos de producción.	X		
Canales de distribución adecuados	X		
Nuevos extractos y sabores originales		X	
Manejo de publicidad		X	

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Este punto se considera fuerte, pero la ventaja competitiva es que, la bebida energizante es a base de guayusa, ginseng y jengibre; también, la idea es modernizar su presentación de sabores y además la transformación del producto en lo que se refiere al alcance de los consumidores, utilizando eficientes canales de comercialización.

Tabla N°33: Evaluación de las Cinco Fuerzas de Porter

<i>Opciones</i>	<i>Alto (+)</i>	<i>Medio</i>	<i>Bajo (-)</i>
Poder de negociación de los proveedores	1	1	2
Poder de negociación de los compradores	2	2	
Amenaza de ingreso de productos sustitutos	3	1	
Amenaza de entrada de nuevos competidores	2	2	
Rivalidad entre competidores	2	2	
TOTAL	10	8	2

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Las Cinco fuerzas de Porter tiene como esencia ejecutar habilidades competitivas y posicionar a la organización en un ambiente mayor, y de esta forma le permita alinearse a las nuevas ventajas competitivas que el mercado actual requiere, también salir de las amenazas de sustitutos; consiguiendo que estas fuerzas pueden conseguir con el objetivo general y específico del plan de negocio.

1.3.2 Análisis de macro ambiente

El análisis del macro ambiente representa cada una de las fuerzas por la que una organización no puede ejecutar, es arduo tomar control de la misma, ya que son aspectos que restringen a los contextos de los factores de la sociedad, sean económicos, políticos, legales, entre otros.

Tabla N°34: Análisis FODA

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
1	Conocimiento en elaboración del producto		Baja experiencia en ventas
2	Producto elaborado con materia prima natural		Bajo recurso económico propio
3	Experiencia en negociación		Poco conocimiento en procesos d producción
4	Conocimiento del producto		Deficiente trato a los clientes
5	Producto innovador		Marca no conocida
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
1	Reducción de porcentaje de IVA		Comportamiento del consumidor inestable
2	Facilidad de financiamiento para microcréditos		Preferencia pro productos sustitutos
3	Bajo índice de inflación		Inestabilidad económica
4	Tecnología al alcance		Precio elevado de materia prima
5	Crecimiento de demanda		Desconocimiento de políticas con proveedores

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Matriz EFE: La matriz EFE permite definir las oportunidades o amenazas que presentará el nuevo servicio que se dedicará a la elaboración de bebidas

energizantes de guayusa, ginseng y jengibre, mismo que se visualiza en la siguiente tabla.

El total ponderado es de 2,59 lo que muestra que para creación de la empresa dedica a la elaboración de bebidas energizantes de guayusa, ginseng y jengibre, está manifestando de carácter presuntuoso a las oportunidades y amenazas que se le muestran en el mercado para posicionarse con la marca, para poder mejorar se planteará estrategias que permitan que la nueva empresa mantenga una rentabilidad positiva.

MATRIZ EFI: La matriz EFI permite realizar un análisis interno, para determinar fortalezas, debilidades que tendrá la creación de una empresa dedicada a la elaboración de bebidas energizantes.

El total ponderado que se obtuvo es de 2,48 que está por debajo del promedio del 2,5 lo que indica que la creación de una empresa dedicada la elaboración de bebidas energizantes de guayusa, ginseng y jengibre presenta una moderada posición interna lo que permite un indicio más para la factibilidad del producto, por lo cual es importante realizar estrategias para mejorar este aspecto que permita a la nueva empresa solventar y mejorar la rentabilidad para su sostenibilidad en el mercado.

Tabla N°35: Matriz de evaluación factores internos (EFE)

Matriz de Evaluación del Factor Externo (MEFE)					EFE Mejorada	
N	Oportunidades	Peso	Calificación	Valor Ponderado	Calificación	Valor Ponderado
1	Bajo índice de inflación	0,10	4	0,40	4	0,40
2	Reducción de porcentaje de IVA	0,05	4	0,20	3	0,15
3	Facilidad de financiamiento para microcréditos	0,08	3	0,24	3	0,24
4	Tecnología al alcance	0,12	3	0,36	3	0,36
5	Crecimiento de demanda	0,12	4	0,48	3	0,36
N	Amenazas					
1	Comportamiento del consumidor inestable	0,13	1	0,13	2	0,26
2	Preferencia por productos sustitutos	0,12	2	0,24	2	0,24
3	Inestabilidad económica	0,05	1	0,05	1	0,05
4	Precio elevado de materia prima	0,10	1	0,10	2	0,2
5	Desconocimiento de políticas con proveedores	0,13	2	0,26	2	0,26
TOTAL		1,00		2,46		2,52

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Tabla N°36: Matriz de Posición Competitiva (MPC)

		MPC								
D/I	Factores Críticos		Red Bull		Vive 100		Fast Recovery		Fast Recovery Mejorada	
		Peso	Calificación	Valor Ponderado	Calificación	Valor Ponderado	Calificación	Valor Ponderado	Calificación	Valor Ponderado
Directo	Producto de calidad	0,20	4	0,80	4	0,80	2	0,40	3	0,60
Indirecto	Fidelidad del consumidor	0,15	3	0,45	3	0,45	1	0,15	2	0,30
Indirecto	Precio asequible	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45	2	0,30
Directo	Producto natural	0,20	1	0,20	1	0,20	4	0,80	4	0,80
Directo	Valor alimenticio	0,15	2	0,30	2	0,30	4	0,60	3	0,45
Directo	Presentación del producto	0,15	4	0,60	3	0,45	1	0,15	1	0,15
	TOTAL	1		2,8		2,65		2,55		2,60

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Dentro de la matriz de perfil competitivo podemos observar que las empresas Vive 100 y Red Bull se encuentran posicionadas en el mercado, sin embargo, al ser una nueva empresa en el mercado se presenta debilidad en ciertos aspectos como la publicidad llamativa, lo primordial es que el producto a introducir al mercado es una bebida energética con tres extractos que no tienen en el mercado, que presenta la aceptación en el mercado objetivo.

Plan de acción: Para la elaboración del plan es significativo identificar las estrategias con los respectivos responsables, es así que es recomendable recurrir a una tabla de plan de acción que inspeccione de forma integral, como se muestra a continuación:

Tabla N°37: Matriz Plan de Acción

Plan de Acción						
Estrategia	Táctica	Responsable	Indicador	Medio de verificación	Presupuesto	
Matriz EFI						
Realizar publicidad a través de las redes sociales, por medio de la fan page.	Encuestar a las personas en las redes sociales	Vendedor/a	Seguidores fan page / Número de Encuestados	Reporte encuestas	de \$	100,00
Concretar un plan de capacitación a los empleados	Cultura organizacional e imagen de marca	Gerente - Administrador/a	Asistentes al curso / Número de aprobados	Informe aprobados	de \$	300,00
Investigación de Mercado						
Examinar los métodos de elaboración hacia la inspección, tanto protector como correctivo del sabor de la bebida energizante	Aplicar degustaciones con los posibles consumidores.	Jefe producción Vendedor/a	Número de bebidas vendidos a la semana/Número de bebidas vendidos al mes	Informes revisados	\$	6,00
Planificar un estudio de proveedores	Calificar proveedores para obtener materia prima de calidad	Jefe producción /Gerente Administrador/a	Cantidad de proveedores cumplidos / Cantidad total de proveedores	Entrega y recepción de facturas	y de \$	20,00
Poder de negociación de los proveedores Situar proveedores que efectúen con las características determinadas	Establecer una asamblea de proveedores específicos y nacionales	Gerente - Administrador/a	Número de Proveedores actuales/Número de Proveedores totales	Informe de proveedores	de \$	20,00
Rivalidad entre competidores Analizar a la competencia a fin de obtener información valiosa para fortalecer nuestra bebida energizante.	Revisar sus actividades en la atención al cliente y sus productos ofrecidos y comprar sus productos	Gerente - Administrador/a	Número de actividades a mejorar / Número total de actividades encontradas	Informes realizados	\$	50,00

	para conocerlos de mejor manera						
Amenaza de ingreso de productos sustitutos	Aplicar herramientas de control de calidad para garantizar un producto con estándares aceptables.	Gerente - Administrador/a	- Procesos nuevos / Procesos Totales	Reporte de los controles de calidad realizados	\$	50,00	
Mejorar continuamente la calidad de la bebida energizante							
Poder de negociación de compradores	Realizar convenios con los clientes potenciales	Gerente - Administrador/a- Vendedor/a	Número de clientes conformes / Número Total clientes	Documentos avalados	\$	30,00	
Conseguir un precio final admisible que se encuentre al alcance de los consumidores							
Amenaza de entrada de nuevos competidores	Matriz MPC	Gerente - Administrador/a	Puntaje obtenido / Puntaje máximo de la competencia	Documento de la matriz avalado	\$	25,00	
Equilibrar a la principal competencia del mercado							

PLAN MEDIOS

Dar a conocer el producto RECOVERY a través de medios impresos, radio.	Contratar los servicios de una radio para promocionar la bebida energizante. Enviar hacer volantes impresos. Redes sociales. Degustaciones.	Vendedor/a	Inversión en publicidad / Ventas Totales	Estados Financieros	\$	420,00	
--	---	------------	--	---------------------	----	--------	--

MPC

Posicionar la bebida energizante en el mercado objetivo	Aplicar el plan de negocio	Gerente - Administrador/a	Porcentaje del Plan ejecutado / Porcentaje del Plan de negocio	Plan de negocio	\$100		
---	----------------------------	---------------------------	--	-----------------	-------	--	--

Elaborado por: Cevallos Xiomara

1.3.3 Proyección de la oferta

Se define como oferta a las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado objetivo a diferentes precios acorde a la competencia manteniéndose las demás determinantes invariables que puede perjudicar la comercialización del mismo (Obando, 2010, p. 40).

La proyección de la oferta se aplicó de acuerdo al stock de las principales empresas que comercializan productos sustitos, aplicado un precio promedio y el valor resultante en años.

Tabla N°38: Datos para el cálculo de la oferta

Total Oferta	Tasa de inflación	Oferta	Año
\$160.585,92	0,22%	\$160.939	2017
		\$161.293	2018
		\$161.648	2019
		\$162.004	2020
		\$162.360	2021
		\$162.717	2022

Elaborado por: Cevallos Xiomara

Fuente: Investigación de campo realizada en Supermercados.

Nota: las proyecciones de los valores de la oferta para cada año fueron efectuados con la tasa de inflación del 0,22%

Tabla N°39: Oferta de los establecimientos

Establecimiento	Producto	Total Unidades								
AKI	Red Bull	41								
	Moster Energy	59								
	V220	60								
	Vive 100	43								
	Powerade Energy	38	Sucursales	Total cantidades de unidades	2 veces reposiciones pro semana	Mes	Año	Total unidades al año	costo	\$ Anual
	Volt	22								
		263	2	536	1	4	12	\$25.728	\$1,37	\$35.247,36
Megamaxi	Red Bull	120								
	Moster Energy	106								
	V220	218								
	Vive 100	172								
	Powerade Energy	51	Sucursales	Total cantidades de unidades	2 veces reposiciones pro semana	Mes	Año	Total unidades al año	costo	\$ Anual
	Volt	62								
Total		729	1	729	2	4	12	\$69.984	\$1,37	\$95.878,08
Almacenes tía	Red Bull	40								
	Moster Energy	43								
	V220	56								
	Vive 100	35								
	Powerade Energy	31	Sucursales	Total cantidades de unidades	2 veces reposiciones pro semana	Mes	Año	Total unidades al año	costo	\$ Anual
	Volt	19								
Total		224	2	448	1	4	12	21504	1,37	\$29.460,48

Elaborado por: Cevallos Xiomara

1.4 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

La demanda potencial insatisfecha de acuerdo a Baca dice que; “es el conjunto de bienes o servicios que es posible que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha definitivo que ningún productor actual logrará compensar si muestran las circunstancias en las cuales se hizo el cálculo”. (Baca Urbina, 2010, p. 82). Aquí se instituye lo que aún el mercado no ha protegido las necesidades de los consumidores como es el ejemplo de las bebidas energéticas.

Tabla N°40: Demanda Potencial Insatisfecha

DPI						
Año	Demanda	Oferta	DPI Dólares	DPI/año (10%)	DPI mensual	DPI día
2017	\$ 451.020	\$ 160.939	\$290.081	\$ 29.008	2415	121
2018	\$ 463.123	\$ 161.293	\$301.830	\$ 30.183	2510	125
2019	\$ 475.225	\$ 161.648	\$313.577	\$ 31.358	2605	130
2020	\$ 487.328	\$ 162.004	\$325.324	\$ 32.532	2700	135
2021	\$ 499.430	\$ 162.360	\$337.070	\$ 33.707	2795	140
2022	\$ 511.532	\$ 162.717	\$348.815	\$ 34.882	2990	145

Elaborado por: Cevallos Xiomara

De acuerdo a la tabla anterior se calculó una DPI de 290.081 dólares para el año 2017, una DPI anual del 10% de 29.008 con la cual se pretende trabajar, para el año proyectado del 2022 se obtiene una DPI de 34.882.

1.5 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Para la creación del emprendimiento de la bebida energizante de ginseng, guayusa y la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, es sustancial que a la hora de introducir al mercado un nuevo producto es importante determinar una promoción y publicidad agresiva para que impacte al futuro consumidor mediante la publicidad en redes sociales, volantes, afiches, medios de comunicaciones.

Estrategias de promoción y publicidad

- Establecer una campaña eficiente de la promoción y publicidad de la bebida energizante a base de ginseng, guayusa y jengibre, a través de las redes

sociales, radio, televisión nacional y televisión cable, prensa escrita, gigantografía porque es la nueva forma y oportunidad de crecer en ventas.

- Realizar promociones que incentiven al consumo de bebidas energéticas a través de plan de medios.
- Anunciar en las ferias artesanales, de emprendimiento, fiestas cantonales, para estar al tanto de la bebida energizante a base de ginseng, guayusa y jengibre.

El nombre de Fast Recovery, significa recuperación rápida y el eslogan que se refleja en Vitalidad, Vitaminas y Vigor por las propiedades nutricionales que tienen los extractos de ginseng, guayusa y jengibre.

Para el diseño del logotipo se inspiró en una imagen que se propone, donde se identifica la velocidad y fuerza de nuestra bebida energizante a base de ginseng, guayusa y jengibre que combina.



Imagen N°4: Logotipo y slogan
Elaborado por: Cevallos Xiomara



Imagen N°5: Diseño en botella plástica de la Bebida energizante Fast Recovery
Elaborado por: Cevallos Xiomara

1.6 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR (CANALES DE DISTRIBUCIÓN)

El canal de distribución a emplear es del productor de bebidas energizantes, es decir vamos a venderles según la pregunta de la encuesta donde recabamos la información adecuada (Supermercado, tiendas de barrio, entre otros), hasta llegar al consumidor final que son las personas de 15 – 49 años ya sean hombres y mujeres dentro de la ciudad Ambato.



Gráfico N°16: Canal de Distribución de Fast Recovery
Elaborado por: Cevallos Xiomara.

1.7 SEGUIMIENTO DE CLIENTES

Es necesario considerar el seguimiento de los consumidores, donde permitirá evaluar que los clientes se sientan satisfechos con el producto que ofrece la empresa.

Tabla N°42: Ficha para seguimiento a clientes

CÓDIGO	NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	E-MAIL
V300001				
V300002				
V300003				
V300004				
V300005				

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

El software libre que utilizaremos se llama Bitrix CRM (Gestión de Relación de Clientes). Ver Figura que muestra las cualidades del sistema CRM y de la pantalla principal.



Imagen N°6: Cualidades del Bitrix 24 CRM
Fuente: Bitrix CRM.

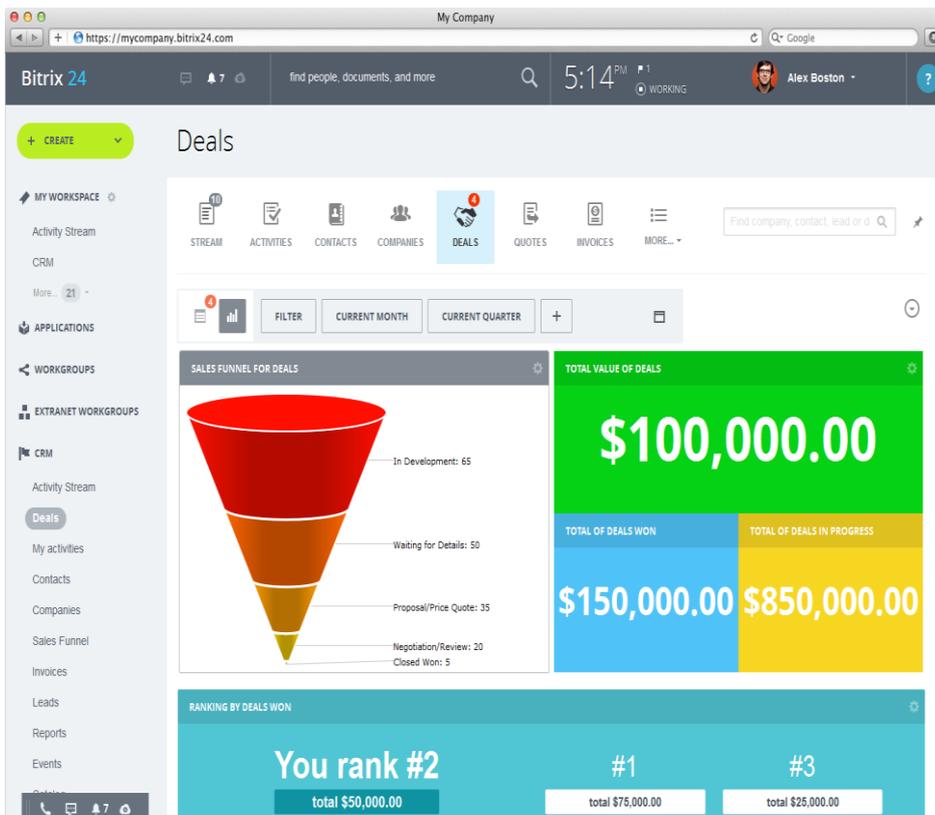


Imagen N°7: Pantalla Principal de Bitrix 24 CRM
Fuente: Bitrix CRM.

1.8 ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS

Los mercados alternativos para el presente plan de negocios pueden ser los siguientes:

Tabla N°43: Mercado y productos alternativos de las bebidas energizantes

Mercado Alternativo	Producto Alternativo	Descripción
Los mercados alternativos del proyecto está fijado en el cantón Latacunga el cantón Salcedo porque su condición geográfica.	Bebida hidratante	Para mejorar la salud de las personas se pueden elaborar bebidas naturales.
	Bebida natural a base de jengibre	
	Bebida natural a base de ginseng	
	Bebida natural a base de guayusa	

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Enseguida, se puntualiza los pasos del proceso de producción de la bebida energizante.

2.1.1 Descripción de proceso de transformación del producto

En el proceso de transformación de las bebidas energizantes, se inicia desde el ingreso de los insumos básicos a base de guayusa y ginseng, posteriormente la compra de la materia prima para pasar al proceso de elaboración de las bebidas energizantes, hasta obtener el producto final en el sabor de tamarindo, cada producto se encontrará en su empaque respectivo en botella plástica según lo obtenido en la encuesta.

1. Recepción y selección de insumos

La materia prima es recibida en cajas e ingresada a la planta de producción. Se procede al peso de las mismas y la selección de los insumos se lo realiza de forma manual, con criterios de calidad que contengan los siguientes aspectos: que estén sanas y enteras, que no tengan manchas por el sol, sin olores extraños.



Imagen N°8: Recepción y selección de insumos
Fuente: Cevallos Xiomara

2. Lavado de insumos guayusa y jengibre

La fruta seleccionada pasa a unas ollas donde se lava en agua; el objetivo principal es eliminar la suciedad y reducir la contaminación microbiana. Con este lavado adecuado de la guayusa y jengibre se pueden reducir hasta el 95% de las bacterias que se encuentran presentes en la superficie.



Imagen N°9: Lavado de insumos guayusa y jengibre
Fuente: Cevallos Xiomara

3. Infusión de la guayusa y jengibre

Se ubica las hojas de guayusa en un recipiente, donde se añade agua a temperatura de hervor (alrededor de 90°), luego de tapar se deja descansar por 10 y 15 minutos. El mismo procedimiento para el jengibre a una temperatura de ebullición.



Imagen N°10: Hojas de guayusa dentro del recipiente
Fuente: Cevallos Xiomara



Imagen N°11: Ebullición hojas de guayusa
Fuente: Cevallos Xiomara



Imagen N°12: Ebullición jengibre.
Fuente: Cevallos Xiomara

4. Control de Temperatura

El control de la temperatura hasta llegar a los 90° que es el punto de ebullición recomendado para la parte central del Ecuador.



Imagen N°13: Control de temperatura
Fuente: Cevallos Xiomara

5. Filtrado del extracto de guayusa y jengibre

Esto es necesario para poder excluir cualquier residuo y/o impureza al momento de efectuar la mezcla de los insumos para la bebida energizante.

Luego que haya pasado el tiempo de infusión, se filtra el agua conseguida en un cernidor de malla metálica, con el propósito de descartar las hojas de guayusa.



Imagen N°14: Filtrado del extracto de guayusa y jengibre
Fuente: Cevallos Xiomara

6. Pesado de los insumos

Se inspecciona la cantidad de materia prima inicial que se va a manipular en el proceso de producción de la bebida energizante, para esta actividad utilizamos una balanza digital.



Imagen N°15: Pesado de los insumos
Fuente: Cevallos Xiomara

7. Mezclado de la materia prima

Posteriormente se procede a la mezcla de los diferentes ingredientes como agua, azúcar, los extractos de guayusa, jengibre de manera uniforme, a partir de esto se genera una consistencia líquida.



Imagen N°16: Mesclado de la materia prima
Fuente: Cevallos Xiomara



Imagen N°17: Extractos de guayusa y jengibre
Fuente: Cevallos Xiomara

En esta parte del proceso de elaboración de la bebida energizante, se procede a colocar el líquido en el envase molde.



Imagen N°18: Colocar en envase contenido
Fuente: Cevallos Xiomara

Luego se coloca el conservante en el envase molde, para luego conectar a la máquina.



Imagen N°19: Colocar el conservante
Fuente: Cevallos Xiomara

Aquí se muestra el funcionamiento de la máquina donde se introduce el C02 dentro del envase y se mezcla toda la materia prima, esto se lo realiza para tres bebidas de 350ml.



Imagen N°20: Funcionamiento maquina C02
Fuente: Cevallos Xiomara

8. Envasado

De forma manual se realiza el envasado de las botellas de plástico, y éstas se llenan con la bebida energizante. Los envases se tapan y posteriormente se esterilizan.



Imagen N°21: Envasado manual en las botellas
Fuente: Cevallos Xiomara

9. Esterilización y Enfriado

Se procede a llenar la bebida en los envases de 375ml, dejando un espacio de cabeza suficiente para impedir potenciales problemas en la esterilización. Consecutivamente se calientan hasta una temperatura de 85°C (baño maría) con el

objetivo de excluir el oxígeno que se localiza en el envase, en seguida se sella y se esteriliza.



Imagen N°22: Esterilización de las bebidas energizantes
Fuente: Cevallos Xiomara

Las botellas de plástico son colocadas en el área de enfriamiento destinado para que su temperatura pueda bajar y su manejo sea más práctico. Los envases esterilizados se enfriaron en la nevera, con el objetivo de contener la esterilización, inducir un conflicto térmico y auxiliar a enfriar los envases en menor tiempo.

El almacenamiento temporal de la bebida energizante se realizó en refrigeración a una temperatura aproximada de 4°C.



Imagen N°23: Enfriamiento de las bebidas energizantes
Fuente: Cevallos Xiomara

10. Etiquetado y empaquetado en cajas

Las botellas de plástico son rotuladas de acuerdo al diseño del logo, con el requisito mencionado “semáforo” en el cual es una herramienta para alertar a los consumidores sobre la cantidad de grasas, sal, azúcares que contienen diversos productos alimenticios procesados.

Se procede a continuación, realizar al empaque en el cual las botellas de plástico son colocadas en cajas para su distribución local.



Imagen N°24: Empaquetado en cajas
Fuente: Cevallos Xiomara

Los insumos necesarios para la elaboración de una bebida energizante a base de guayusa, ginseng y jengibre se muestran en la siguiente tabla.

Tabla N°44: Insumos para la elaboración de una bebida energizantes a base de guayusa, ginseng y jengibre de 375 ml.

Cantidad	Unidad de Medida	Ingredientes	Precio USD
25	Mililitros	Infusión de Guayusa	0,050
25	Mililitros	Extracto de Ginseng	0,004
10	Mililitros	Infusión de Jengibre	0,008
300	Mililitros	Agua embotellada	0,0023625
10	Gramo	Sorbato	0,050
16	Gramos	Azúcar	0,0272
4,2	Gramos /litros	Dióxido de carbono (C02)	0,040
5	Mililitros	Saborizantes	0,0020

Elaborado por: Cevallos Xiomara

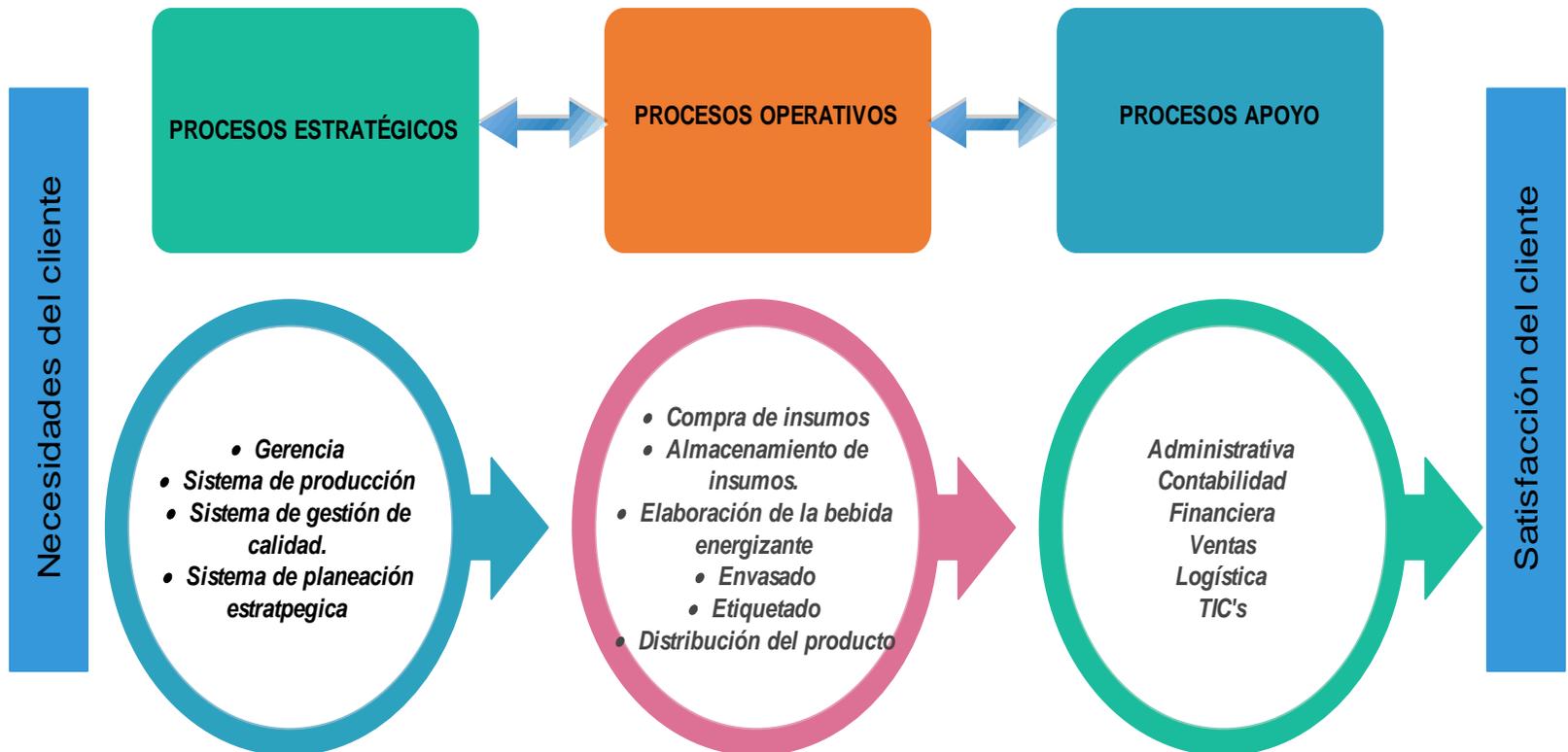


Gráfico N°17: Mapa de procesos
Elaborado: Cevallos Xiomara

DIAGRAMA O CURSOGRAMA DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA BEBIDA ENERGIZANTE									
Diagrama	Proceso de bebida energizante			Operación					
Proceso:	Completo bebida			Transporte					
Método:	Actual / Propuesto			Demora					
Realizado por:	Xiomara Cevallos			Almacenamiento					
Fecha:	2018			Inspección					
N°	Descripción del proceso	Actividad					Tiempo (min)	Distancia (metros)	Observación
									
1	Recepción y selección insumos (M.P)					x	25	0,6	
2	Lavado de insumos guayusa y jengibre	x					10	0,8	
3	Infusión de la guayusa y jengibre		x				40	0,2	
4	Control de temperatura			x			10	0,2	
5	Filtrado extracto de guayusa, jengibre	x					10	0,4	
6	Pesado de los insumos					x	5	0,8	
7	Mesclado de la materia prima			x			10	0,6	
8	Proceso de transformación	x					60	0,4	
9	Envasado		x				10	0,2	
10	Esterilización y enfriado					x	120	0,4	
11	Etiquetado y empaquetado en cajas					x	10	0,2	
							Total min	310	4,80
							Total horas	5,2	

Gráfico N°18: Diagrama Proceso Elaboración bebida energizante
Elaborado: Cevallos Xiomara

En este apartado se describe de manera muy general y sencilla cómo se lleva a cabo la producción de la bebida energizante *Fast Recovery* a través de un diagrama de flujo.

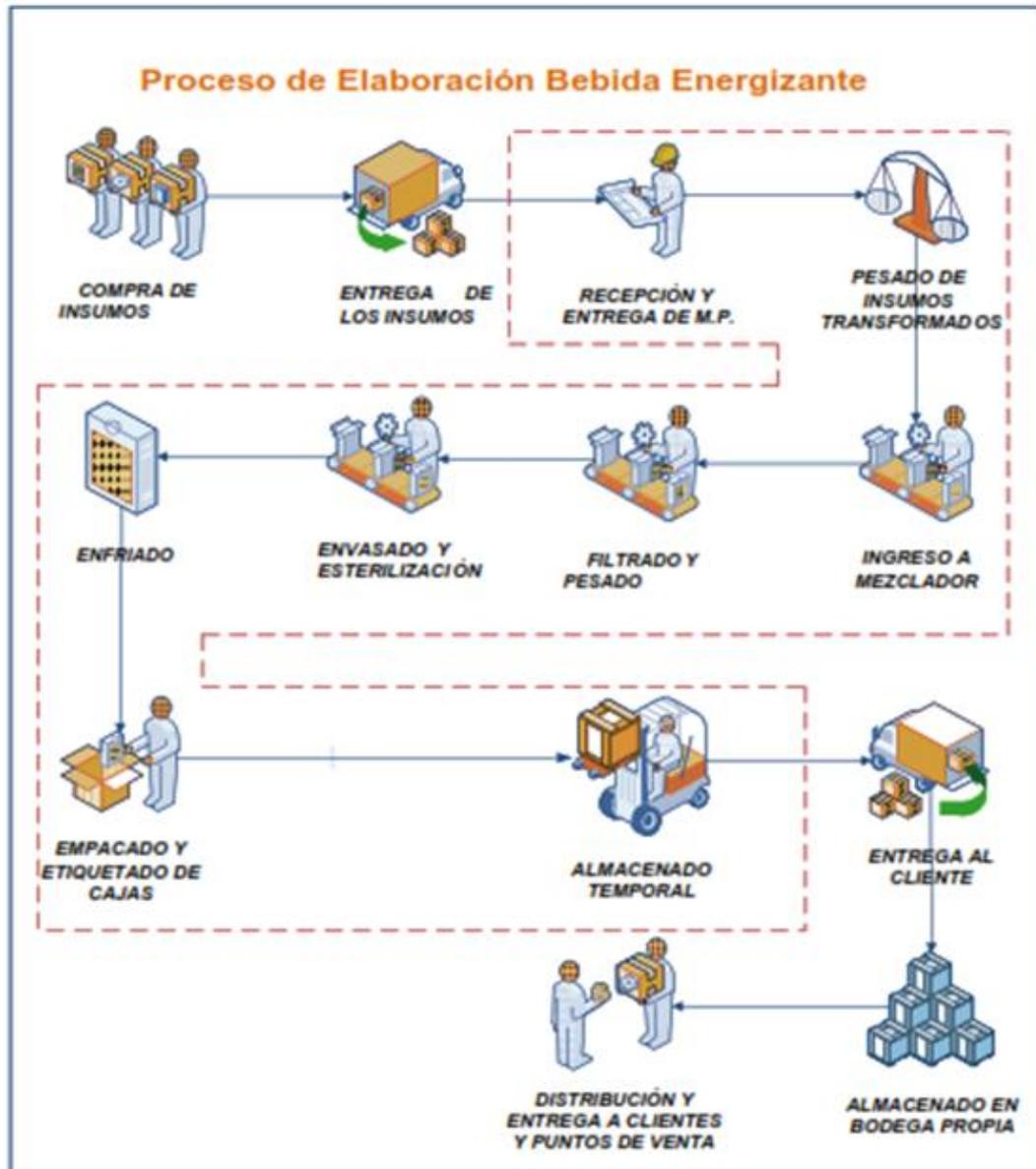


Gráfico N°19: Diagrama de Flujo Elaboración de la bebida energizante
Elaborado: Cevallos Xiomara

2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

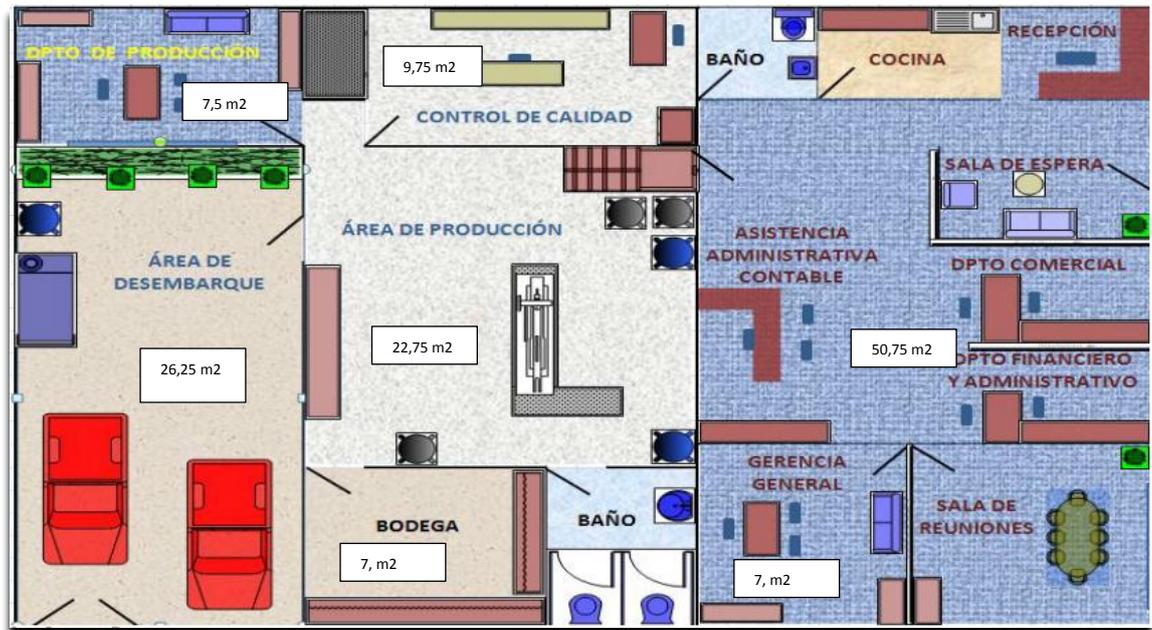


Gráfico N°20: Instalaciones, equipos y personal
Elaborado: Cevallos Xiomara

La figura anterior indica la distribución de la Planta para la elaboración de la bebida energizante Fast Recovery. El área total de la empresa es de 131 m², distribuida de la siguiente manera:

a) **Área de Desembarque:** Tiene un área de 26,25 m², este espacio servirá para guardar los vehículos, al igual para el lavado y aireado de los insumos.

b) **Área de Producción:** Tiene un área de 22,75 m², en este espacio se manejará todos los procesos ya descritos anteriormente, esta área tiene un alto de 3 m, también está ubicado el baño y la bodega. Las ubicaciones de la maquinaria y equipos, está de una forma, que se facilitan los procesos para la producción y limpieza de todo el sector.

c) **Control de Calidad:** Es un laboratorio de 9,75m², equipado para realizar los análisis de calidad de la bebida energizante, así como los productos resultantes de los procesos, el control de desechos y el control ambiental.

d) Departamento de Producción: Es una oficina de 7,5 m², aquí se ubica el Jefe de Producción, de tal manera que tiene control del proceso que se realiza, al encontrarse junto al área de producción.

e) Bodega: Tiene un área de 7 m², aquí se guarda la materia prima, algunos insumos y herramientas de la empresa.

f) Gerencia General: Es una oficina de 7 m², aquí se ubica el Gerente General.

En los restantes 50,75 m² se ubica la sala de reuniones, el Departamento Comercial, el Departamento Financiero, la Asistencia de Administración y Contabilidad, la recepción y una sala de espera para los clientes – proveedores, al igual que un baño y una cocina.

Tabla N°45: Maquinaria y equipos

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COCINA INDUSTRIAL DE TRES QUEMADORES (acero inoxidable)	1	\$ 80,00	\$ 80,00
REFRIGERADOR	1	\$ 400,00	\$ 400,00
BALANZA ELECTRÓNICA INDUSTRIAL 300kg / 660 lb.	1	\$ 30,00	\$ 30,00
MANGUERA	2	\$ 10,00	\$ 20,00
TANQUE DE LAVADO	2	\$ 30,00	\$ 60,00
SODA STREAM	2	\$ 130,00	\$ 260,00
TERMÓMETRO	2	\$ 2,00	\$ 4,00
VASOS MEDIDORES	2	\$ 18,00	\$ 36,00
OLLA DE PRESIÓN	1	\$ 60,00	\$ 60,00
COLADOR METÁLICO	2	\$ 0,90	\$ 1,80
JARRA BAMBINA	2	\$ 1,25	\$ 2,50
CUCHARETA DE ALUMINIO	2	\$ 4,00	\$ 8,00
PALETAS DE MADERA	2	\$ 1,60	\$ 3,20
RECIPIENTE DE ALUMINIO	2	\$ 10,00	\$ 20,00
BALDE DE 20 LT	2	\$ 5,50	\$ 11,00
MANDIL	4	\$ 12,00	\$ 48,00
GUANTE QUIRÚRGICO (100 U)	1	\$ 12,00	\$ 12,00
GORRO TIPO BOUNFAND (100 U)	1	\$ 5,00	\$ 5,00
MASCARILLA (100 U)	1	\$ 7,50	\$ 7,50
TOTAL			\$ 1.069,00

Elaborado: Cevallos Xiomara

2.1.3 Tecnología a aplicar

En la siguiente tabla se detalla la maquinaria que se obtendrá en un futuro para transformar el proceso de producción artesanal a un lineal.

Tabla N°46: Tecnología adquirida

MAQUINARIA	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
SodaStream	<p>SodaStream ofrece un delicioso surtido de sabores disponibles para la venta por separado. Con SodaStream puedes crear agua con gas y bebida fresca y burbujeante en segundos.</p> <p>Características</p> <p>Gasificado automático</p> <p>Se adapta a todos los cilindros Sodastream</p> <p>Sistema de unión automática de botella</p> <p>MEDIDAS DE LA MAQUINA</p> <p>42cm x 18cm x 11cm (Al x L x An)</p> <p>MEDIDAS DE CILINDRO DE GAS CO2</p> <p>36cm x 5,5cm (Al x An)</p> <p>MEDIDA DE BOTELLA</p> <p>28cm x 7,5cm (Al x An)</p>	
Etiquetadora	<p>Gracias al sensor fotoeléctrico que responde al cambio en la intensidad de la luz, es capaz de detectar la etiqueta y parar el etiquetado. De esta forma no hace falta el uso de una manivela o palanca. Accionando el pulsador la etiquetadora se realizará el resto.</p> <p>El mecanismo de ajuste de la etiquetadora semiautomática, permite adaptarse rápidamente a diferentes tamaños de envase para ser etiquetados.</p> <p>Con el nuevo sistema de etiquetado semiautomático se ahorrará tiempo y esfuerzo. Solo tendrá que poner la botella, y el resto lo hará la etiquetadora. Para la realización de la etiquetadora se ha utilizado un tipo de polietileno PE500, fácil de limpiar y resistente a los líquidos.</p> <p>Disponible el marcador de lotes, con el que podrá sellar fechas u otros datos en la botella (caducidad, número de lote, año de producción, etc.).</p>	

Elaborado: Cevallos Xiomara

2.2 FACTORES QUE AFECTAN AL PLAN DE OPERACIONES

2.2.1 Ritmo de producción

El nivel de inventario promedio diario de las bebidas inicialmente será de 121 bebidas diarias, semanal de 604 bebidas, en el mes se ofertará de 2.415 bebidas energizantes, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla N°47: Ritmo de producción (diario, semanal, mensual, y anual)

Descripción	Cantidad
Diaria	121
Semanal	604
Mes	2.415
Anual	29.008

Elaborado: Cevallos Xiomara

2.2.2 Nivel de inventario promedio

El nivel de inventario promedio diario de las bebidas energizantes inicialmente será de 121 unidades producidas, la cantidad mensual de (29.008) bebidas energizantes, se efectuará en un trabajo de cinco días a la semana, es decir, veinte días al mes.

2.2.3 Número de trabajadores

Tabla N°48: Empleados de la empresa Fast Recovery

N°	Denominación del puesto	funciones del puesto	Contrato
1	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> • Liderar la enunciación y aplicación del plan de negocios. • Planear los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. • Concretar políticas generales de administración • Administrar y controlar el desempeño de las áreas. • Ayudar con el productor en la enunciación y realización del plan de producción • Restablecer la documentación asignada bajo su responsabilidad (Planes, instructivos, procedimientos). 	Indefinido
2	Asistente de producción	<ul style="list-style-type: none"> • Concurrir en todas las labores que le delegue el Gerente. • Elaborar actividades relacionadas a labores de orden y limpieza. • Efectuar con las normas de higiene y conducta personal. • Examinar persistentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales • Realizar un seguimiento de consumos por cada cliente de su zona. • Inspeccionar la evolución del consumo de los clientes. 	Indefinido
1	Vendedor/a	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudar en la distribución y/o colocación de material promocional en los locales. • Proyectar semanalmente las actividades de visitas a realizar diariamente. • Apoyar y capacitar al cliente con demostraciones de los productos. • Presenciar en todas las labores que le delegue el Gerente. 	
1	Contador/a Financiero/a	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar los ingresos y gastos indefinidos. • Revisar las cuentas de los estados financieros. • Pagar impuestos. • Crear planes de inversión. • Analizar estados financieros. • Planificar el financiamiento de la empresa. 	

Elaborado: Cevallos Xiomara

2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.3.1 Capacidad de producción futura

Para la capacidad de producción futura, representa en la siguiente tabla puntualizando la producción diaria, semanal y mensual de las bebidas energizantes a producir, al conseguir el valor anual de la producción que es de 29.008 unidades, se descende a proyectar con el indicador de crecimiento del 10% cada año, para lo cual se despliega lo siguiente:

Tabla N°49: Capacidad de producción (día, semana, mes y año).

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Diaria	121	133	146	161	177
Semanal	604	664	731	804	884
Mes	2.415	2.657	2.922	3.214	3.536
Anual	28.976	31.874	35.061	38.567	42.424

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Las bebidas energizantes que se producirán diariamente son 121 unidades para el primer año. 604 bebidas energizantes, será producidas semanalmente detallando, laborando cinco días de la semana, es decir, de lunes a viernes. Para obtener las 2.415 bebidas energizantes, se multiplicará la producción diaria por los 20 días que se va a laborar en el mes produciendo bebidas energizantes. Finalmente, 28.976 bebidas energizantes, serán producidas anualmente, es decir, la producción mensual se multiplica por los doce meses del año.

Tabla N°50: Capacidad de producción (día, semana, mes y año).

Año	Cantidad
2018	28.976
2019	31.874
2020	35.061
2021	38.567
2022	42.424

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

Tabla N°51: Materias primas y grado de sustitución

MATERIAS PRIMAS	IMPORTANCIA DEL INSUMO	GRADO DE SUSTITUCIÓN	PROVEEDORES
Hoja de Guayusa	<p>Como se mencionó que la guayusa es una planta de la selva amazónica ecuatoriana, donde se utiliza sus hojas en infusiones y bebidas por sus grandes propiedades estimulantes. Entre sus primordiales propiedades destacan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Su contenido en cafeína es de un 3%. • Rica en vitaminas y minerales: magnesio, calcio, zinc, potasio y vitaminas C y D. 	<p>El grado de sustitución es BAJO, porque en la actualidad no coexisten grandes y pequeñas empresas que se proponen a la elaboración de la pulpa y casi no pueden reemplazar a las de frutas con este preparativo natural.</p>	Andes Co. - Green Matters
Planta de Jengibre	<p>El jengibre, que se parece a los vegetales se encuentra en su mayoría por hidratos de carbono y fibra.</p>	<p>El grado de sustitución es BAJO, porque en la actualidad existen grandes y pequeñas empresas que se dedican a la preparación de la pulpa y se pueden reemplazar a las de frutas con este preparativo natural.</p>	Cultrosa
Extracto de Ginseng	<p>El ginseng es una planta sagaz que posee cierto reconocimiento en China, en la que, por sus propiedades y beneficios tanto afrodisíacas como tonificantes, es gran valorada en la Medicina Tradicional China</p>	<p>El grado de renovación es BAJO, porque en la actualidad no concurren grandes y pequeñas empresas que se brindan a la preparación de la pulpa y casi no pueden reemplazar a las de frutas con este preparativo natural.</p>	Casa KOREA Cia. Ltda.

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

2.5 CALIDAD

2.5.1 Métodos de control de calidad

En el presente estudio se centra en dos métodos de control entre los cuales el listado de verificación o Check List, para evaluar el proceso de producción de las bebidas energizantes de *Fast Recovery*.

Tabla N°52: Listado de verificación

PARÁMETROS	LISTADO DE OBSERVACIONES	OPCIONES	
		SI	NO
RECEPCIÓN DE INSUMOS	1. ¿El área de admisión de los insumos se encuentra limpia?		
	2. Báscula completa, limpia y sin apariencia de oxidación.		
	3. Envases de alimentos limpios e honrados: libres de rupturas.		
	4. ¿Las frutas se hallan en buen estado?		
	5. Los alimentos expulsados están reconocidos con etiquetas y separados del resto de los alimentos.		
	6. El lavado y esterilización de frutas es correcta		
	7. Los proveedores son evaluados continuamente		
	8. ¿Interiormente del área de producción se ha mantenido la limpieza en general?		
PRODUCCIÓN	9. ¿El manejo de los desechos es correcto?		
	10. ¿Concurrieron retrasos en la elaboración?		
	11. ¿La maquinaria se halló en buen funcionamiento?		
	12. El personal tiene un uniforme limpio y completo.		
	13. El personal tiene cubierto el cabello con una red o turbante.		
	14. ¿La mezcla desempeña con una consistencia adecuada de la bebida energizante?		
MEZCLA	15. ¿Alcanza un nivel de semejanza en cuanto al sabor?		
	16. ¿Los productos desempeñan con las especificaciones?		
EMPACADO	17. Los aspectos de empaques están en buen estado.		
	18. Botellas plásticas en excelentes situaciones		
ENFRIADO	19. ¿La temperatura de enfriado para las bebidas energizantes es la correcta?		
	20. Puertas limpias y empaques en buen estado del congelador		
	21. Opina que el producto es de calidad.		
CALIDAD DEL PRODUCTO	22. Concorre una persona encargada de supervisar que el proceso de producción de las bebidas energizantes es de calidad.		
	23. ¿El personal que controla la vigilancia de la calidad se encuentra capacitado?		
SERVICIO AL CLIENTE	24. El área de atención de servicio se halla en un estado limpio.		

-
25. La respuesta a los pedidos de las bebidas energizantes se lo realiza con prontitud.
 26. La atención al cliente es eficiente.
 27. Conoce a detalle los **SERVICIO AL CLIENTE** requerimientos del cliente.
 28. La persona reconoce a las necesidades del cliente con entusiasmo y cordialidad.
 29. El producto que se promete cumplir con las expectativas del cliente
-

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

2.6 NORMAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

Es importante conocer las normas, reglamentos, certificados, permisos, requisitos, procedimientos y procesos por los cuales la bebida energizante con sabor a guayusa y ginseng; las instituciones públicas encargadas de todo ello son: el Ministerio de Salud junto al instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), la Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) y el Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública (INSPI).

ARCSA (2015, p.15) pone a disposición la Resolución ARCSA-DE-067-2015-GGG-Normativa de Alimentos:

Art.1: La presente normativa técnica establece las condiciones higiénico sanitarias y requisitos que deberán cumplir los procesos de fabricación, producción, elaboración, envasado, empaquetado transporte y comercialización de alimentos para consumo humano, al igual que los requisitos para la obtención de la notificación sanitaria de alimentos procesados nacionales y extranjeros según el perfilador de riesgos, con el objeto de proteger la salud de la población, garantizar el suministro de productos sanos e inocuos.

El Instituto Ecuatoriano de Normalización también pone a disposición el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 0068(1R) “Café, té, hierbas aromáticas”, RTE INEN 198 “Envases metálicos”, RTE INEN 022 “Rotulados, envasados y empaquetados” y la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2411 “Bebidas energéticas”.

El INSPI tiene como misión “generar, transferir y difundir conocimientos científicos y tecnológicos en salud mediante la ejecución de investigaciones, desarrollo e innovación tecnológica, y la gestión de laboratorios de referencia nacional que proveen servicios especializados en salud pública; con la finalidad de obtener evidencias que contribuyan al fortalecimiento de políticas públicas en salud” (INSPI, 2016).

Bebidas Energéticas: NTE INEN 2411

Dentro de esta norma se define a las bebidas energéticas como “bebidas no alcohólicas, carbonatadas o no, desarrolladas para perfeccionar momentáneamente el rendimiento humano”. (INEN, 2015, p.1).

Las bebidas energéticas tienen que presentar responsabilidad hacia la salud humana haciendo uso de los requisitos. La norma indica el contenido máximo de taurina, cafeína, glucoronolactona, vitaminas y minerales, valor calórico, requisitos microbiológicos y rotulado, cuando se elabora el energizante. (ANEXO 1.)

Rotulado de Productos Alimenticios Procesados, Envasados y Empaquetados: RTE INEN 022

Todos los productos alimenticios procesados, envasados y empaquetados deben cumplir con el rotulado establecido en la norma. Los alimentos que ya cuentan con el registro sanitario deben cumplir con los componentes y concentrados permitidos de grasas, azúcares y sal. Ver (ANEXO 2 y ANEXO 3).

Las normas de rotulación establecida para las bebidas energéticas son:

NTE INEN 1334-1 Rotulado de productos alimenticios para consumo humano. Requisitos. (ANEXO 4)

NTE INEN 1334-2 Rotulado de productos alimenticios para consumo humano. Rotulado Nutricional. (ANEXO 5)

CAPÍTULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.1.1 Visión de la empresa

Para el 2025 nos convertiremos en la empresa de mayor venta de bebidas energizantes en Tungurahua, con la más alta tecnología en maquinaria para abastecer la demanda que el país necesita”.

3.1.2 Misión de la empresa

Queremos ser la empresa que represente la calidad del mercado de bebidas energizantes, y para eso, contamos con un equipo capacitado, entregado y apasionado por brindar lo mejor de nosotros para satisfacer al cliente.

3.1.3 Valores

- Devoción por la satisfacción del cliente.
- Calidad y excelencia en el servicio.
- Trabajo en equipo, con honestidad y responsabilidad.
- Trato equitativo entre todos los encargados de la empresa.

3.1.4 Objetivos

- Ofrecer una bebida energizante natural, fresco, personalizado y único que atraiga y satisfaga a los clientes.

- Lograr una gama de productos de buena calidad durante todo el año. Para ello se necesita estandarizar la variedad, fiabilidad y calidad en los proveedores.
- Mantener al personal motivado para que pueda dar respuesta al valor que la empresa quiere dar al cliente.
- En síntesis, el objetivo número uno de *Fast Recovery* es ofrecer un producto natural, refrescante y de alta calidad en el mercado local.

Para poder competir frente a la competencia, la empresa debe buscar la manera de generar un valor superior al consumidor, adaptándose rápidamente a los cambios que se presenten

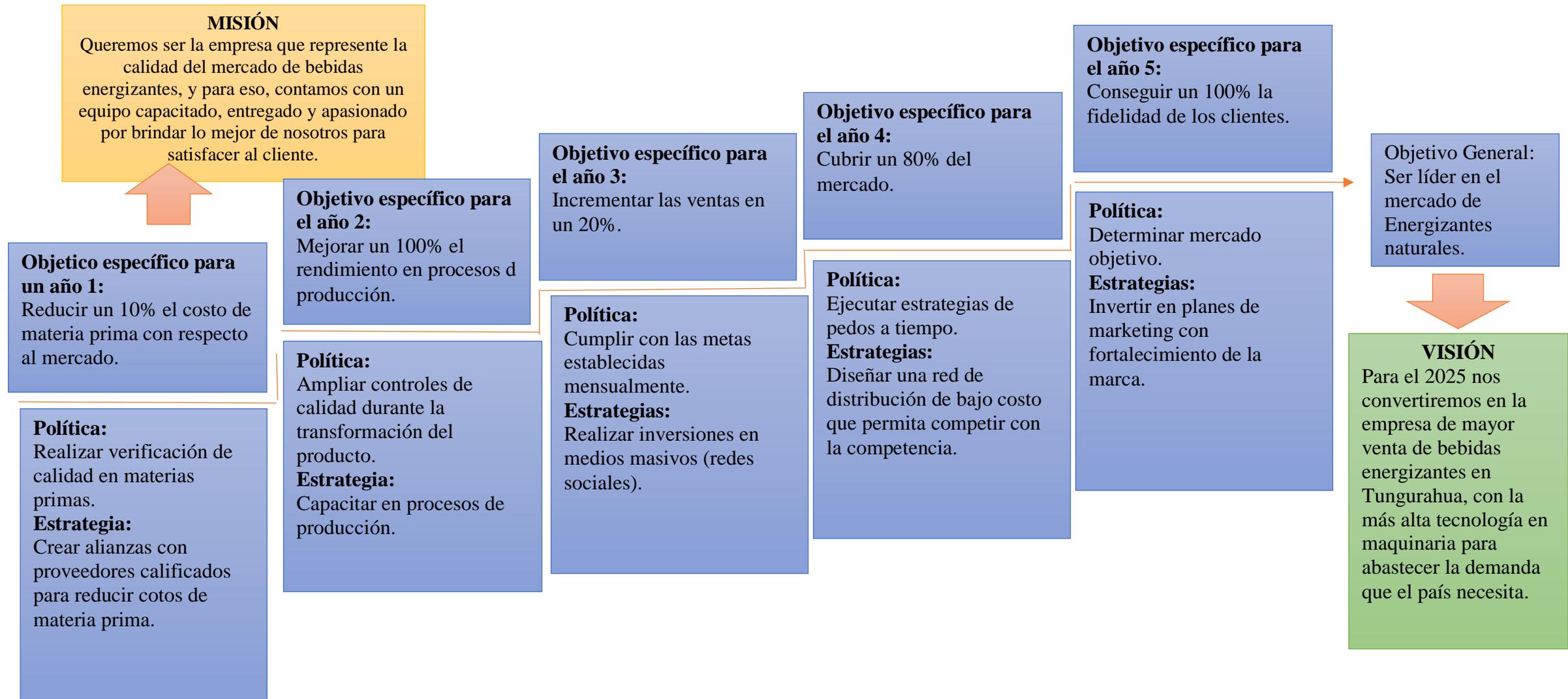


Gráfico N°21: Mapa Estratégico Fast Recovery
Elaborado: Cevallos Xiomara

3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.2.1 Realizar un organigrama de la empresa para definir la organización interna

Para el área organizacional se utilizó un organigrama de tipo específico debido que este tipo de organigramas exponen en forma particular la composición de una empresa, dado estas características a continuación se detalla:

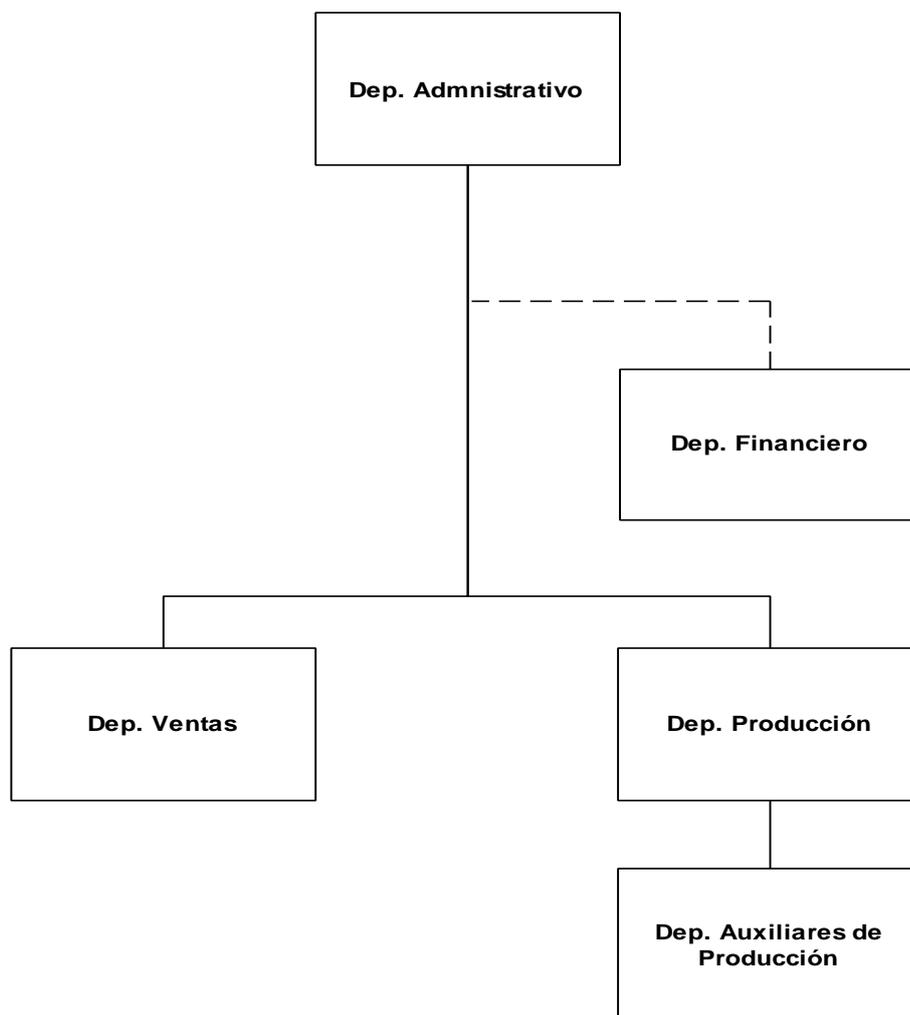


Gráfico N°22: Organigrama Estructural.
Elaborado: Cevallos Xiomara

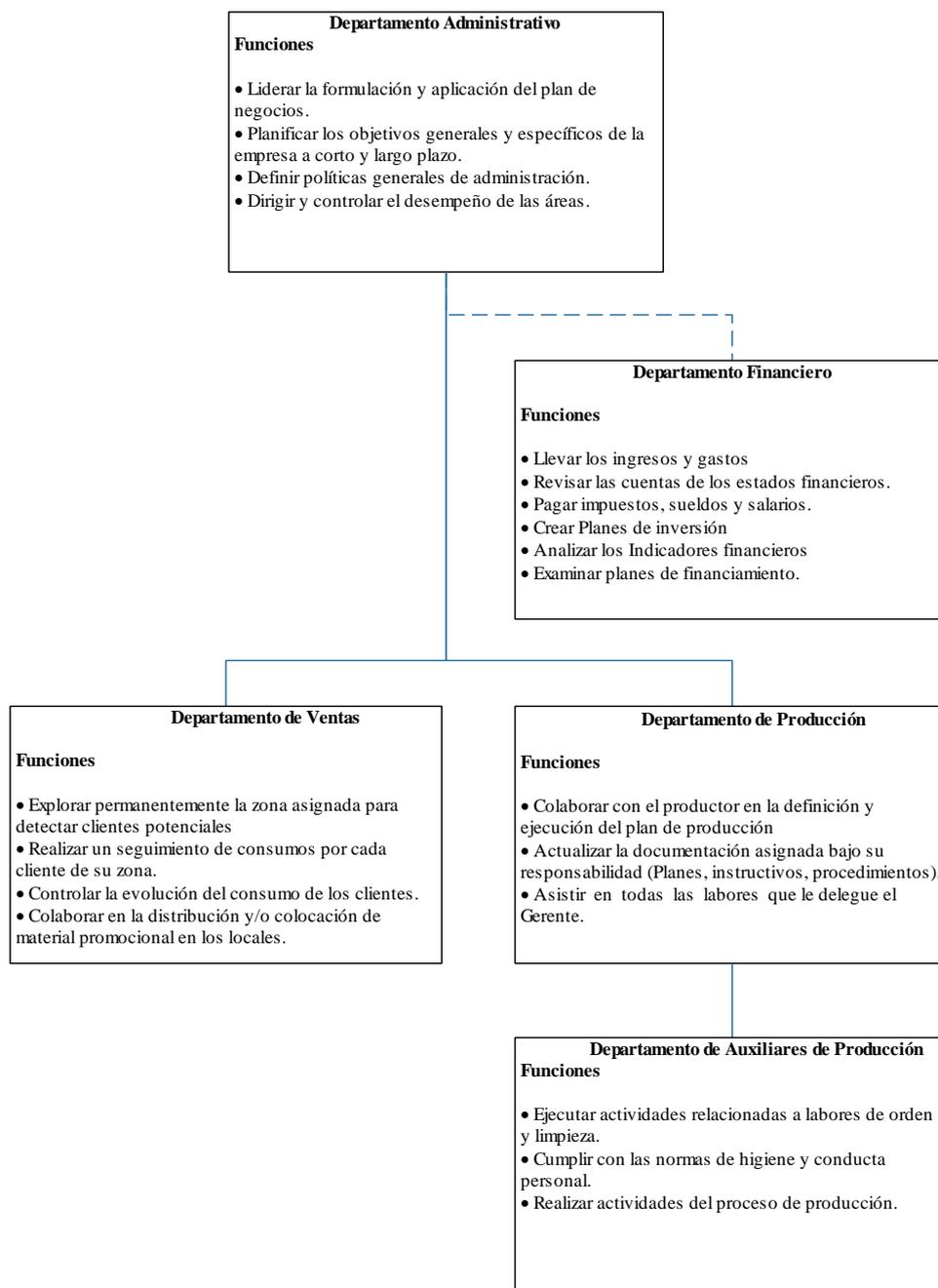


Gráfico N°23: Organigrama Funcional.
Elaborado: Cevallos Xiomara

3.2.2 Breve descripción de los cargos del organigrama

Enseguida, se presenta algunas funciones importantes que estarán obligados a cumplir el personal de la empresa:

Tabla N°53: Descripción del puesto de Gerente-Administrativo/a

FICHAS LABORALES			
A DATOS GENERALES			
LUGAR:	Ambato	CÓDIGO:	A01
PUESTO:	Gerente - Administrativo/a	FECHA:	30/8/2018
SUPERVISAR A:	A todos los departamentos		
B NATURALEZA DEL PUESTO			
<p>El gerente general tiene a su puesto la conducción total de la empresa, como también ejecutar de manera estratégica la planificación, organización, dirección e inspección de todas las actividades presentes y futuras de la empresa, así mismo el manejo de manera clara y precisa de la información contable y financiera.</p>			
C FUNCIONES			
1	Emplear la imagen legal de la empresa interna y externamente.		
2	Inspeccionar la contratación y despido del personal para de la empresa.		
3	Instituir el proceso administrativo de toda la empresa de manera táctica y estrategia a corto, mediano y largo plazo.		
4	Crear estrategias de manera proactiva de acuerdo a los resultados financieros obtenidos en la empresa.		
5	Suscitar una cultura organización óptima para todos los miembros de la empresa.		
D REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO			
TITULO PROFESIONAL	Ciencias Empresariales y/o afines		
EXPERIENCIA	3 años en cargos similares		
D1 HABILIDADES			
			Nivel
a)	Autoconfianza	Alta	Alto
b)	Integridad	Alta	Alto
c)	Identificación con la empresa	Alto	Alto
d)	Pensamiento Analítico	Alto	Alto
e)	Búsqueda de la información		Alto
D2 FORMACIÓN			
			Nivel
	Finanzas		Alto
	Comercialización y Ventas		Alto
	Computación		Medio
	Metodologías de formulación y evaluación de proyectos		Alto
	Administración empresarial.		Alto
Elaborado por:		Revisado por:	Aprobado por:

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Tabla N°54: Descripción del puesto de Contador/a – Financiero/a

FICHAS LABORALES		
A DATOS GENERALES		
LUGAR:	Ambato	CÓDIGO: B01
PUESTO:	Contador/a Financiero/a	FECHA: 30/8/2018
SUPERVISAR A:	A todos los departamentos	
B NATURALEZA DEL PUESTO		
Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de correspondencia, digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones y verificar su adecuada contabilización, elaborar nómina y liquidación de seguridad social. Asistir en el análisis de estados financieros, recopilando, registrando y llevando el control de la información; a fin de apoyar la correcta elaboración de los informes financieros de la empresa.		
C FUNCIONES		
1	Realizar procedimientos contables y controles.	
2	Velar por el cumplimiento de las normas y principios contables y regulaciones de ley.	
3	Automatizar los procesos contables y de control interno.	
4	Efectuar los cálculos necesarios para el análisis de los informes financieros.	
5	Elaborar series estadísticas, cuadros, gráficos y proyecciones de tipo financiero.	
D REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO		
TITULO PROFESIONAL	Finanzas o administrador con título de Contador Público Autorizado	
EXPERIENCIA	3 años en cargos similares	
D1 HABILIDADES		
a) Búsqueda de la información	Nivel Alto	
b) Pensamiento Analítico	Alto	
c) Identificación con la empresa	Medio	
d) Integridad	Medio	
e) Autoconfianza	Alto	
D2 FORMACIÓN		
Conocimientos actualizados contabilidad y tributaria	Nivel Alto	
Manejo de herramientas de oficina	Alto	
Conocimiento como mínimo de un programa contable	Medio	
Conocimiento de los procedimientos del sistema de gestión integrado relacionados en la caracterización del proceso al cual pertenece	Alto	
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Elaborado por: Cevallos Xiomara.		

Tabla N°55: Descripción del puesto de Jefe de Producción

FICHAS LABORALES			
A	DATOS GENERALES		
LUGAR:	Ambato	CÓDIGO:	C01
PUESTO:	Jefe/a de Producción	FECHA:	30/8/2018
SUPERVISAR A:	Producción		
B	NATURALEZA DEL PUESTO		
Trabajan en la industria manufacturera y son los responsables de gestionar los materiales y los trabajadores. Se aseguran de que la producción es tan eficiente como sea posible.			
C	FUNCIONES		
1	Planificar y la supervisión del trabajo de los operarios.		
2	Supervisar los procesos de producción o fabricación en empresas manufactureras.		
3	Controlar el stock y la gestión de almacenes.		
4	Buscar estrategias para aumentar la eficiencia y eficacia de la producción.		
5	Innovar en el diseño de productos o servicios, etc.		
D	REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO		
TITULO PROFESIONAL	Ingeniero Industrial, Alimentos o afines		
EXPERIENCIA	3 años en cargos similares		
D1	HABILIDADES		
a) Autoconfianza			Nivel Alto
b) Integridad			Alto
c) Identificación con la empresa			Medio
d) Pensamiento Analítico			Medio
e) Búsqueda de la información			Alto
D2	FORMACIÓN		
Formación específica en gestión y administración de empresas.			Nivel Alto
Conocimiento técnico sobre la industria en la que se trabaja.			Alto
En algunos sectores, los gerentes de producción necesitan tener conocimientos y cualificaciones técnicas, por ejemplo, en ingeniería.			Alto
Ser un buen comunicador, tanto oral y como por escrito.			Alto
Interés y conocimientos de matemáticas y de TIC.			Medio
Capacidad para trabajar bajo presión, ya que a menudo los plazos de producción son muy ajustados.			
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:	
Elaborado por: Cevallos Xiomara.			

Tabla N°56: Descripción del puesto de Operario

FICHAS LABORALES		
A DATOS GENERALES		
LUGAR:	Ambato	CÓDIGO: C0101
PUESTO:	Operario/a de Producción	FECHA: 30/8/2018
SUPERVISAR A:		
B NATURALEZA DEL PUESTO		
Efectuar actividades sobre la producción para asegurar el proceso, mantener limpio la planta de producción, ordenar los insumos e ingredientes.		
C FUNCIONES		
1	Acoger los ingredientes e insumos de los proveedores.	
2	Higienizar por dentro y fuera de la planta de producción.	
3	Ejecutar las actividades delegadas por el Jefe de Producción.	
D REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO		
TITULO PROFESIONAL	Técnico, Tecnólogo o Bachiller en el campo de acción.	
EXPERIENCIA	3 años en cargos similares	
D1 HABILIDADES		
		Nivel
a) Integridad		Medio
b) Autoconfianza		Alto
c) Identificación con la empresa		Medio
d) Pensamiento Analítico		Bajo
e) Búsqueda de la información		Bajo
D2 FORMACIÓN		
		Nivel
Formación en higiene y limpieza		Alto
Conocimiento básico de mezcla de productos		Alto
Obedecer las órdenes del Jefe de Producción		Alto
Capacidad para trabajar bajo presión, y en equipo.		Medio
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Elaborado por: Cevallos Xiomara.		

Tabla N°57: Descripción del puesto de Vendedor/a

FICHAS LABORALES		
A	DATOS GENERALES	
LUGAR:	Ambato	CÓDIGO: C0101
PUESTO:	Vendedor/a	FECHA: 30/8/2018
SUPERVISAR A:		
B	NATURALEZA DEL PUESTO	
	Desplegar las estrategias que certifiquen el crecimiento, rentabilidad y persistencia del cliente, con el objetivo de cumplir con la meta de ventas	
C	FUNCIONES	
1	Inspeccionar el volumen de ventas, costos utilidades.	
2	Comprobar los nuevos productos del mercado para comercializar y darle al público un buen beneficio.	
3	Instituir un nexo entre el cliente y la empresa.	
D	REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
	TITULO PROFESIONAL	Ingeniería en marketing, mercadeo y publicidad.
	EXPERIENCIA	1 año
D1	HABILIDADES	
		Nivel
	a) Autoconfianza	Medio
	b) Integridad	Alto
	c) Identificación con la empresa	Medio
	d) Pensamiento Analítico	Bajo
	e) Búsqueda de la información	Bajo
D2	FORMACIÓN	
		Nivel
	Marketing publicitario	Alto
	Relaciones Publicas	Alto
	Programación Neurolingüística	Alto
	Estudios de mercados	Medio
	Elaborado por:	Revisado por:
	Aprobado por:	
Elaborado por: Cevallos Xiomara.		

3.1 CONTROL DE CALIDAD

3.3.1 Listado de los indicadores de gestión necesarios

Tabla N°58: Indicadores de Gestión

ÁREA	INDICADORES
GERENCIA	Estrategias cumplidas / Estrategias planificadas
	Nivel de satisfacción de los clientes
	Nivel de rotación del personal
VENTAS	Cartera de clientes
	Nivel de ventas
	Porcentaje de quejas y reclamos
	Aumento de la utilidad neta con respecto al periodo anterior
PRODUCCIÓN	Porcentaje de personal capacitado
	Incremento por ventas
	Pedidos realizados correo o teléfono
	Porcentaje de unidades defectuosas
	Horas hombre empleadas
CONTABLE - FINANCIERO	Capital Neto de Trabajo
	Liquidez corriente
	Endeudamiento a corto plazo
	Endeudamiento a largo plazo
	Gestión de inventarios
	Rotación de Proveedores

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

3.4 NECESIDAD DEL PERSONAL

La empresa de bebidas energizantes *FAST RECOVERY* comienza con tres empleados fijos a tiempo completo y 2 personas a medio tiempo, se proyecta que en el lapso del tiempo que se mantenga los mismos empleados, donde todos deben desempeñar funciones de forma eficiente, deliberando en el crecimiento sostenido de la misma, concibiendo rentabilidad y formándose un valor agregado hacia los stakeholders.

Tabla N°59: Personal necesario a futuro

N° PERSONAS	ACTIVIDAD	TIEMPO	HORAS DE TRABAJO
1	Administrador/a	Completo	8 horas
1	Contador/a – Financiero/a	Medio tiempo	4 horas
1	Jefe Operativo	Completo	8 horas
1	Operario	Completo	8 horas
1	Vendedor/a	Medio Tiempo	4 horas

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

CAPÍTULO IV

ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

La empresa está en base a la determinación jurídica tomado de la *Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada* puesto que esta consiente que el fundador o mentor del proyecto sea uno sola persona, con designación de “gerente-propietario”; además, en la alineación de esta clase de empresa en lo que se describe al tema conyugal, hace referencia que sí forma parte de la empresa siempre y cuando el proceso de formación legal se hizo en estado civil de casados, pero si se creare la empresa después de un matrimonio, el único gerente-propietario es la persona que formó la empresa, es decir, que el cónyuge no forma parte de ésta empresa Superintendencia de Compañías (2016).

Tabla N°60: Características de las empresas

Características de las principales Empresas		
Compañía de responsabilidad limitada	Compañía Anónima	Empresa unipersonal de responsabilidad limitada
Las participaciones no son negociables. Requiere consentimiento unánime.	Acciones o participaciones son negociables y no requieren de su consentimiento.	Propicia el emprendimiento y desarrollo de microempresas
Máximo 15 socios.	No hay máximo de accionistas	Lo aprueba un juez de lo civil
Mínimo capital social \$400,00	Mínimo capital suscrito \$800,00	No está sujeta a la Superintendencia de Compañías
Votación según el aporte social	Votación según el capital pagado	Es requisito la inscripción en el Registro Mercantil
No es obligatoria la convocatoria en los medios de comunicación	Obligación tener órganos internos para fiscalizar	El representante legal es el propietario/a
Facultad para fiscalizar a través de órganos internos.	Es obligatoria la convocatoria en los medios de comunicación	Es una persona natural o jurídica
Sujetas a la Superintendencia de Compañías	Sujetas a la Superintendencia de Compañías y se inscribe en el Registro Mercantil	No es necesario la conformación de un contrato
El capital está dividido en cuotas o participaciones	El capital está dividido en cuotas o participaciones	No es una compañía o sociedad

Fuente: Superintendencia de Compañías (2016).

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

REGISTRO DE LA MARCA COMERCIAL

Para el trámite de registro de marca y/o nombre comercial. (Este trámite dura 6 meses aproximadamente). Para el efecto se deberá presentar (Registro de Marca del IEPI, 2018):

- a) Carta solicitando que se ejecute el trámite de registro de marca y/o de nombre comercial.
- b) Solicitud de registro de signos distintivos, inscrita por el petitionerario.
- c) Dos copias de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación del petitionerario.
- d) Copia notariada del nombramiento del representante legal, en caso de ser compañía.
- e) Si la marca es figurativa o mixta deberá mostrar seis etiquetas a color tamaño 5 x 5 cm., en papel adhesivo.
- f) “Declaración de exoneración de responsabilidades”, debidamente suscrita por el socio.

4.3 DETALLE DE TODO TIPO DE LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES (PATENTES INICIO DE ACTIVIDADES, ETC.)

A. Requisitos para la obtención del RUC:

- Copia de la cédula, papeleta de votación del representante legal de la organización.
- Copia del nombramiento del representante legal de la organización.
- Copia de los estatutos de la constitución de la organización.
- Llenar el documento 01 del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

B. Requisitos para la obtención de la patente municipal:

- Copia del R.U.C.
- Copia de cédula y papeleta de votación

- Formulario de declaración inicial de la actividad económica.

C. Requisitos para la afiliación a la Cámara de Comercio de Ambato:

- R.U.C.
- Nombramiento del Gerente o Representante legal en Ambato.
- Dos fotos tamaño carnet del Gerente.
- Cédulas y certificados de votación de Accionistas.
- Valor de la afiliación según capital indicado en la escritura.
- Permiso de funcionamiento de los Bomberos.

D. Certificación única de habilitación (GADMA)

- Solicitud dirigida al Sr. Alcalde (debe constar dirección, número de teléfono celular, nombre del negocio, actividad del negocio, croquis específico con referencias.)
- Formulario de solicitud en banco.
- Copia del RUC.

E. Certificado de uso de suelo

- Solicitud dirigida al Sr. Alcalde (debe constar dirección, número de teléfono celular, nombre del negocio, actividad del negocio, croquis al reverso.)
- Copia del RUC.

F. Requisitos para la obtención del certificado del cuerpo de bomberos:

- Copia del R.U.C. de la organización
- Inspección a la empresa (que se realiza al día siguiente de la entrega del R.U.C.)
- Cumplir todas las normas de salud correspondiente.
- Copia del último pago del impuesto predial.
- Copia de la planilla de servicios básicos con la dirección del establecimiento.
- Copia del Uso de Suelo otorgada por el GADMA
- Croquis de la ubicación del establecimiento.

- El costo va desde los \$6, \$10 y \$18 dólares o más dependiendo del tamaño y riesgo de incendio de la empresa.

G. Requisitos para obtener la calificación patronal en el Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social (IESS):

- Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal. Copia de la cédula de identidad de los trabajadores.
- Llenar el formulario de la cédula de Inscripción Patronal.

H. Requisitos para la obtención del permiso sanitario:

- Solicitud para permiso sanitario dirigido al señor Jefe Provincial de Salud de Tungurahua en el lugar que pertenezca la jurisdicción de la empresa, como es en el cantón Ambato.
- Aprobada por la solicitud, el Inspector de Salud realiza la inspección respectiva a la empresa a fin de otorgar el permiso.

I. Ministerio de Salud Pública

- Permiso de funcionamiento para locales establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario (Acuerdos Ministeriales 4712 y 4907).
- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos.
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros del Ministerio de Salud.
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

J. Permiso de funcionamiento

Según la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA, 2018), los requisitos que deberán cumplir las personas naturales y jurídicas de

nacionalidad ecuatoriana o extranjera, para la obtención del permiso de funcionamiento son los siguientes: Comprobante de pago cuando corresponda después de haber completado la solicitud y adjuntar los requisitos solicitados.

Los siguientes requisitos no son necesarios adjuntarlos pues serán verificados en línea con las instituciones pertinentes.

- Número de cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren.
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad.

K. Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor

Es importante para la empresa *RECOVERY* conocer los derechos y obligaciones del consumidor, a fin de desempeñar sus actividades lealmente con sus clientes y proveedores, de allí que el ordenamiento jurídico que norma las relaciones entre proveedores y consumidores es la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

DERECHOS DEL CONSUMIDOR

Algunos derechos fundamentales del consumidor establecidos en el Art. 4 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor son los siguientes:

- Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.
- Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.
- Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad.
- Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios,

características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar.

- Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.
- Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales.
- Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos.
- Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios.
- Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios.
- Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan.
- Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

OBLIGACIONES DEL CONSUMIDOR

Según el Art. 5 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, son obligaciones de los consumidores las siguientes:

- Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios.
- Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos.
- Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos.
- Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

CAPÍTULO V

ÁREA FINANCIERA

5.1 PLAN DE INVERSIONES

La inversión, es la distribución de capital para conseguir una rentabilidad futura. Es decir que, al invertir, se dimite un beneficio inmediato por uno improbable.

Entonces un proyecto de inversión, es una propuesta de acción que, a partir de la utilización de los recursos disponibles, reflexiona posible obtener ganancias, estos beneficios se pueden conseguir a corto, mediano o largo plazo (Chain Sapag, 2011, p. 21).

Tabla N°61: Plan de Inversiones

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)
	Infraestructura		\$ 6.550,00
1	Terreno	\$ 6.550,00	\$ 6.550,00
	Instalaciones y Remodelaciones		\$ 3.580,00
1	Adecuaciones eléctricas	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Construcción	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
1	Remodelaciones	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
	Muebles y enseres		\$ 850,00
1	Escritorio de oficina	\$ 250,00	\$ 250,00
4	Sillas de Metal	\$ 20,00	\$ 80,00
2	Mesa para caja	\$ 100,00	\$ 200,00
2	Estanterías metálicas de tres pisos	\$ 120,00	\$ 240,00
1	Archivador	\$ 80,00	\$ 80,00
	Equipo de Computación		\$ 528,00
1	Computador Core 2 DUO (DELL)	\$ 328,00	\$ 328,00
1	Impresora multifunción	\$ 200,00	\$ 200,00
	Maquinaria y Equipo		\$ 996,50
1	Cocina Industrial de Tres Quemadores	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Refrigerador	\$ 400,00	\$ 400,00
1	Balanza Electrónica Industrial	\$ 30,00	\$ 30,00

2	Manguera	\$	10,00	\$	20,00
2	Tanque de Lavado	\$	30,00	\$	60,00
2	Soda Stream	\$	130,00	\$	260,00
2	Termómetro	\$	2,00	\$	4,00
2	Vasos Medidores	\$	18,00	\$	36,00
1	Olla de Presión	\$	60,00	\$	60,00
2	Colador Metálico	\$	0,90	\$	1,80
2	Jarra Bambina	\$	1,25	\$	2,50
2	Cucharata de Aluminio	\$	4,00	\$	8,00
2	Paletas de Madera	\$	1,60	\$	3,20
2	Recipiente de Alumnio	\$	10,00	\$	20,00
2	Balde de 20 LT	\$	5,50	\$	11,00
	Inventarios			\$	502,34
25	Kilos de guayusa	\$	6,740	\$	168,50
12	Litros de extracto de ginseng	\$	1,123	\$	13,48
10	Kilos Jengibre	\$	2,696	\$	26,96
1123	Azúcar	\$	0,0272	\$	30,55
1123	Dióxido de Carbono	\$	0,04	\$	44,93
1123	Sorbato	\$	0,05	\$	56,17
1123	Saborizantes	\$	0,0020	\$	2,25
4	Mandil	\$	12,00	\$	48,00
1	Guante Quirúrgico (100 U)	\$	12,00	\$	12,00
1	Gorro Tipo Boufand (100 U)	\$	5,00	\$	5,00
1	Mascarilla (100 U)	\$	7,50	\$	7,50
5	Basureros	\$	15,00	\$	75,00
6	Escoba y palas	\$	2,00	\$	12,00
	Gastos de constitución			\$	1.034,72
1	Escrituras	\$	350,00	\$	350,00
1	Registro Sanitario	\$	100,00	\$	100,00
1	Estudios Previos	\$	300,00	\$	300,00
1	Patente Municipal	\$	30,00	\$	30,00
1	Formulario Uso del suelo	\$	1,72	\$	1,72
1	Solicitud Sr. Alcalde	\$	3,00	\$	3,00
1	Registro de Marca	\$	175,00	\$	175,00
1	Permiso Cuerpo de Bomberos	\$	75,00	\$	75,00
	Capital de Trabajo			\$	2.461,81
	Total:				16.503,37

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

El Plan de Inversiones asciende a \$16.503,37 dólares, en los cuales está conformado por la Infraestructura con \$6.550, Instalaciones y Remodelaciones con \$3.580, Muebles y enseres con \$850, Equipo de Computación con \$528, Maquinaria y Equipo con \$996,50, Inventarios con \$502,34, Gastos de constitución con \$3.580 y Capital de Trabajo con \$2461,81 esta inversión consentirá la realización del presente plan de negocio.

5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO

“Es el incorporado de recursos monetarios financieros para producir a cabo una actividad económica, con la cualidad de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que perfeccionan los recursos propios” (Baca Urbina, 2010, p. 153).

Tabla N°62: Plan de Financiamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL (\$USD)	PARCIAL	TOTAL
RECURSOS PROPIOS	\$8.602,50	100%	52,13%
BIENES	\$8.602,50	100%	52,13%
RECURSO DE TERCEROS	\$7.900,87	100%	47,87%
PRÉSTAMO BANCARIO	\$6.000,00	75,94%	36,36%
PROVEEDORES	\$1.900,87	24,06%	11,52%
TOTAL	\$16.503,37		100,00%

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

El valor que se va a financiar es de a \$16.503,37 dólares, los mismos que el 52,13% es decir los \$8.602,50 son valores que provienen de recursos propios, mientras que el 47,87% de la inversión que es \$7.900,87 son recursos de terceros, con proveedores esta \$1.900,87 y un préstamo bancario de \$6.000, dicho valor fue financiado a un plazo de dos años, con una tasa de interés del 26,83% en el Banco Pacífico, de esta forma cubriendo todo el valor de financiamiento.

5.3 CALCULO DE COSTOS Y GASTOS

“Costo de producción, son los costos manejados en la elaboración del producto en una organización industrial, estos costos son asignados a la mano de obra directa, materia prima directa y los costos indirectos de fabricación”. (Ortega Pereira, 2007, p. 140)

a) Detalle de Costos

En esta unidad se halla los costos de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, con sus pertinentes costos diarios, mensuales y anuales.

Tabla N°63: Detalle del Costo de producción

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costo Anual	Unidades producidas al mes	Costo Unitario del Producto Final
Materia Prima				\$369,38	\$4.432,51		\$0,15
Guayusa	Kilos	25	\$6,74	\$168,50	\$2.022,00		\$0,07
Extracto de ginseng	Litros	12	\$1,12	\$13,48	\$161,71		\$0,01
Jengibre	Kilos	10	\$2,70	\$26,96	\$323,52		\$0,01
Agua	Litros	1123	\$0,02	\$26,54	\$318,47		\$0,01
Azúcar	Libras	1123	\$0,03	\$30,55	\$366,66		\$0,01
Dioxido de Carbono	mng/l	1123	\$0,04	\$44,93	\$539,20		\$0,02
Sorbato	Libras	1123	\$0,05	\$56,17	\$674,00		\$0,02
Saborizantes	Libras	1123	\$0,00	\$2,25	\$26,96	2415	\$0,00
Mano de Obra				\$508,99	\$6.107,91		\$0,21
Operario	Persona	1		\$508,99	\$6.107,91		\$0,21
CIF				\$377,54	\$4.530,50		\$0,16
Electricidad	Kw/h	150	\$0,08	\$12,00	\$144,00		\$0,00
Consumo de Agua							
Potable	m3	30	\$0,48	\$14,40	\$172,80		\$0,01
Gas	kg	2	\$2,00	\$4,00	\$48,00		\$0,00
Botellas plasticas	Unidad	3370	\$0,09	\$303,30	\$3.639,60		\$0,13
Depreciación				\$43,84	\$526,10		\$0,02
TOTAL			\$13,35	\$1.255,91	\$15.070,92		\$0,52

Elaborado por: Cevallos Xiomara

De acuerdo al detalle de costos se interpreta que para producir 2415 unidades del producto de Bebida Energizante mensualmente, se requerirá un total de \$369,38 en materia prima, \$508,99 en mano de obra y \$377,54 en CIF, que sumados los 3 valores se obtiene un total de \$1.255,91 ; valor requerido para producir mensualmente dicha bebidas.

a) Proyección de costos

Una vez obtenido el costo mensual, se ejecutará la proyección anual de los costos, utilizando la tasa de inflación anual del año 2017, fue de 0,42% según el Banco Central del Ecuador (BCE, 2018), y para la proyección de mano de obra se tomará en cuenta la tasa de incremento salarial que es el 4%

Tabla N°64: Proyección anual del Costo de producción

Descripción	Costo mensual	Costos		Total año 1	Costos		Total año 2	Costos		Total año 3	Costos		Total año 4	Costos		Total año 5
		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Materia Prima	\$369,38		\$4.432,51	\$4.432,51		\$4.451,13	\$4.451,13		\$4.469,82	\$4.469,82		\$4.488,60	\$4.488,60		\$4.507,45	\$4.507,45
Guayusa	\$168,50		\$2.022,00	\$2.022,00		\$2.030,49	\$2.030,49		\$2.039,02	\$2.039,02		\$2.047,58	\$2.047,58		\$2.056,18	\$2.056,18
Extracto de ginseng	\$13,48		\$161,71	\$161,71		\$162,39	\$162,39		\$163,07	\$163,07		\$163,76	\$163,76		\$164,45	\$164,45
Jengibre	\$26,96		\$323,52	\$323,52		\$324,88	\$324,88		\$326,24	\$326,24		\$327,61	\$327,61		\$328,99	\$328,99
Agua	\$26,54		\$318,47	\$318,47		\$319,80	\$319,80		\$321,15	\$321,15		\$322,49	\$322,49		\$323,85	\$323,85
Azúcar	\$30,55		\$366,66	\$366,66		\$368,20	\$368,20		\$369,74	\$369,74		\$371,30	\$371,30		\$372,85	\$372,85
Dioxido de Carbono	\$44,93		\$539,20	\$539,20		\$541,46	\$541,46		\$543,74	\$543,74		\$546,02	\$546,02		\$548,32	\$548,32
Sorbato	\$56,17		\$674,00	\$674,00		\$676,83	\$676,83		\$679,67	\$679,67		\$682,53	\$682,53		\$685,39	\$685,39
Saborizantes	\$2,25		\$26,96	\$26,96		\$27,07	\$27,07		\$27,19	\$27,19		\$27,30	\$27,30		\$27,42	\$27,42
Mano de Obra	\$508,99	\$6.107,91		\$6.107,91	\$6.352,23		\$6.352,23	\$6.606,32		\$6.606,32	\$6.870,57		\$6.870,57	\$7.145,39		\$7.145,39
Operario	\$508,99	\$6.107,91		\$6.107,91	\$6.352,23		\$6.352,23	\$6.606,32		\$6.606,32	\$6.870,57		\$6.870,57	\$7.145,39		\$7.145,39
CIF	\$377,54		\$4.530,50	\$4.530,50		\$4.549,53	\$4.549,53		\$4.568,64	\$4.568,64		\$4.587,82	\$4.587,82		\$4.607,09	\$4.607,09
Electricidad	\$12,00		\$144,00	\$144,00		\$144,60	\$144,60		\$145,21	\$145,21		\$145,82	\$145,82		\$146,43	\$146,43
Consumo de Agua Potable	\$14,40		\$172,80	\$172,80		\$173,53	\$173,53		\$174,25	\$174,25		\$174,99	\$174,99		\$175,72	\$175,72
GAS	\$4,00		\$48,00	\$48,00		\$48,20	\$48,20		\$48,40	\$48,40		\$48,61	\$48,61		\$48,81	\$48,81
Botellas plásticas	\$303,30		\$3.639,60	\$3.639,60		\$3.654,89	\$3.654,89		\$3.670,24	\$3.670,24		\$3.685,65	\$3.685,65		\$3.701,13	\$3.701,13
Depreciación	\$43,84		\$526,10	\$526,10		\$526,10	\$526,10		\$526,10	\$526,10		\$526,10	\$526,10		\$526,10	\$526,10
TOTAL	\$1.255,91	\$6.107,91	\$8.963,01	\$15.070,92	\$6.352,23	\$9.000,66	\$15.352,88	\$6.606,32	\$9.038,46	\$15.644,78	\$6.870,57	\$9.076,42	\$15.946,99	\$7.145,39	\$9.114,54	\$16.259,93

Elaborado por: Cevallos Xiomara

b) Detalle de gastos

“Son los costes originados por la dirección de la compañía; salarios del personal, papelería, capacitaciones, mantenimiento, otros” (Fundación Sarmiento Palau, 2009, p. 3).

Tabla N°65: Detalle de Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Detalle	Unidad de Medida	Valor Unitario	Frecuencia de compra	Valor Mensual	Valor Anual	
Sueldos y Salarios Administrativos				\$920,40	\$11.044,75	
Administrador/a	USD			\$649,82	\$7.797,80	
Contador/a - Financiero/a	USD			\$270,58	\$3.246,95	
Suministros de Oficina				\$12,25	\$147,00	
Resma de papel bond	Unidad	\$2,00	1	\$2,00	\$24,00	
Esferos	Unidad	\$0,30	2	\$0,60	\$7,20	
Lápices	Unidad	\$0,30	2	\$0,60	\$7,20	
Borradores	Unidad	\$0,30	1	\$0,30	\$3,60	
Corrector	Unidad	\$1,00	2	\$2,00	\$24,00	
Pen drive 16GB	Unidad	\$6,00	1	\$6,00	\$72,00	
Carpetas de cartón	Unidad	\$0,25	3	\$0,75	\$9,00	
Suministros de Limpieza				\$10,25	\$123,00	
Escobas	Unidad	\$1,50	1	\$1,50	\$18,00	
Palas	unidad	\$1,00	1	\$1,00	\$12,00	
Trapeador	unidad	\$1,50	1	\$1,50	\$18,00	
Desinfectante	ml	\$1,00	1	\$1,00	\$12,00	
Jabón líquido	ml	\$1,00	1	\$1,00	\$12,00	
Papel Higiénico	unidad	\$1,50	1	\$1,50	\$18,00	
Lavavajillas	unidad	\$0,90	1	\$0,90	\$10,80	
Fundas de basura	unidad	\$0,10	1	\$0,10	\$1,20	
Cloro	unidad	\$1,00	1	\$1,00	\$12,00	
Detergente	unidad	\$0,75	1	\$0,75	\$9,00	
Otros Gastos				\$77,67	\$932,00	
Servicios Básicos				\$41,00	\$492,00	
Depreciaciones				\$36,67	\$440,00	
Total				\$1.020,56	\$12.246,75	

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Tabla N°66: Detalle de Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS					
Detalle	Unidad de Medida	Valor Unitario	Frecuencia de compra	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos y salarios del Vendedor/a	USD			\$270,58	\$3.246,95
Hojas volantes	USD	0,10	100	\$10,00	\$120,00
Publicidad radio	Unidad	2	10	\$20,00	\$240,00
Degustaciones	Unidad	0,10	50	\$5,00	\$60,00
Total				\$305,58	\$3.666,95

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Tabla N°67: Detalle de Gastos financieros

GASTOS FINANCIEROS						
Detalle	Unidad de Medida	de Valor Unitario	Frecuencia de compra	de	Valor Mensual	Valor Anual
Intereses	USD				\$108,99	\$1.307,94
Total					\$108,99	\$1.307,94

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Detallados los gastos se determina que se necesitará mensualmente un total de \$1.435,14; los cuales están distribuidos de la siguiente manera: en gastos administrativos \$1.020,56; en gastos de ventas \$305,68; y en gastos financieros \$108,69; concluyendo así que la mayor cantidad de gastos está destinada a los desembolsos administrativos.

c) **Proyección de gastos**

Una vez obtenido el costo mensual, se realizará la proyección anual de gastos, utilizando el porcentaje de inflación anual del año 2017, que es 0,42% según el Banco Central del Ecuador (BCE, 2018), y para la proyección de los sueldos se utiliza la tasa aumento salarial que es el 4%.

Tabla N°68: Proyección de Gastos Administrativos

Descripción	Gasto mensual	Gastos														
		Fijos	Variables	Total año 1	Fijos	Variables	Total año 2	Fijos	Variables	Total año 3	Fijos	Variables	Total año 4	Fijos	Variables	Total año 5
Sueldos y Salarios																
Administrativos	\$920,40	\$11.044,75		\$11.044,75	\$11.486,54		\$11.486,54	\$11.946,01		\$11.946,01	\$12.423,85		\$12.423,85	\$12.920,80		\$12.920,80
Administrador/a	\$649,82	\$7.797,80		\$7.797,80	\$8.109,71		\$8.109,71	\$8.434,10		\$8.434,10	\$8.771,46		\$8.771,46	\$9.122,32		\$9.122,32
Contador/a - Financiero/a	\$270,58	\$3.246,95		\$3.246,95	\$3.376,83		\$3.376,83	\$3.511,91		\$3.511,91	\$3.652,38		\$3.652,38	\$3.798,48		\$3.798,48
Suministros de Oficina	\$12,25		\$147,00	\$147,00		\$147,62	\$147,62		\$148,24	\$148,24		\$148,86	\$148,86		\$149,49	\$149,49
Resma de papel bond	\$2,00		\$24,00	\$24,00		\$24,10	\$24,10		\$24,20	\$24,20		\$24,30	\$24,30		\$24,41	\$24,41
Esferos	\$0,60		\$7,20	\$7,20		\$7,23	\$7,23		\$7,26	\$7,26		\$7,29	\$7,29		\$7,32	\$7,32
Lápices	\$0,60		\$7,20	\$7,20		\$7,23	\$7,23		\$7,26	\$7,26		\$7,29	\$7,29		\$7,32	\$7,32
Borradores	\$0,30		\$3,60	\$3,60		\$3,62	\$3,62		\$3,63	\$3,63		\$3,65	\$3,65		\$3,66	\$3,66
Corrector	\$2,00		\$24,00	\$24,00		\$24,10	\$24,10		\$24,20	\$24,20		\$24,30	\$24,30		\$24,41	\$24,41
Pen drive 16GB	\$6,00		\$72,00	\$72,00		\$72,30	\$72,30		\$72,61	\$72,61		\$72,91	\$72,91		\$73,22	\$73,22
Carpetas de cartón	\$0,75		\$9,00	\$9,00		\$9,04	\$9,04		\$9,08	\$9,08		\$9,11	\$9,11		\$9,15	\$9,15
Suministros de Limpieza	\$10,25		\$123,00	\$123,00		\$123,52	\$123,52		\$124,04	\$124,04		\$124,56	\$124,56		\$125,08	\$125,08
Escobas	\$1,50		\$18,00	\$18,00		\$18,08	\$18,08		\$18,15	\$18,15		\$18,23	\$18,23		\$18,30	\$18,30
Palas	\$1,00		\$12,00	\$12,00		\$12,05	\$12,05		\$12,10	\$12,10		\$12,15	\$12,15		\$12,20	\$12,20
Trapeador	\$1,50		\$18,00	\$18,00		\$18,08	\$18,08		\$18,15	\$18,15		\$18,23	\$18,23		\$18,30	\$18,30
Desinfectante	\$1,00		\$12,00	\$12,00		\$12,05	\$12,05		\$12,10	\$12,10		\$12,15	\$12,15		\$12,20	\$12,20
Jabón líquido	\$1,00		\$12,00	\$12,00		\$12,05	\$12,05		\$12,10	\$12,10		\$12,15	\$12,15		\$12,20	\$12,20
Papel Higiénico	\$1,50		\$18,00	\$18,00		\$18,08	\$18,08		\$18,15	\$18,15		\$18,23	\$18,23		\$18,30	\$18,30
Lavavajillas	\$0,90		\$10,80	\$10,80		\$10,85	\$10,85		\$10,89	\$10,89		\$10,94	\$10,94		\$10,98	\$10,98
Fundas de basura	\$0,10		\$1,20	\$1,20		\$1,21	\$1,21		\$1,21	\$1,21		\$1,22	\$1,22		\$1,22	\$1,22
Cloro	\$1,00		\$12,00	\$12,00		\$12,05	\$12,05		\$12,10	\$12,10		\$12,15	\$12,15		\$12,20	\$12,20
Detergente	\$0,75		\$9,00	\$9,00		\$9,04	\$9,04		\$9,08	\$9,08		\$9,11	\$9,11		\$9,15	\$9,15
Otros Gastos	\$77,67	\$932,00		\$932,00	\$932,00		\$932,00	\$932,00		\$932,00	\$756,00		\$756,00	\$756,00		\$756,00
Servicios Básicos	\$41,00	\$492,00		\$492,00	\$492,00		\$492,00	\$492,00		\$492,00	\$492,00		\$492,00	\$492,00		\$492,00
Depreciaciones	\$36,67	\$440,00		\$440,00	\$440,00		\$440,00	\$440,00		\$440,00	\$264,00		\$264,00	\$264,00		\$264,00
Total Gastos Administrativos	\$1.020,56	\$11.976,75	\$270,00	\$12.246,75	\$12.418,54	\$271,13	\$12.689,68	\$12.878,01	\$272,27	\$13.150,28	\$13.179,85	\$273,42	\$13.453,26	\$13.676,80	\$274,56	\$13.951,37

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Tabla N°69: Proyección de Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS																				
Descripción	Gasto mensual	Gastos			Total año 1	Gastos			Total año 2	Gastos			Total año 3	Gastos			Total año 4	Gastos		Total año 5
		Fijos	Variables			Fijos	Variables			Fijos	Variables			Fijos	Variables			Fijos	Variables	
Sueldos y salarios del Vendedor/a	\$270,58	\$3.246,95		\$3.246,95	\$3.376,83		\$3.376,83	\$3.511,91		\$3.511,91	\$3.652,38		\$3.652,38	\$3.798,48		\$3.798,48			\$3.798,48	
Publicidad radio	\$20,00	\$240,00		\$240,00	\$249,60		\$249,60	\$259,58		\$259,58	\$269,97		\$269,97	\$280,77		\$280,77			\$280,77	
Hojas volantes	\$10,00		\$120,00	\$120,00		\$120,50	\$120,50		\$121,01	\$121,01		\$121,52	\$121,52		\$122,03	\$122,03			\$122,03	
Degustaciones	\$5,00		\$60,00	\$60,00		\$60,25	\$60,25		\$60,51	\$60,51		\$60,76	\$60,76		\$61,01	\$61,01			\$61,01	
Total Gastos de Ventas	\$305,58	\$3.486,95	\$180,00	\$3.666,95	\$3.626,43	\$180,76	\$3.807,19	\$3.771,49	\$181,52	\$3.953,01	\$3.922,35	\$182,28	\$4.104,63	\$4.079,24	\$183,04	\$4.262,29				

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Tabla N°70: Proyección de Gastos Financieros

GASTOS FINANCIEROS																				
Descripción	Gasto mensual	Gastos			Total año 1	Gastos			Total año 2	Gastos			Total año 3	Gastos			Total año 4	Gastos		Total año 5
		Fijos	Variables			Fijos	Variables			Fijos	Variables			Fijos	Variables			Fijos	Variables	
Intereses	\$108,99	\$1.307,94		\$ 1.307,94	\$522,28		\$ 522,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Total Gastos Financieros	\$108,99	\$1.307,94		\$ 1.307,94	\$522,28		\$ 522,28	\$ -												

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Elaborado la proyección de gastos se interpreta que para el año 2018 es de \$17.221,65; para el año 2019 es de \$17.019,15; para el año 2020 es \$17.103,29; para el año 2021 es \$17.557,89; y para el año 2022 es \$18.213,65. (Ver Anexo).

Mano de obra

Es la potencia física y mental que se despliega durante la transformación de un bien. La tabla que se presentará a continuación corresponde al personal administrativo y de producción requerido:

Tabla N°71: Mano de obra directa

Orden	Apellidos y nombres	Cargo	Cod.	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
1	Empleado 1	Jefe Operario	12p	\$450,00	\$0,00	\$450,00	\$0,00	\$42,53	\$42,53	\$407,48
2	Empleado 2	Operario	123P	\$386,00	\$0,00	\$386,00	\$0,00	\$36,48	\$36,48	\$349,52
TOTAL				\$836,00	\$0,00	\$836,00	\$0,00	\$79,00	\$79,00	\$757,00

Provisiones									
Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total	Costo MO	
\$50,18	\$2,25	\$2,25	\$37,50	\$32,17	\$37,49	\$18,75	\$180,58	\$588,05	
\$43,04	\$1,93	\$1,93	\$32,17	\$32,17	\$32,15	\$16,08	\$159,47	\$508,99	
\$93,21	\$4,18	\$4,18	\$69,67	\$64,33	\$69,64	\$34,83	\$340,05	\$1.097,04	

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

La mano de obra directa mensual para el primer año es de \$1097,04; donde consta un jefe de producción con sueldo mensual sin beneficios de \$450 y un operario con sueldo mensual sin beneficios de \$386.

Tabla N°72: Sueldo y salario administrativos

Orden	Apellidos y nombres	Cargo	Cod.	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
1	Empleado 1	Administrador/a	11p	\$500,00	\$0,00	\$500,00	\$0,00	\$47,25	\$47,25	\$452,75
2	Empleado 2	Contador/a Financiero/a	- 113P	\$193,00	\$0,00	\$193,00	\$0,00	\$18,24	\$18,24	\$174,76
TOTAL				\$693,00	\$0,00	\$693,00	\$0,00	\$65,49	\$65,49	\$627,51

Provisiones									
Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total	Costo MO	
\$55,75	\$2,50	\$2,50	\$41,67	\$32,17	\$41,65	\$20,83	\$197,07	\$649,82	
\$21,52	\$0,97	\$0,97	\$16,08	\$32,17	\$16,08	\$8,04	\$95,82	\$270,58	
\$77,27	\$3,47	\$3,47	\$57,75	\$64,33	\$57,73	\$28,88	\$292,88	\$920,40	

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Los sueldos y salarios administrativos mensuales para el primer año son de \$920,40; donde consta un contador/a – financiero/a medio tiempo con sueldo sin beneficios de \$193,00 de un Administrador/a con sueldo sin beneficios de \$500,00.

Tabla N°73: Sueldo y salario ventas

Orden	Apellidos y nombres	Cargo	Cod.	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
1	Empleado 1	Vendedor/a	11v	\$193,00	\$0,00	\$193,00	\$0,00	\$18,24	\$18,24	\$174,76
TOTAL				\$193,00	\$0,00	\$193,00	\$0,00	\$18,24	\$18,24	\$174,76
Provisiones										
	Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total	Costo MO	
	\$21,52	\$0,97	\$0,97	\$16,08	\$32,17	\$16,08	\$8,04	\$95,82	\$270,58	
	\$21,52	\$0,97	\$0,97	\$16,08	\$32,17	\$16,08	\$8,04	\$95,82	\$270,58	

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Los sueldos y salarios ventas mensual para el primer año son de \$270,58; donde consta un vendedor/a medio tiempo con sueldo sin beneficios de \$193,00.

Depreciación

Depreciación es el devaluó que se emplea al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se disminuyen; en cambio, la amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, ésta, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización figura el cargo anual que se hace para recuperar la inversión (Baca Urbina, 2010, p. 153).

Tabla N°74: Depreciaciones

Detalle del bien	Vida útil en años	Valor	Porcentaje de Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Edificio	20	\$3.580,00	5%	\$179,00	\$ 14,92
Muebles y enseres		\$850,00	10%	\$ 85,00	\$ 7,08
Escritorio de oficina	10	\$250,00	10%	\$25,00	\$ 2,08
Sillas de Metal	10	\$80,00	10%	\$ 8,00	\$ 0,67
Mesa para caja	10	\$200,00	10%	\$20,00	\$ 1,67
Estanterías metálicas de tres pisos	10	\$240,00	10%	\$24,00	\$2,00
Archivador	10	\$80,00	10%	\$8,00	\$ 0,67
Equipo de Computación		\$528,00	33,33%	\$176,00	\$14,67
Computador Core 2 DUO (DELL)	3	\$328,00	33,33%	\$109,33	\$9,11
Impresora multifunción	3	\$200,00	33,33%	\$66,67	\$5,56
Maquinaria y Equipo		\$861,00	10%	\$86,10	\$7,18
Cocina Industrial de Tres Quemadores(acero inoxidable)	10	\$80,00	10%	\$8,00	\$0,67
Refrigerador	10	\$400,00	10%	\$40,00	\$3,33
Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.	10	\$30,00	10%	\$3,00	\$0,25
Tanque de Lavado	10	\$60,00	10%	\$6,00	\$0,50
Soda Stream	10	\$260,00	10%	\$26,00	\$2,17
Recipiente de Aluminio	10	\$20,00	10%	\$2,00	\$0,17
Balde de 20 LT	10	\$11,00	10%	\$1,10	\$0,09
Total		\$2.239,00		\$ 526,10	\$43,84

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Las depreciaciones totales son de \$593,65 de forma anual para el primer año y de forma mensual es de \$ 44,97.

Tabla N°75: Proyección de depreciación

PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN					
Detalle del bien	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Edificio	\$179,00	\$179,00	\$179,00	\$179,00	\$179,00
Muebles y enseres	\$85,00	\$85,00	\$85,00	\$85,00	\$85,00
Equipo de Computación	\$176,00	\$176,00	\$176,00	\$0,00	\$0,00
Maquinaria y Equipo	\$86,10	\$86,10	\$86,10	\$86,10	\$86,10
Total	\$526,10	\$526,10	\$526,10	\$350,10	\$350,10

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Las depreciaciones totales son de \$526,10 de forma anual, de \$526,10 de forma anual para el segundo año, de \$526,10 de forma anual para el tercer año, de \$350,10 de forma anual para el cuarto año, y de \$350,10 de forma anual para el quinto año. La proyección toma en cuenta los 3 años del equipo de cómputo por lo cual para el cuarto año se estima que ya no se depreciará el mismo valor puesto que los equipos de cómputo ya cumplieron con su vida útil.

5.4 CÁLCULO DE INGRESOS

Son los valores proporcionados por la venta de un bien o servicio que ofrece la compañía para obtener ganancias y poder envolver sus costos y gastos en un periodo concluyente.

Tabla N°76: Cálculos de Ingresos

Descripción del producto	Unidad de medida	Margen de Utilidad			Ingresos Mensuales	Unidades mensuales producidas	Precio de venta Unitario
		Costo + Gasto Mensual	%	\$			
Bebida Energizante	Unidad	\$2.691,05	10%	\$269,10	\$2.960,15	2.415	\$1,23
Total		\$2.691,05		\$269,10	\$2.960,15	2.415	

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Interpretación. - La cantidad de producción de la Bebidas energizante *Fast Recovery* en el mes es de 2.415 unidades a un precio promedio unitario de \$1,23 y al mes un ingreso de \$2.960,15 dólares con estos valores se cubre los costos y gastos y de la misma manera se obtiene la utilidad correspondiente de \$269,10. El valor del costo más gasto mensual es de 2.691,05 dólares.

a) Proyección de ingresos

Tabla N°77: Proyección de ingresos

Producto	Proyección de Ingresos														
	Cantidad	PU	Año 1	Cantidad	PU	Año 2	Cantidad	PU	Año 3	Cantidad	PU	Año 4	Cantidad	PU	Año 5
Bebida E	28980	\$1,23	\$35.521,83	41.016	\$1,23	\$50.274,78	41.592	\$1,23	\$50.980,81	42.168	\$1,23	\$51.686,83	42.732	\$1,23	\$52.378,15
Total	28980	\$1,23	\$35.521,83	41016	\$1,23	\$50.274,78	41592	\$1,23	\$50.980,81	42168	\$1,23	\$51.686,83	42732	\$1,23	\$52.378,15

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

La cantidad de producción de bebidas energizantes para el primer año, es de 40.440 unidades a un precio promedio unitario de \$1,26 y un ingreso de \$51.153,95 dólares. Para el segundo año, es de 41.016 unidades a un precio promedio unitario de \$1,26 y un ingreso de \$51.882,55 dólares. Para el tercer año, es de 41.592 unidades a un precio promedio unitario de \$1,26 y un ingreso de \$52.611,15 dólares. Para el cuarto año, es de 42.168 unidades a un precio promedio unitario de \$1,26 y un ingreso de \$53.339,75 dólares. Para el quinto año, es de 42.732 unidades a un precio promedio unitario de \$1,26 y un ingreso de \$54.053,18 dólares. Estas cantidades obtuvimos del DPI en el capítulo anterior.

5.5 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es un estado financiero que irradia la cantidad de efectivo que concibe un proyecto de inversión por una actividad empresarial, después de considerar los gastos, costos, intereses y el pago del capital. Asimismo, el flujo de caja es apreciado como una derivación monetaria de las diligencias básicas de una organización.

Tabla N°78: Flujo de Caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. INGRESOS OPERACIONALES		\$35.521,83	\$50.274,78	\$50.980,81	\$51.686,83	\$52.378,15
Ingresos por Ventas		\$35.521,83	\$50.274,78	\$50.980,81	\$51.686,83	\$52.378,15
B. EGRESOS OPERACIONALES		\$32.292,57	\$32.372,03	\$32.748,06	\$33.504,88	\$34.473,59
Materia Prima		\$4.432,51	\$4.451,13	\$4.469,82	\$4.488,60	\$4.507,45
Mano de Obra Directa		\$6.107,91	\$6.352,23	\$6.606,32	\$6.870,57	\$7.145,39
CIF		\$4.530,50	\$4.549,53	\$4.568,64	\$4.587,82	\$4.607,09
Gastos de Administración		\$12.246,75	\$12.689,68	\$13.150,28	\$13.453,26	\$13.951,37
Gastos de Ventas		\$3.666,95	\$3.807,19	\$3.953,01	\$4.104,63	\$4.262,29
Gastos Financieros		\$1.307,94	\$522,28			
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$3.229,26	\$17.902,75	\$18.232,75	\$18.181,95	\$17.904,56
INGRESOS NO OPERACIONALES		\$	\$	\$	\$	\$
D. OPERACIONALES	\$16.503,37	-	-	-	-	-
Recursos Propios	\$8.602,50					
Recursos de Terceros	\$7.900,87					
EGRESOS NO OPERACIONALES						
E. OPERACIONALES	\$13.998,85	\$4.509,75	\$7.347,04	\$3.509,80	\$3.500,03	\$3.446,63
Inversion realizada	\$13.998,85					
Pago de capital de préstamo		\$2.580,18	\$3.378,48			
Pago de intereses de préstamo		\$1.307,94	\$522,28			
Pago de participación de utilidades		\$484,39	\$2.685,41	\$2.734,91	\$2.727,29	\$2.685,68
Pago de impuestos		\$137,24	\$760,87	\$774,89	\$772,73	\$760,94
FLUJO NO OPERACIONAL						
F. (D-E)	\$2.504,52	-\$4.509,75	-\$7.347,04	-\$3.509,80	-\$3.500,03	-\$3.446,63
G. FLUJO GENERADO (C-F)		-\$1.280,49	\$10.555,71	\$14.722,94	\$14.681,93	\$14.457,93
H. SALDO INICIAL DE CAJA		\$2.504,52	\$1.224,03	\$11.779,74	\$26.502,69	\$41.184,61
SALDO FINAL DE CAJA (G + H)		\$2.504,52	\$1.224,03	\$11.779,74	\$26.502,69	\$41.184,61
I. H)		\$2.504,52	\$1.224,03	\$11.779,74	\$26.502,69	\$41.184,61

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

En el presente saldo final de caja la inversión inicial es de \$2.504,52 dólares. Para el primer año de actividades saldo final de caja es de \$1.224,52 dólares, en el año dos el saldo final de caja es de \$11.779,74 dólares. De la misma forma, en el año tres el valor neto de efectivo está en la cantidad de \$26.502,69 que se obtiene de deducir todos los ingresos operacionales menos los egresos operacionales, como para el año cuatro el saldo final de caja es de \$41.184,61 dólares y para el último año de proyección del saldo final.

5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

“Nivel de elaboración en el que los ingresos por ventas son puntualmente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”. (Baca Urbina, 2010, p. 162)

Tabla N°79: Detalle costos para el cálculo del Punto de Equilibrio

Descripción	Costo Fijo	Costo Variable	Total
Costo de Producción	\$6.107,91	\$8.963,01	\$15.070,92
Gastos Administrativos	\$11.976,75	\$270,00	\$12.246,75
Gastos de Ventas	\$3.486,95	\$180,00	\$3.666,95
Gastos Financieros	\$1.307,94	\$0,00	\$1.307,94
Suman	\$22.879,56	\$9.413,01	\$32.292,57

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Tabla N°80: Datos para el Punto de Equilibrio

Detalle Variables	Valor
Costos Fijos	\$22.879,56
Costos Variables	\$9.413,01
Costos Totales	\$32.292,57
Unidades anual	\$28.980,00
Precio de venta unitario	\$1,23
Costo Variable Unitario	\$0,32
Ingresos Totales	\$35.521,83

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Tabla N°81: Punto de Equilibrio en Dólares y Unidades

PUNTO DE EQUILIBRIO EN USD		
AÑO 1	Anual	Mensual
Punto E(\$)	\$31.128,33	2.594,03
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		
AÑO 1	Anual	Mensual
Punto E (Unidades)	25.396	2.116
PUNTO DE EQUILIBRIO EN %		
AÑO 1	%	
Punto E (%)	88%	

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Tenemos que el punto de Equilibrio de nuestro producto Fast Recovery tiene un punto de equilibrio en dólares de \$31.128,33 dando un punto de equilibrio en unidades de 25.396 y su respectivo punto de equilibrio en porcentaje del 88%

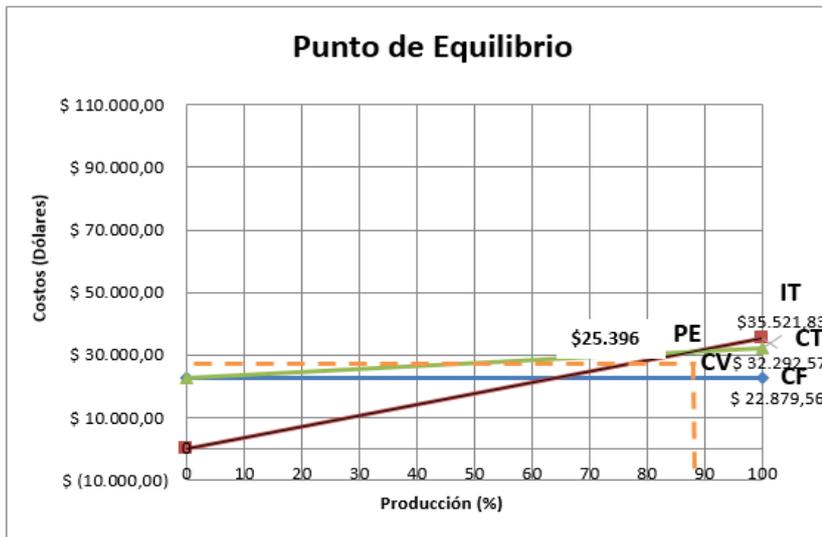


Gráfico N°25: Punto de Equilibrio
Elaborado por: Cevallos Xiomara

5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Tabla N°82: Estado de Resultados Proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	\$35.521,83	\$50.274,78	\$50.980,81	\$51.686,83	\$52.378,15
(-) Costo de producción	\$15.070,92	\$15.352,88	\$15.644,78	\$15.946,99	\$16.259,93
Utilidad Bruta en Ventas	\$20.450,90	\$34.921,90	\$35.336,03	\$35.739,84	\$36.118,21
(-) Gastos de ventas	\$3.666,95	\$3.807,19	\$3.953,01	\$4.104,63	\$4.262,29
Utilidad Neta en Ventas	\$16.783,95	\$31.114,71	\$31.383,03	\$31.635,22	\$31.855,93
(-) Gastos administrativos	\$12.246,75	\$12.689,68	\$13.150,28	\$13.453,26	\$13.951,37
(=) Utilidad Operacional	\$4.537,19	\$18.425,03	\$18.232,75	\$18.181,95	\$17.904,56
(-) Gastos Financieros	\$1.307,94	\$522,28	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(-) Utilidad antes de participaciones	\$3.229,26	\$17.902,75	\$18.232,75	\$18.181,95	\$17.904,56
(-) 15% participación trabajadores	\$484,39	\$2.685,41	\$2.734,91	\$2.727,29	\$2.685,68
(-) Utilidad antes de impuestos	\$2.744,87	\$15.217,34	\$15.497,84	\$15.454,66	\$15.218,88
(-) Impuesto a la renta	\$137,24	\$760,87	\$774,89	\$772,73	\$760,94
(-) Utilidad o pérdida del ejercicio	\$2.607,63	\$14.456,47	\$14.722,94	\$14.681,93	\$14.457,93

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

En el estado de resultados se puede observar un valor de utilidad de 2.607,63 en el primer año teniendo tendencia al alza positiva cada año, por el aumento normal de la producción, valores que son estables y que demuestran que existe utilidad del ejercicio en la empresa en los siguientes años.

5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera es una exposición metódica que diferencia la información económica-financiera de cada proyecto en los entornos social, económico y financiero.

a) Indicadores

Para la evaluación financiera se establecieron la siguiente TMAR del proyecto:

Tabla N°83: Cálculo del TMAR

Descripción	Valor	% Aportación	Costo	% Ponderado	
RECURSOS PROPIOS	\$8.602,50	52,13%	5,08%	2,65%	Tasa Pasiva
RECURSOS DE TERCEROS	\$7.900,87	47,87%	26,83%	12,84%	Tasa Activa
TOTAL	\$16.503,37	100,00%	31,91%	15,49%	TMAR

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Al analizar los recursos propios y de terceros con los respectivos costos de oportunidad se obtiene una ponderación del 15,49% que representa la tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto (TMAR), esta tasa se deberá comparar con la tasa interna de retorno (TIR) para verificar si el presente proyecto es factible.

a.1) Valor Actual Neto

“El valor actual neto de una inversión es igual a la suma algebraica de los valores actualizados de los flujos netos de caja asociados a esa inversión. Si el VAN de una inversión es positivo, la inversión debe admitir, e impugnar si es negativo” en su obra Ingeniería Económica, según Celio Vega citado por (Mora Zambrano, 2010, p. 268).

Para el cálculo del VAN, se debe calcular el TMAR que es también llamada costo de capital o tasa de descuento.

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+k)^1} + \frac{Q_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+k)^n}$$

$$VAN = (15,49\%; (-16.503,37 -1.280,49 + 10.555,71 + 14.22, 94 + 14.681,93 + 14.457,93)$$

$$VAN = \$-16504,08 -1.280,49 + 10.555,71 + 14.22, 94 + 14.681,93 + 14.457,93$$

$$VAN = \$15.147,07$$

Interpretación. - El resultado de \$15.147,07 quiere decir que el proyecto es viable ya que es superior a 0.

a.2) Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno TIR, se concibe como: “un indicador financiero que se utiliza en la evaluación de proyectos para reflexionar su factibilidad, es decir, evaluar si un proyecto de inversión es o no rentable. Se consigue calculando el valor neto de la inversión y su posible recuperación a largo plazo, con diferentes tasas de interés” (Mora Zambrano, 2010, p. 269).

$$TIR: 0 = -A + \sum \frac{Q_j}{(1+i)^j}$$

$$TIR = (\$-16.504,08 -1.280,49 + 10.555,71 + 14.22, 94 + 14.681,93 + 14.457,93)$$

$$TIR = 39,60\%$$

Interpretación. - El resultado de 39,60 % quiere decir que el proyecto es viable ya que es superior a la TMAR de 15,49%.

a.3) Relación Beneficio / Costo

$$B/C = V_{Pi} / V_{Pe}$$

La formula matemática es:

Donde:

V_{Pi} = Valor Presente de los ingresos

V_{Pe} = Valor Presente de los egresos

Tabla N°84: Cálculo del B / C

TMAR		15,49%		
AÑO	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS	
0	\$16.503,37	0	0	
1		\$35.521,83	\$15.070,92	
2		\$50.274,78	\$15.352,88	
3		\$50.980,81	\$15.644,78	
4		\$51.686,83	\$15.946,99	
5		\$52.378,15	\$16.259,93	
Valor Actuales		\$156.083,27	\$68.094,66	
V_{pi}	\$156.083,27			
V_{pe} (C + I)	\$84.598,03			
B/C	1,84			

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

El índice que se obtuvo del Beneficio / Costo indica por cada \$1 dólar, se estaría ganando en el proyecto de inversión en \$1,84.

a.4) Período de Recuperación

El periodo de recuperación de la inversión de un proyecto: “Se encuentra contando el número de años que se solicita para que el flujo de caja almacenados proyectado sea igual a la inversión inicial” (Marcillo Morla, 2002, p. 27).

Fórmula:

$$PR = a + [(b - c) / d]$$

Tabla N°85: Cálculo del periodo de recuperación

	Periodo de recuperación					
	0	1	2	3	4	5
	-					
Flujo de Caja	\$16.503,37	\$17.777,07	\$18.218,24	\$14.378,89	\$13.972,21	\$13.280,45
Flujo de Caja	-					
Acumulado	\$16.503,37	\$1.273,70	\$19.491,95	\$33.870,83	\$47.843,04	\$61.123,49
A	1					
B	\$16.503,37					
C	\$17.777,07			PR = 1 año, 0 meses y 25 días		
D	\$18.218,24					
PR	0,0699	anual	0,8390	mes	25,17	días

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Interpretación. - Según este método la inversión inicial se recuperaría en 1 año y 25 días.

b) Razones

Se refiere que la rentabilidad: “Es el beneficio valorado en unidades monetarias que la compañía consigue a partir de la inversión de sus recursos. Es decir, es la utilidad de un definitivo período, mencionado como un porcentaje de las ventas o de los ingresos de operación, de los activos o de su capital” (Baena, 2010, p. 182).

Tabla N°86: Rentabilidad

Rentabilidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas	57,57%	69,46%	69,31%	69,15%	68,96%
Margen Operativo = Utilidad Operativa / Ventas	12,77%	36,65%	35,76%	35,18%	34,18%
Margen Neto de Utilidad = Utilidad Neta / Ventas	7,34%	28,75%	28,88%	28,41%	27,60%

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Interpretación. - Los indicadores de rentabilidad permiten conocer el porcentaje de comparación entre las utilidades del ejercicio financiero con las ventas actuales, es así que, en el año uno el porcentaje de rentabilidad es del 7,34% siendo un valor aceptable para un proyecto de inversión, al año dos asciende el 28,75%, al año tres asciende al 28,88%, el año cuatro asciende el 28,41% hasta lograr un incremento aceptable hasta el año cinco que es del 27,60% lo que se concluye que el proyecto es aceptable y factible a través del tiempo.

- Jarrett, C., Shiguango, M. y Salazar, E. (2012). *Waysa Runa La tradición de guayusa en la cultura Naporuna*. Quito: Nuestra Amazonía.
- Marcillo Morla, F. (2002). *Manejo de Costos y Administración Financiera de Empresas Acuícolas*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Ministerio de Economía y Finanzas. Dirección de Desarrollo Institucional del Estado. (2009). *Guía Técnica para la Elaboración de Organigramas en el Sector Público Panameño*. Panamá: República de Panamá.
- Mora Zambrano, A. (2010). *Matemáticas Financieras*. Bogotá: Alfaomega.
- MSP. (2018). *Requisitos, Funcionamiento*. Ministerio de Salud Pública.
- Obando, J. (2010). *Elementos de Micro Economía*. España: UNED.
- Pérez, C. (2018). *Ginseng, beneficios y propiedades del ginseng*. *Natursan*. Recuperado de <https://www.natursan.net/ginseng-propiedades-beneficios/>.
- Porter, Michael, (1982). *Estrategia Competitiva, Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*. México: Editorial Compañía Editorial Continental 1982, reimpresión 2003.
- Schnarch, A. (2001). *Nuevo producto: creatividad, innovación y marketing* (3ª ed.). Colombia: McGraw-Hill.
- Stanton, W., Etzel, M. J., Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de marketing* (14a ed.). México: McGraw-Hill.
- Superintendencia de Compañías. (2006). *Leyes de compañías*. Quito: Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Sánchez, J. C., Romero, C. R., Arroyave, C. D., García, A. M., Giraldo F.D., & Sánchez L.V. (2015). *Bebidas energizantes: efectos benéficos y perjudiciales para la salud*. *Perspect Nutr Humana*. 17. 79-91.
- Vidanaturalia.com. (2018). *Propiedades y Beneficios del Jengibre* | *VidaNaturalia*. Recuperado de <http://www.vidanaturalia.com/propiedades-y-beneficios-del-jengibre/>

ANEXOS

Anexo 1: Detalle del aporte de los recursos propios

DETALLE	CANTIDA D	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADOR			
CORE 2 DUO (DELL)	1	\$350,00	\$350,00
IMPRESORA			
(CANON)	1	\$140,00	\$140,00
CALCULADORA	2	\$10,00	\$20,00
TELÉFONO	1	\$18,00	\$18,00
MESA PARA CAJA	2	\$100,00	\$200,00
ESCRITORIO	1	\$250,00	\$250,00
ARCHIVADOR	1	\$80,00	\$80,00
SILLAS DE METAL	4	\$20,00	\$80,00
BASUREROS	5	\$15,00	\$75,00
ESCOBA	5	\$2,00	\$10,00
PALAS	2	\$1,00	\$2,00
COCINA			
INDUSTRIAL	1	\$80,00	\$80,00
BALANZA			
ELECTRÓNICA	1	\$80,00	\$80,00
INDUSTRIAL			
MANGUERA	2	\$10,00	\$20,00
TANQUE	DE 2	\$50,00	\$100,00
LAVADO			
SODA STREAM	2	\$130,00	\$260,00
TERMÓMETRO	2	\$15,00	\$30,00
VASOS MEDIDORES	2	\$18,00	\$36,00
OLLA DE PRESIÓN	1	\$150,00	\$150,00
COLADOR			
METÁLICO	2	\$0,90	\$1,80
JARRA BAMBINA	2	\$1,25	\$2,50
CUCHARETA	DE 2	\$8,00	\$16,00
ALUMINIO			
PALETAS	DE 2	\$1,60	\$3,20
MADERA			
MANDIL	4	\$12,00	\$48,00
TERRENO	1	\$6.550,00	\$6.550,00
TOTAL			\$8.602,50

Elaborado por: Cevallos Xiomara.

Anexo 2: Tabla de Amortización cuota fija

AMORTIZACIÓN CUOTA FIJA

TASA		26,83%	ANUAL		SEGURO DESGRAVAMEN		0,036%
CUOTA		\$ 325,76	PERIODO		24		meses
MONTO		\$ 6.000,00					
Nº	CUOTA	INTERES	OTROS	AMORTIZACION	SALDO		
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.000,00		
1	\$ 325,76	134,15	2,16	\$ 189,45	\$ 5.810,55		
2	\$ 325,76	129,91	2,09	\$ 193,76	\$ 5.616,79		
3	\$ 325,76	125,58	2,02	\$ 198,16	\$ 5.418,63		
4	\$ 325,76	121,15	1,95	\$ 202,66	\$ 5.215,96		
5	\$ 325,76	116,62	1,88	\$ 207,27	\$ 5.008,70		
6	\$ 325,76	111,99	1,80	\$ 211,98	\$ 4.796,72		
7	\$ 325,76	107,25	1,73	\$ 216,79	\$ 4.579,93		
8	\$ 325,76	102,40	1,65	\$ 221,72	\$ 4.358,22		
9	\$ 325,76	97,44	1,57	\$ 226,75	\$ 4.131,46		
10	\$ 325,76	92,37	1,49	\$ 231,90	\$ 3.899,56		
11	\$ 325,76	87,19	1,40	\$ 237,17	\$ 3.662,38		
12	\$ 325,76	81,88	1,32	\$ 242,56	\$ 3.419,82		
13	\$ 325,76	76,46	1,23	\$ 248,07	\$ 3.171,75		
14	\$ 325,76	70,92	1,14	\$ 253,71	\$ 2.918,04		
15	\$ 325,76	65,24	1,05	\$ 259,47	\$ 2.658,57		
16	\$ 325,76	59,44	0,96	\$ 265,37	\$ 2.393,21		
17	\$ 325,76	53,51	0,86	\$ 271,39	\$ 2.121,81		
18	\$ 325,76	47,44	0,76	\$ 277,56	\$ 1.844,25		
19	\$ 325,76	41,23	0,66	\$ 283,87	\$ 1.560,39		
20	\$ 325,76	34,89	0,56	\$ 290,32	\$ 1.270,07		
21	\$ 325,76	28,40	0,46	\$ 296,91	\$ 973,16		
22	\$ 325,76	21,76	0,35	\$ 303,66	\$ 669,50		
23	\$ 325,76	14,97	0,24	\$ 310,55	\$ 358,95		
24	\$ 325,76	8,03	0,13	\$ 317,61	\$ 41,34		
TOTAL	\$ 7.818,35	\$ 1.830,22	\$ 29,47				

Anexo 3: Encuesta

Objetivo: Conocer la Predisposición de compra hacia los energizantes

Instrucción: A continuación, se presenta una serie de preguntas que usted debe responder, por favor lea determinadamente y responda de acuerdo a su criterio

Sexo M () F ()

1. ¿Usted consume bebidas Energéticas?

SI () NO ()

De haber respondido SI cuál es su bebida energizante preferida

- a) Red Bull ()
- b) 220V ()
- c) Volcán ()
- d) Monster ()
- e) Vive 100 ()
- f) 4.40 ()

2. ¿Cuántas unidades de bebida energizante consume al mes?

- a) Una ()
- b) Dos ()
- c) Tres ()
- d) Cuatro ()
- e) Cinco ()
- f) Más de cinco ()

3. ¿Cuanto paga en la actualidad por su bebida energizante?

- a) Menos de un dólar ()
- b) 1 a 2 dolares ()

- c) 2 a 3 dolares ()
- d) Más de 3 dólares ()

4. De los siguientes establecimientos de compra que tienen las bebidas energéticas, califique en orden la preferencia siendo 1 la de mayor preferencia y 5 la de menor preferencia.

- o Discoteca ()
- o Tiendas de servicios ()
- o Tiendas del barrio ()
- o Centros de entretenimiento ()
- o Mini Mercados ()
- o Supermercados ()

5. ¿Por cuál de los siguientes motivos usted consume bebidas energizantes?.

- a) Mantenerse activo todo el día ()
- b) Mejorar el rendimiento académico o mental ()
- c) Por el sabor ()
- d) A realizar alguna actividad deportiva ()
- e) Mejoran el nivel emocional ()
- f) Por costumbre o hábito de consumo ()

6 ¿Qué sabor de esencia sería de su preferencia al consumir una bebida energizante a base de guayusa, ginseng?

- Toronja ()
- Tamarindo ()
- Jingibre ()

7 ¿Si sale una bebida energizante a base de guayusa con sabor jengibre estaría dispuesto a comprarla?

SI () NO ()

8.¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar una bebida energizante a base de guayusa con sabor jengibre en una presentación de 365 ml?

a) Menos de un dólar ()

b) 1 a 2 dolares ()

c) 2 a 3 dolares ()

d) Más de 3 dólares ()

9¿Qué tipo de envase le gustaría que sea la presentación del producto?

Vidrio ()

Plástico ()

Lata ()

Tetra pack ()

10. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría escuchar la información de la venta de este tipo de producto?

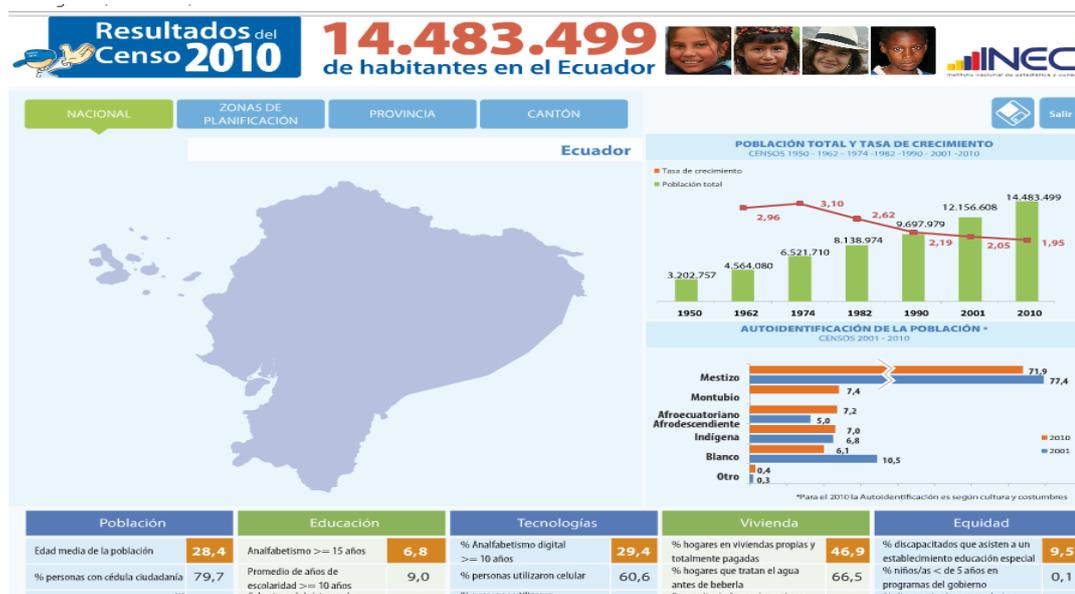
A través de publicidad de redes sociales ()

Vallas publicitarias ()

Material de publicidad (hojas volantes, llaveros, esferos, vasos) ()
)

Radio, TV locales ()
)

Anexo 4: INEC Total Población Ecuador



Anexo 5: INEC Total Región Sierra

Tabla 4: Población y tasa de crecimiento según región natural

Regiones naturales	2001*	2010	Tasa de crecimiento
Costa	6.098.086	7.236.822	1,90%
Sierra	5.463.907	6.449.355	1,84%
Amazonía	548.419	739.814	3,33%
Insular	18.640	25.124	3,32%
Zonas no delimitadas	27.556	32.384	1,79%
Total	12.156.608	14.483.499	1,95%

Fuente: Censos de Población y Vivienda 2001 y 2010

Elaboración: Los Autores

Anexo 6: Total Población Provincia Tungurahua

Información General	Resultados	Información Técnica
¿Qué es el Censo Población?	Resultados del Censo 2010	Base de Datos
Etapas	Tabulados Censales	Manejo de Datos
Cuestionario Censal		REDATAM

Resultados Censo de Población

Provincias Cantones:

2010

TUNGURAHUA

Consultar

Total	504.583
Mujeres	259.800
Hombres	244.783

Anexo 7: Total Población Ciudad Ambato

Información General	Resultados	Información Técnica
¿Qué es el Censo Población?	Resultados del Censo 2010	Base de Datos
Etapas	Tabulados Censales	Manejo de Datos
Cuestionario Censal		REDATAM

Resultados Censo de Población

Provincias Cantones:

2010

TUNGURAHUA

AMBATO

Consultar

Total	329.856
Mujeres	170.026
Hombres	159.830

Anexo 8: Datos según Rango de Edad



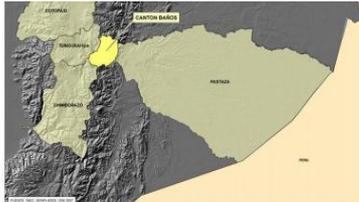
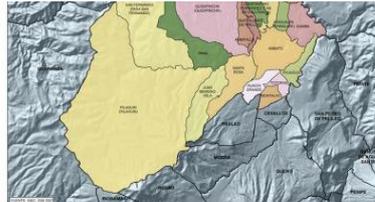
CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010
Por que cada hecho de tu vida cuenta... Ecuador cuenta con el INEC



Grupos de edad	AMBATO		Sexo	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año				1,279	1,275	2,554
De 1 a 4 años				5,750	5,400	11,150
De 5 a 9 años				7,328	7,074	14,402
De 10 a 14 años				7,422	7,160	14,582
De 15 a 19 años				7,634	7,784	15,418
De 20 a 24 años				7,396	7,724	15,120
De 25 a 29 años				6,910	7,316	14,226
De 30 a 34 años				6,274	6,736	13,010
De 35 a 39 años				5,249	6,020	11,269
De 40 a 44 años				4,887	5,526	10,413
De 45 a 49 años				4,574	5,259	9,833
De 50 a 54 años				3,806	4,259	8,105
De 55 a 59 años				3,075	3,698	6,773
De 60 a 64 años				2,464	2,856	5,320
De 65 a 69 años				1,949	2,311	4,260
De 70 a 74 años				1,389	1,728	3,117
De 75 a 79 años				1,030	1,309	2,339
De 80 a 84 años				698	1,005	1,703
De 85 a 89 años				435	611	1,046
De 90 a 94 años				157	239	396
De 95 a 99 años				52	81	133
De 100 años y mas				6	10	16
Total				79,764	85,421	165,185

Anexo 9: INEC Censo Poblacional y Vivienda

INDICADORES ECONÓMICOS

- El cantón AMBATO cuenta con 19 parroquias.
- Representa el 30.1% del territorio de la provincia de TUNGURAHUA (aproximadamente 1.0 mil km2).

Población:	329.9 mil hab. (65.4% respecto a la provincia de TUNGURAHUA).
Urbana:	50.1%
Rural:	49.9%
Mujeres:	51.5%
Hombres:	48.5%
PEA:	60.0% (65.8% de la PEA de la provincia de TUNGURAHUA)

Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010