

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMÉRICA”**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

---

#### **TEMA:**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y  
DISTRIBUCIÓN DE TÉ DE JAMAICA CON STEVIA EN  
EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO  
2018.**

---

Trabajo de investigación para la obtención del Título de Ingeniero en  
Administración de Empresas y Negocios

#### **AUTORA:**

Arias Espín Michelle Alexandra

#### **TUTOR:**

Ing. Ríos Mariño Marcelo Javier

**QUITO -ECUADOR**

2019

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del trabajo de investigación **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE TÉ DE JAMAICA CON STEVIA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2018”**, presentado por Michelle Alexandra Arias Espín, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito, mayo de 2019

---

Marcelo Javier Ríos Mariño

TUTOR

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

Yo, Michelle Alexandra Arias Espín, declaro ser autor del “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE TÉ DE JAMAICA CON STEVIA EN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2018**”, como requisito para optar al grado de Ingeniero de Administración de Empresas y Negocios”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los nueve días del mes de mayo de 2019,

Firmo conforme:

**Autora:** Michelle Alexandra Arias Espín

**Firma:** \_\_\_\_\_

**Número de Cédula:** 1720941358

**Dirección:** La Pulida calle Florencio Malo y Carlos Arteta

**Correo Electrónico:** michellearias1@hotmail.com

**Teléfono:** 0998259189

## **AUTORÍA DE TESIS**

Yo, Michelle Alexandra Arias Espín, en calidad de estudiante Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, declaro que los contenidos de este informe de Investigación Científica, requisito previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos, personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, mayo de 2019

.....  
Michelle Alexandra Arias Espín

C.I: 172094135-8

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del tribunal Examinador aprueban el Informe de tesis, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE TÉ DE JAMAICA CON STEVIA EN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2018”, De la estudiante Michelle Alexandra Arias Espín, de la carrera de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, de la “Universidad Tecnológica Indoamérica”.

Quito, .....2019

Para constancia firman:

**TRIBUNAL DE GRADO**

**F** .....

**PRESIDENTE**

**F** .....

**F** .....

**VOCAL**

**VOCAL**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por todas sus bendiciones y fuerzas que me ha otorgado a lo largo de toda mi carrera estudiantil. A mis padres y abuelos por ser el pilar fundamental de mi vida y fuente principal de motivación. A la familia Lara por creer en mi desde el primer día y abrirme las puertas de su gran institución. A mi compañera y amiga Katy por enfrentar a mi lado desde el día uno de la carrera todos los obstáculos presentados en este largo y grandioso camino.

**Michelle Alexandra Arias Espín**

## **DEDICATORIA**

A Dios, por darme salud y sabiduría para poder cumplir con todos mis objetivos y culminar satisfactoriamente mi carrera universitaria. A mis padres, Kleber y Margarita por ser el estímulo de seguir creciendo cada día como persona y como profesional junto a mis hermanos Josselyn y Kleber que son mi motivo de inspiración diaria. A mis abuelos, Joaquín y Josefina por haberme inculcando muchos valores los cuales han forjado la gran mujer que soy.

**Michelle Alexandra Arias Espín**

## ÍNDICE GENERAL

PRELIMINARES	Pág.
PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORIZACIÓN POR PARTE DE LA AUTORA.....	iii
AUTORIA DE TESIS.....	iv
APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>3</b>
<b>ÁREA DE MARKETING.....</b>	<b>3</b>
Definición del producto o servicio.....	3
Especificación del producto o servicio.....	3
Aspectos innovadores.....	6
Definición del mercado.....	7
Demanda potencial.....	29
Análisis del macro y micro ambiente.....	30
Análisis del micro ambiente.....	30
Análisis del macro ambiente.....	33
Proyección de la oferta.....	37
Demanda potencial insatisfecha.....	38
Promoción y publicidad que se realizará.....	38
Sistema de distribución a utilizar.....	40
Seguimiento de clientes.....	40
Especificar mercados alternativos.....	40



<b>CAPÍTULO II</b> .....	41
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)</b> .....	41
Descripción del proceso.....	41
Descripción del proceso de transformación.....	41
Mapa de procesos.....	42
Proceso de la empresa.....	43
Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	51
Tecnología a aplicar.....	54
Factores que afectan el plan de operaciones.....	55
Ritmo de producción.....	55
Nivel de inventario promedio.....	55
Número de trabajadores.....	56
Capacidad de producción.....	57
Capacidad de producción futura.....	57
Definición de recursos necesarios para la producción.....	57
Especificaciones de materias primas.....	57
Calidad.....	58
Método de control de calidad.....	58
Normativa y permisos que afectan su instalación.....	60
Seguridad e higiene ocupacional.....	60
Normativa aplicable para elaborar el Reglamento de higiene y seguridad ocupacional.....	60
<b>CAPÍTULO III</b> .....	62
<b>ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN</b> .....	62
Análisis estratégico y definición de objetivos.....	62
Visión de la empresa.....	62
Misión de la empresa.....	62
Análisis FODA.....	63
Organización funcional de la empresa.....	64
Organigrama estructural.....	64
Organigrama funcional.....	65

Descripción breve de cargos en el organigrama.....	66
Control de gestión.....	73
Indicadores de gestión necesarios.....	73
Necesidades del personal.....	75
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	76
<b>ÁREA JURÍDICO LEGAL</b> .....	76
Determinación de la forma jurídica.....	76
Patentes y marcas.....	79
Detalle de todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales.....	81
<b>CAPÍTULO V</b> .....	82
<b>ÁREA FINANCIERA</b> .....	82
Plan de inversiones.....	82
Plan de financiamiento.....	84
Cálculo de costos y gastos.....	85
Cálculo de ingresos.....	92
Flujo de caja.....	94
Punto de equilibrio.....	94
Estado de resultados proyectado.....	96
Evaluación financiera.....	97
Conclusiones.....	100
Recomendaciones.....	101
Bibliografía.....	102

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N°1. Beneficios de la flor de Jamaica.....	4
Ilustración N°2. Flor de Jamaica.....	4
Ilustración N°3. Hojas de Stevia.....	5
Ilustración N°4. Logo del producto.....	6
Ilustración N°5. Aspectos Innovadores.....	6
Ilustración N°6. Nivel de consumo de té.....	15
Ilustración N°7. Frecuencia de consumo de té.....	16
Ilustración N°8. Tiempo de compra de cajas de té.....	17
Ilustración N°9. Nivel de compra de cajas de 25 bolsitas de té.....	18
Ilustración N°10. Nivel de consumo de marcas de té nacionales.....	19
Ilustración N°11. Nivel de consumo de marcas de té nacionales.....	20
Ilustración N°12. Nivel de precios del té.....	21
Ilustración N°13. Nivel de consumo de bebidas de flor de Jamaica.....	22
Ilustración N°14. Nivel de conocimiento de los beneficios que brinda la flor de Jamaica.....	23
Ilustración N°15. Nivel de consumo de bebidas endulzadas con Stevia...	24
Ilustración N°16. Nivel de preferencia de endulzante.....	25
Ilustración N°17. Nivel de aceptación del té de Jamaica endulzado con Stevia.....	26
Ilustración N°18. Medios de publicidad.....	27
Ilustración N°19. Cinco fuerzas de Michael Porter.....	30
Ilustración N°20. Canal de distribución.....	40
Ilustración N°21. Mapa de procesos.....	42
Ilustración N°22. Diagrama de flujo Adquisición de materia prima.....	44
Ilustración N°23. Diagrama de flujo Molienda, etiquetado y envasado...	46
Ilustración N°24. Diagrama de flujo Almacenamiento.....	48
Ilustración N°25. Diagrama de flujo Distribución.....	50
Ilustración N°26. Distribución física de las instalaciones.....	51
Ilustración N°27. Equipo CTC triangular para empaquetado.....	52
Ilustración N°28. Mesa de acero inoxidable.....	52

IlustraciónN°29. Balanza industrial.....	53
Ilustración N°30. Círculo de Deming Fiore Tea.....	58
Ilustración N°31. Círculo de Deming.....	59
Ilustración N°32. Organigrama Estructural.....	64
Ilustración N°33. Organigrama Funcional.....	65
Ilustración N°34. Indicadores de Gestión.....	74
Ilustración N°35. Punto de equilibrio.....	95

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1. Categorización de sujetos.....	7
Tabla N°2. Dimensión conductual.....	8
Tabla N°3. Dimensión geográfica.....	8
Tabla N°4. Proyección de la población del norte de Quito.....	9
Tabla N°5. Dimensión demográfica.....	9
Tabla N°6. Cuadro de Necesidades.....	10
Tabla N°7. Nivel de consumo de té.....	15
Tabla N°8. Frecuencia de consumo de té.....	16
Tabla N°9. Tiempo de compra de cajas de té.....	17
Tabla N°10. Nivel compra de cajas de 25 sobres de té.....	18
Tabla N°11. Nivel de consumo de marcas de té nacionales.....	19
Tabla N°12. Lugares de compra de té.....	20
Tabla N°13. Nivel de precios del té.....	21
Tabla N°14. Nivel de consumo de bebidas de flor de Jamaica.....	22
Tabla N°15. Nivel de conocimiento de los beneficios que brinda la flor de Jamaica.....	23
Tabla N°16. Nivel de consumo de bebidas endulzadas con Stevia.....	24
Tabla N°17. Nivel de preferencia de endulzantes.....	25
Tabla N°18. Nivel de aceptación del té de Jamaica endulzado con Stevia....	26
Tabla N°19. Medios de publicidad.....	27
Tabla N°20. Proyección de la demanda.....	29
Tabla N°21. Matriz EFI.....	32
Tabla N°22. Matriz EFE.....	34
Tabla N°23. Matriz MPC.....	35
Tabla N°24. Plan de contingencia Departamento de producción.....	36
Tabla N°25. Plan de contingencia Departamento de marketing.....	36
Tabla N°26. Producción de té en la ciudad de Quito.....	37
Tabla N°27. Proyección de la Oferta.....	37
Tabla N°28. Demanda Potencial Insatisfecha.....	38
Tabla N°29. Plan de Medios.....	39

Tabla N°30. Adquisición de materia prima.....	43
Tabla N°31. Molienda, etiquetado y empaquetado.....	45
Tabla N°32. Almacenamiento.....	47
Tabla N°33. Distribución.....	49
Tabla N°34. Equipos y maquinaria.....	53
Tabla N°35. Cálculo horas hombre.....	54
Tabla N°36. Ritmo de producción.....	55
Tabla N°37. Capacidad de producción.....	56
Tabla N°38. Número de trabajadores.....	56
Tabla N°39. Capacidad de producción futura.....	57
Tabla N°40. Materia prima vs. sustitutos.....	57
Tabla N°41. Análisis FODA.....	63
Tabla N°42. Descripción de los requerimientos y funciones del Gerente General.....	66
Tabla N°43. Descripción de los requerimientos y funciones del Jefe de Producción.....	67
Tabla N°44. Descripción de los requerimientos y funciones del Jefe Comercial.....	68
Tabla N°45. Descripción de los requerimientos y funciones del Jefe Administrativo.....	69
Tabla N°46. Descripción de los requerimientos y funciones de los Operarios.....	70
Tabla N°47. Descripción de los requerimientos y funciones del Asistente Comercial.....	71
Tabla N°48. Descripción de los requerimientos y funciones del Asistente Administrativo.....	72
Tabla N°49. Descripción de los requerimientos y funciones del Chofer.....	73
Tabla N°50. Necesidades del personal.....	75
Tabla N°51. Plan de inversiones.....	82
Tabla N°52. Capital de trabajo.....	83
Tabla N°53. Detalle del Capital de trabajo.....	84
Tabla N°54. Forma de financiamiento.....	84

Tabla N°55. Detalle aporte de socios.....	85
Tabla N°56. Detalle de costos.....	85
Tabla N°57. Proyección de costos.....	86
Tabla N°58. Detalle de gastos.....	87
Tabla N°59. Proyección de gastos.....	88
Tabla N°60. Rol de pagos.....	89
Tabla N°61. Rol de provisiones.....	90
Tabla N°62. Depreciación .....	91
Tabla N°63. Proyección de la depreciación.....	91
Tabla N°64. Cálculo de ingresos.....	92
Tabla N°65. Proyección de ingresos.....	93
Tabla N°66. Flujo de caja.....	94
Tabla N°67. Estado de Resultados proyectado.....	96
Tabla N°68. Tasa Interna de Retorno.....	98
Tabla N°69. Periodo de recuperación.....	99

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE TÉ DE JAMAICA CON STEVIA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2018.”**

**Autora:** Arias Espín Michelle Alexandra

**Tutor:** Ing. Ríos Mariño Marcelo Javier

**RESUMEN EJECUTIVO**

En el Ecuador la tendencia de personas que cuidan su salud ha ido incrementando, debido a que en la actualidad el cuidado de la salud es lo más importante a nivel personal, por lo que el consumidor busca diversos productos de consumo naturales para mantener un mejor estilo de vida. En el mercado local existen varias alternativas de infusiones de plantas tradicionales que a lo largo de los años se han utilizado para aliviar cualquier dolencia o malestar en el organismo, pero se ha encontrado un problema en el mercado ecuatoriano, ya que solo se produce y comercializa infusiones de té de plantas tradicionales, sin tomar en cuenta que en el mundo existen miles de plantas terapéuticas que fueron utilizados por nuestros ancestros en la medicina. Es por eso que se ha realizado un estudio de mercado a hombres y mujeres de 18 a 65 años en el norte de Quito sin tomar en cuenta su posición socioeconómica, dando como resultado una gran cantidad de demanda insatisfecha en el mercado de infusiones de té, por lo cual se ha desarrollado un plan de marketing que permite llegar a cada uno de los consumidores difundiendo las bondades y beneficios que tiene el consumo de té de Jamaica con Stevia. Se desarrolló un plan de producción en donde se determinó el tipo de materia prima que se necesita, como también, el tipo de maquinaria necesaria y tiempos de producción necesarios para iniciar con el proyecto. Se determinó también la estructura organizacional de la empresa y las actividades que debe cumplir cada colaborador. Se han detallado todos los documentos y procesos a seguir para constituir la organización. Y finalmente se hizo una evaluación financiera utilizando distintos indicadores financieros como lo son el VAN y la TIR dando como resultado que es un proyecto totalmente rentable.

**PALABRAS CLAVE:** Infusión, Jamaica, mercado, plantas, proyecto, Stevia.



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**"BUSINESS PLAN FOR THE PRODUCTION AND DISTRIBUTION OF  
JAMAICA TEA WITH STEVIA IN THE NORTHERN SECTOR OF THE  
CITY OF QUITO, YEAR 2018."**

**Author:** Michelle Alexandra Arias Espín

**Tutor:** Ing. Marcelo Javier Ríos Mariño

**ABSTRACT**

In Ecuador, the trend of people who take care of their health has been increasing, the medical care is the most important on a personal level, that's why the consumer looks for several products of natural consumption to maintain a better lifestyle. There are several infusion alternatives of traditional plants which have been used to relieve diseases and discomfort in the organismo over the years in the local market, but a problem has been found in the Ecuadorian market, tea infusion of traditional plants are produced and marketed, without taking into account that there are miles of therapeutic plants in to the world which were used in medicine by our ancestors. That is why a market study has been conducted to men and women from 18 to 65 years old in the north of Quito without taking into account their socioeconomic position, resulting in a large amount of unsatisfied demand in the tea infusions market, for this reason a marketing plan has been developed to reach each of the consumers, and the benefits of Jamaica tea with Stevia have been spread as well. So a production plan was developed where it has been determined what type of raw material is needed, as well as the type of machinery and required production times to start the project. The organizational structure of the company and the activities that each collaborator must fulfill are also determined. All the documents and processes to be followed have been detailed to constitute the organization. And finally a financial evaluation has been made using different financial indicators such as the VAN and the TIR, resulting in a totally profitable project.

**KEYWORDS:** Infusion, Jamaica, market, plants, project, Stevia.

## INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años el consumo de bebidas de infusiones de plantas ha ido evolucionando notablemente, ya que los ancestros utilizaban plantas medicinales, es por eso que se ha tomado en cuenta a la flor de Jamaica por sus múltiples beneficios y propiedades que ayudan a mejorar la calidad de vida del consumidor, lo cual se ha fusionado con las hojas de Stevia que es un endulzante natural para incrementar las bondades del producto y mejorar la salud del que lo consuma.

El presente plan de negocios está enfocado para la creación de una nueva empresa en la producción de té que cumpla con parámetros que garanticen la calidad de sus productos y la satisfacción de sus clientes. Para lo que se establecen los siguientes capítulos que guiarán esta creación:

Capítulo I Área de Marketing, en este capítulo se puede observar la segmentación de mercado, el grupo objetivo al que se direcciona la investigación, aspectos de importancia para la empresa como: el producto, su distribución y promoción, así como, la generación de la imagen que utilizará la empresa para competir en el mercado. El método de investigación que se utilizó para desarrollar este capítulo fue el descriptivo.

Capítulo II Área de producción, este contiene aspectos como: la organización de los procesos, definición de tiempos de producción, requerimientos de materias primas, entre otras actividades que permita producir para cubrir una cuota de mercado de la demanda insatisfecha establecida. El método de investigación utilizado es el descriptivo, ya que se han descrito las actividades que se deben cumplir, como también la materia prima necesaria para el desarrollo del proceso de producción.

Capítulo III Área Organizacional, se establecen las estructuras organizacional y funcional con las cuales la empresa iniciara operaciones a fin de competir en el mercado de alimentos y bebidas no alcohólicas. En este capítulo se utilizó el método de investigación analítico, ya que mediante un análisis de puestos se pudo determinar que perfiles laborales se necesitan para poder contratar al personal según su puesto de trabajo.

Capítulo IV Área Legal, en esta se observa toda la información y documentación que se requiere para la puesta en marcha de este tipo de empresas. El método de investigación que se utilizó para este capítulo fue el descriptivo, ya que se describieron todas las leyes, normas y reglamentos específicos que se deben cumplir para poder crear legalmente una organización.

Capítulo V Área Financiera, en esta se visualiza la cantidad requerida como inversión, así como los distintos estados financieros y flujos de caja que la nueva empresa debe aplicar para desempeñarse en el sector económico seleccionado. Para el desarrollo de este capítulo se utilizó el método de investigación inductivo porque a través de los resultados financieros obtenidos se induce la factibilidad del negocio.

## **CAPÍTULO I**

### **ÁREA DE MARKETING**

#### **1.1 Definición del producto o servicio**

##### **1.1.1 Especificación del producto o servicio**

La revista Los Andes (2016) menciona que “El té es la bebida más popular del mundo después del agua y una de las más saludables.”

Paz y Mailhos (2016) dicen que “El origen del té empezó en el año 2737 A.C., en donde había un sabio emperador chino, el cual insistía que toda el agua para beber debía ser hervida por motivos de higiene. Un día el emperador se recostó debajo de un árbol, cuando algunas de las hojas de este árbol cayeron en el agua hervida, el emperador sintió un aroma especial y no pudo resistirse a probar aquel extraño brebaje.”

El té de Jamaica endulzado con Stevia es un producto innovador basado en cultivos orgánicos enfocados a la salud del consumidor; la flor de Jamaica tiene grandes cantidades de vitaminas (A, C, B1 Y E) y minerales como el hierro, fósforo y calcio. (Stweetea, 2016)

La vitamina A ayuda a mantener y mejorar la visión,

La vitamina C nos protege del envejecimiento prematuro,

La vitamina B1 ayuda a prevenir las enfermedades del sistema nervioso y calma las ansiedades que producen los nervios

La vitamina E aumenta la fertilidad de las personas, mantiene tersa la piel y evita la caída del cabello.

### **Ilustración 1 Beneficios de la flor de Jamaica**

**Fuente:** Stweetea

**Elaborado por:** La Autora

La flor de Jamaica es excelente para aliviar el insomnio, debilidad muscular, afecciones gripales, infecciones respiratorias, anemia y fatiga. También es útil para limpiar el hígado y los riñones; ayuda a la limpieza interna, ya que elimina las toxinas del cuerpo, la disminución del peso y el fortalecimiento de huesos y dientes. (Stweetea, 2016).



### **Ilustración 2 Flor de Jamaica**

**Fuente:** Stweetea

**Elaborado por:** Stweetea

La Stevia es libre en calorías, ayuda a perder o controlar el peso, no afecta a los niveles de azúcar en la sangre de las personas diabéticas, disminuye la hipertensión, reduce el riesgo de caries y no conlleva efectos secundarios potenciales cancerígenos. (EcoAgricultor, 2016)



### **Ilustración 3 Hojas de Stevia**

**Fuente:** EcoAgricultor

**Elaborado por:** EcoAgricultor

La fusión de estas dos plantas, hace que el té de Jamaica endulzado con Stevia sea un producto beneficioso para el consumo diario de las personas, contribuyendo con el buen estado de su salud y mejorando su estilo de vida.

El precio de cada caja de 25 bolsitas de té de Jamaica endulzado con Stevia es de \$2,25, este precio se aplica para los diferentes supermercados en los cuales estará el producto ya que son los intermediarios con el cliente final.

### **Logo del producto**

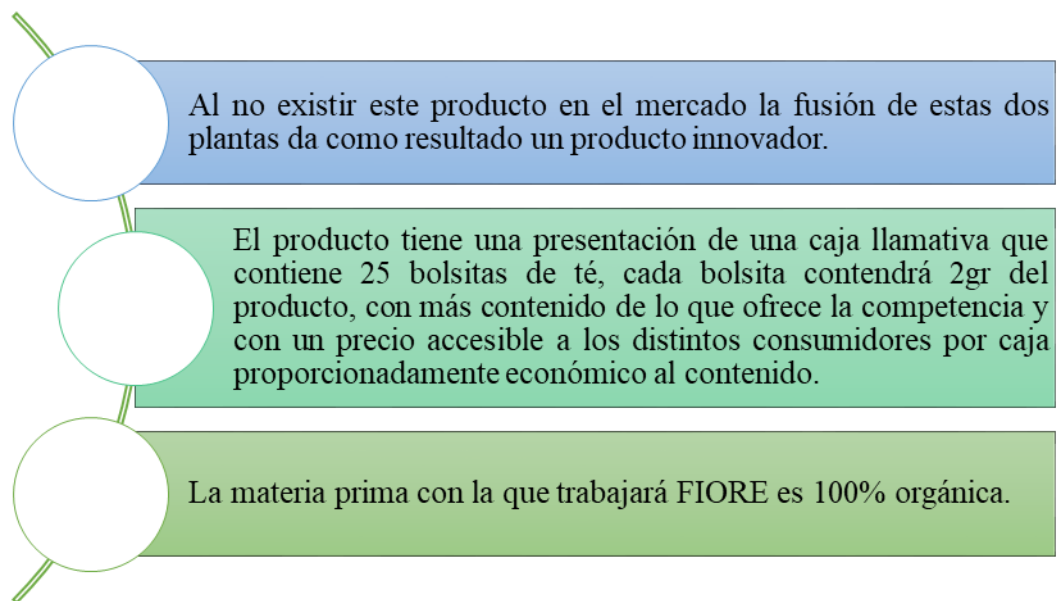
Fiore Tea cuenta con un logo donde se puede observar la flor de Jamaica y la hoja de Stevia, sumado a una taza que contiene la infusión de estas dos plantas medicinales utilizadas con un diseño único y original.



**Ilustración 4 Logo del producto**  
Elaborado por: La Autora

La empresa tendrá el nombre de FIORE TEA, el nombre está basado en el idioma italiano FIORE que significa flor y el inglés Tea que significa té; el producto está enfocado a mantener y mejorar la salud del consumidor por ser el resultado de la infusión de dos plantas multibeneficas y medicinales como son la flor de Jamaica y la hoja de Stevia.

#### 1.1.1. Aspectos Innovadores



**Ilustración 5 Aspectos Innovadores**  
Elaborado por: La Autora

## 1.2. Definición del mercado

Barreno (2004, pág. 45) dice que el mercado “Es todo el entorno de transacciones que realiza la sociedad regulada a nivel local y global cuyo facto es la libre competencia entre partes y el equilibrio entre la oferta y la demanda. En un sentido más específico, mercado aplica como término que delimita un producto o servicio en general.”

Por lo cual el mercado es considerado como un entorno en donde se realizan actividades que implican transacciones entre dos personas o más.

### 1.2.1. Qué mercado se va a tocar en general

#### 1.2.1.1. Categorización de sujetos

Fiore Tea está dirigido para el sector norte de Quito en la provincia de Pichincha, a hombres y mujeres mayores a 18 años.

**Tabla 1 Categorización de sujetos**

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Hombres y mujeres mayores de 18 a 65 años
¿Quién usa?	Hombres y mujeres mayores de 18 a 65 años
¿Quién decide?	Hombres y mujeres mayores de 18 a 65 años
¿Quién influye?	Amistades, sociedad en general

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora



### 1.2.1.2. Estudio de segmentación

**Tabla 2 Dimensión conductual**

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad	Alimentación
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	No
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

**Tabla 3 Dimensión geográfica**

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
País	Ecuador	14.483.499
Región	Sierra	6.081.342
Provincia	Pichincha	2.576.287
Cantón	Quito	2.239.191
Zona	Norte de Quito	837.420
Población Zona la Delicia	Personas entre 18 y 65 años	351.963

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

Para poder trabajar con un dato más real, se proyecta la población del sector norte de Quito zona la Delicia, basada según los datos del último censo aplicado por el INEC en el año 2010, utilizando la tasa promedio de crecimiento poblacional del mismo sector que es el 3%, dando un total de 445.856 habitantes (hombres y mujeres mayores a 18 años) para el año 2018, siendo la población total que se va a utilizar para calcular la muestra.

**Tabla 4 Proyección de la población del norte de Quito**

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL NORTE DE QUITO						
	AÑO	POBLACIÓN	i	1+i	(1+i)^n	Co(i+1)^n
<b>2010</b>	0	351.963	3%	103%	1,00	351.963
<b>2011</b>	1				1,03	362.522
<b>2012</b>	2				1,06	373.398
<b>2013</b>	3				1,09	384.599
<b>2014</b>	4				1,13	396.137
<b>2015</b>	5				1,16	408.022
<b>2016</b>	6				1,19	420.262
<b>2017</b>	7				1,23	432.870
<b>2018</b>	8				1,27	445.856
<b>2019</b>	9				1,30	459.232
<b>2020</b>	10				1,34	473.009
<b>2021</b>	11				1,38	487.199
<b>2022</b>	12				1,43	501.815
<b>2023</b>	13				1,47	516.870

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

**Tabla 5 Dimensión demográfica**

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
<b>Edad</b>	De 18 a 65 años
<b>Sexo</b>	Indistinto
<b>Educación</b>	Indistinto
<b>Nivel Socioeconómico</b>	Medio, medio-alto, alto
<b>Etnia</b>	Indistinto
<b>Nacionalidad</b>	Indistinto
<b>Población proyectada al 2018</b>	445.856 habitantes

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

### 1.2.1.3. Plan de muestreo

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{Z^2 \times P \times Q + Ne^2}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad

P= Probabilidad de ocurrencia

Q= Probabilidad de no ocurrencia

N= Población o universo

e= Error de la muestra

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5) \times (445.856)}{(1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5) + 445.856(0,05)^2}$$

$$n = \frac{428.200,10}{1.115,60}$$

$$n = 384 \text{ habitantes}$$

El resultado de la muestra es de 384 habitantes, pero se aplicarán 385 encuestas.

**Tabla 6 Cuadro de Necesidades**

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
¿Cuál es el proceso de producción del té?	Secundaria	Internet	Servicios Agrupados
Aceptación de este producto	Primaria	Hombres y mujeres de 18 a 65 años	Encuesta
Lugares de compra	Primaria	Hombres y mujeres de 18 a 65 años	Encuesta
Medios de publicidad	Primaria	Hombres y mujeres de 18 a 65 años	Encuesta

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La Autora

#### **1.2.1.4. Diseño y Recolección de Información**

##### **Desarrollo de instrumentos**

##### **Información secundaria**

- **Servicios agrupados**

##### **¿Cuál es el proceso del té?**

El procesos de elaboración del té empieza desde la cosecha, las plantas u hojas utilizadas para la transformación del té se llevan a la plata procesadora para enseguida llevarlas a una máquina de secado, en donde se extrae la humedad interior de la hoja, seguida del paso de la deshidratación, en donde la hoja elimina cualquier rastro de humedad para seguir a la siguiente fase que consiste en el cortado o triturado de la hoja, esto hacer que la hoja esponga las enzimas del interior de las células para que entren en contacto con el oxígeno, por último se procede a empacar el resultado en bolsas de té para posteriormente introducir las en sus cajas para la comercialización. (TeBebo, 2017)

Para la recolección de datos primarios se realizó una encuesta que consta de 13 preguntas referente al consumo de té. Las encuestas se aplicaron a 385 personas del norte de Quito, las cuales dieron a entender que este producto tendría buena acogida.

A continuación, se presenta el modelo de encuesta a aplicar en el sector norte de Quito.

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMÉRICA”

## ENCUESTA

El presente estudio tiene por objeto determinar el tipo de consumo de bebidas como el té y sus variedades en el sector Norte de Quito.

1. ¿Usted compra té? (si la respuesta es NO, se da por terminada la encuesta)

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

2. ¿Con qué frecuencia consume té?

Diario \_\_\_\_  
Semanal \_\_\_\_  
Mensual \_\_\_\_  
Otro: \_\_\_\_ (especifique) \_\_\_\_\_

3. ¿Cada qué tiempo compra cajas de té?

Cada semana \_\_\_\_  
Cada mes \_\_\_\_  
Cada trimestre \_\_\_\_  
Cada semestre \_\_\_\_  
Cada año \_\_\_\_

4. ¿Cuántas cajas de 25 bolsitas de té usted compra?

1 a 3 \_\_\_\_  
4 a 6 \_\_\_\_  
7 a más \_\_\_\_

5. ¿Qué marcas de té ha consumido?

Supermaxi \_\_\_\_



Hierbas Aromáticas \_\_\_\_



Nature´s Heart \_\_\_\_\_



Hierbas Pusuquí \_\_\_\_\_



Hornimans \_\_\_\_\_



Otro: \_\_\_\_ (especifique) \_\_\_\_\_

**6. ¿En dónde realiza la compra de té?**

Tienda del barrio \_\_\_\_\_

Supermercados \_\_\_\_\_

Cafeterías \_\_\_\_\_

Otro: \_\_\_\_ (especifique) \_\_\_\_\_

**7. ¿Cuánto paga usted por una caja de té?**

1,00-1,99 \_\_\_\_\_

2,00-3,99 \_\_\_\_\_

4,00 o más \_\_\_\_\_

**8. ¿Usted ha consumido bebidas de flor de Jamaica?**

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

**9. ¿Usted conoce los beneficios que le brinda la flor de Jamaica?**

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

**10. ¿Usted ha consumido bebidas endulzadas con Stevia?**

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

**11. ¿Qué endulzante prefiere al momento de cuidar su salud y la de su familia?**

Azúcar tradicional \_\_\_\_ Endulzante natural \_\_\_\_

**12. ¿Compraría usted té de Jamaica endulzado con Stevia? (si la respuesta es NO se da por terminada la encuesta)**

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

**13. ¿Qué medio utiliza usted para enterarse de publicidad de sus productos? (solo una opción)**

TV \_\_\_\_\_  
Radio \_\_\_\_\_  
Redes Sociales \_\_\_\_\_  
Flyers \_\_\_\_\_  
Vallas Publicitarias \_\_\_\_\_  
Página Web \_\_\_\_\_  
Otro: \_\_\_\_ (especifique) \_\_\_\_\_

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

### 1.2.1.5 Análisis e Interpretación

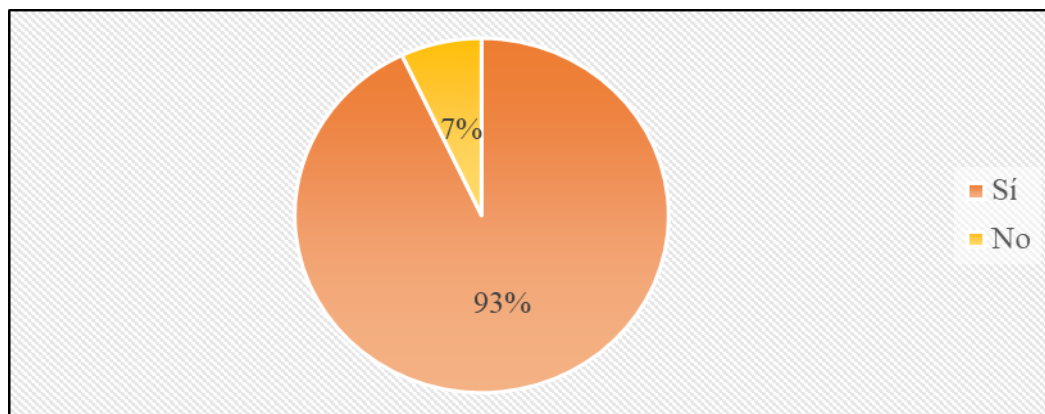
1. ¿Usted compra té? (si la respuesta es NO, se da por terminada la encuesta)

**Tabla 7 Nivel de consumo de té**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sí</b>	358	93%
<b>No</b>	27	7%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La Autora



**Ilustración 6 Nivel de consumo de té**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La Autora

### Interpretación

Se puede observar que el 93% de los encuestados SI compran té y que tan solo el 7% dijeron que NO, ya que tienen otras preferencias en cuanto al consumo de bebidas.

### Análisis

Se puede afirmar que la mayoría de las personas compran té, ya sea por los múltiples beneficios que brinda o simplemente por gusto, pero cabe recalcar que no necesariamente las personas que compran té son las que consumen, tomando en cuenta de que pueden comprar para el consumo de su familia.



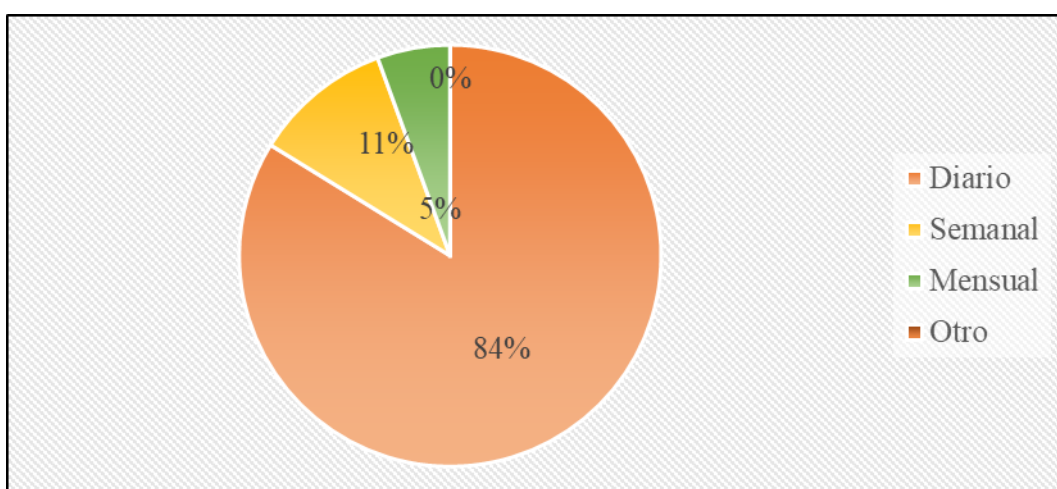
## 2. ¿Con qué frecuencia consume té?

**Tabla 8 Frecuencia de consumo de té**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Diario</b>	300	84%
<b>Semanal</b>	38	11%
<b>Mensual</b>	20	5%
<b>Otro</b>	0	0%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora



**Ilustración 7 Frecuencia de consumo de té**

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

### Interpretación

Se puede observar que el 84% de encuestados consumen diariamente té, el 11% semanal, el 5% mensual y 0% otros.

### Análisis

En la actualidad el consumo de té ha ido incrementando debido a las personas están más pendientes en cuidar su salud y ya no quieren consumir bebidas artificiales que con el tiempo trae consecuencias en la salud del consumidos. Éste es un punto a favor que tiene la empresa ya que se va a dedicar directamente a la producción de té que tiene como objetivo el cuidado de la salud del consumidor.

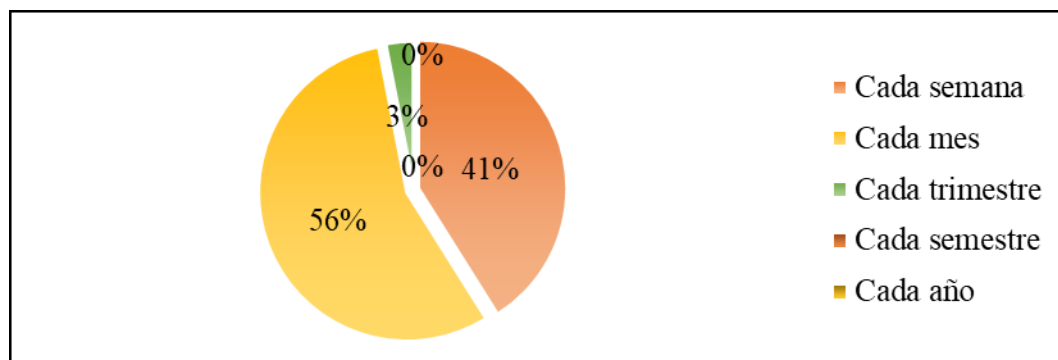
### 3. ¿Cada qué tiempo compra cajas de té?

**Tabla 9 Tiempo de compra de cajas de té**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Cada semana</b>	147	41%
<b>Cada mes</b>	200	56%
<b>Cada trimestre</b>	11	3%
<b>Cada semestre</b>	0	0%
<b>Cada año</b>	0	0%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora



**Ilustración 8 Tiempo de compra de cajas de té**

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

### Interpretación

Mediante la aplicación de la encuesta se puede observar que el 56% de encuestados compran cajas de té de 25 bolsitas cada mes, el 41% compra cada semana, el 3% compra cada 3 meses, dejando de lado la compra cada seis meses y cada año.

### Análisis

Al momento de aplicar la encuesta se pudo hablar con las personas encuestadas y la mayoría expresó que compran cajas de té cada mes, pero esto es porque compran varias cajas las cuales les pueda durar mediante todo el mes que van a consumir.

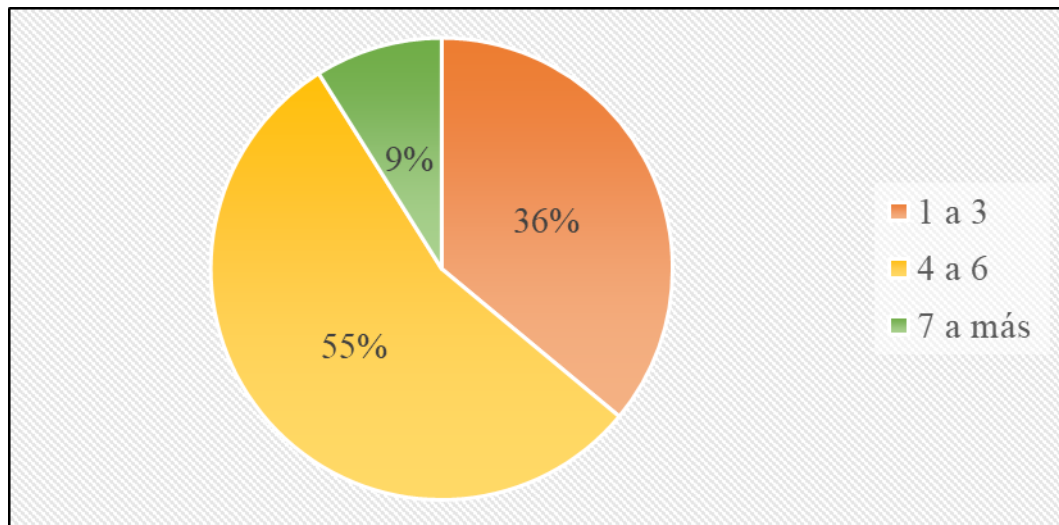
#### 4. ¿Cuántas cajas de 25 bolsitas de té usted compra?

**Tabla 10 Nivel compra de cajas de 25 sobres de té**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1 a 3</b>	129	36%
<b>4 a 6</b>	197	55%
<b>7 a más</b>	32	9%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La Autora



**Ilustración 9 Nivel de compra de cajas de 25 bolsitas de té**

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

#### **Interpretación**

Se puede observar que el 55% de personas encuestadas compran de 4 a 6 cajas de té de 25 bolsitas, el 36% de 1 a 3 cajas y que tan sólo el 7% compra de 7 a más cajas.

#### **Análisis**

Con la ayuda de la pregunta N° 3 los encuestados pudieron responder esta pregunta, ya que la mayoría de personas dijeron que compraban mensualmente las cajas de té y es debido a que compran entre 4 a 6 cajas de té de 25 bolsitas, lo que supieron expresar es que esta cantidad de cajas les ayuda a satisfacer todo el mes.

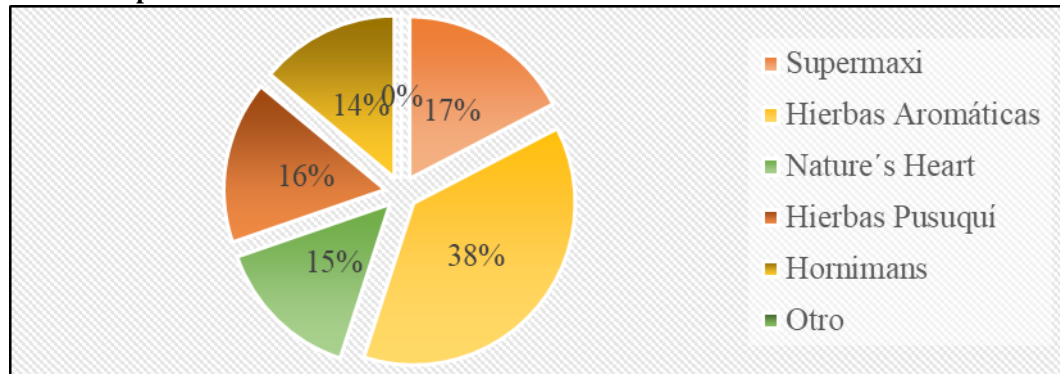
## 5. ¿Qué marcas de té ha consumido?

**Tabla 11 Nivel de consumo de marcas de té nacionales**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Supermaxi	138	17%
Hierbas Aromáticas	298	38%
Nature's Heart	117	15%
Hierbas Pusuquí	129	16%
Hornimans	111	14%
Otro	0	0%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La Autora



**Ilustración 10 Nivel de consumo de marcas de té nacionales**

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### Interpretación

El 38% de los encuestados expresó que la marca que más consumen es la de Hierbas Aromáticas, seguida de la marca Supermaxi con el 17%, Hierbas Pusuquí con el 16%, Nature's Heart con el 15%, Hornimans con el 14% y otras marcas con el 0%

### Análisis

La marca de té que más consumen las personas encuestadas fue Hierbas Aromáticas, siendo una de las empresas más reconocidas a nivel nacional en la producción de té, pero también hay que tomar en cuenta que la marca Supermaxi en poco tiempo se ha ido posicionando con fuerza en el mercado ecuatoriano.

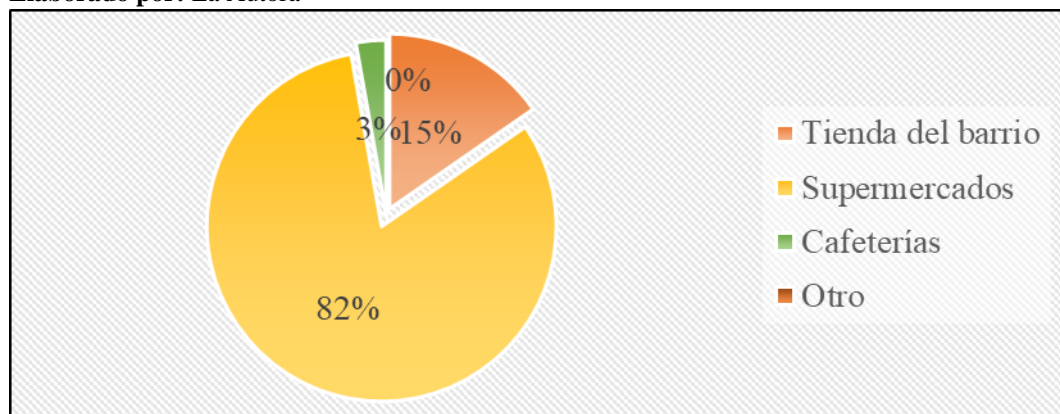
## 6. ¿En dónde realiza la compra de té?

**Tabla 12 Lugares de compra de té**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Tienda del barrio	55	15%
Supermercados	293	82%
Cafeterías	10	3%
Otro	0	0%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La Autora



**Ilustración 11 Nivel de consumo de marcas de té nacionales**

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### Interpretación

El 82% de los encuestados indicaron que compran las cajas de té en supermercados, el 15% en las distintas tiendas de su barrio, el 3% en cafeterías y el 0% en otros lugares.

### Análisis

En la actualidad en el mercado ecuatoriano la mayoría de personas ahora adquieren sus productos mediante las diferentes cadenas de supermercados que hay en el país, dejando de lado a las tiendas de barrio, pero hay que recalcar que a las tiendas de barrio asisten las personas que necesitan algún producto de urgencia o para utilizarlo al instante, lo cual nos favorece porque la marca de té Fiore Tea va a vender únicamente a los supermercados para que ellos lleguen directamente al consumidor.

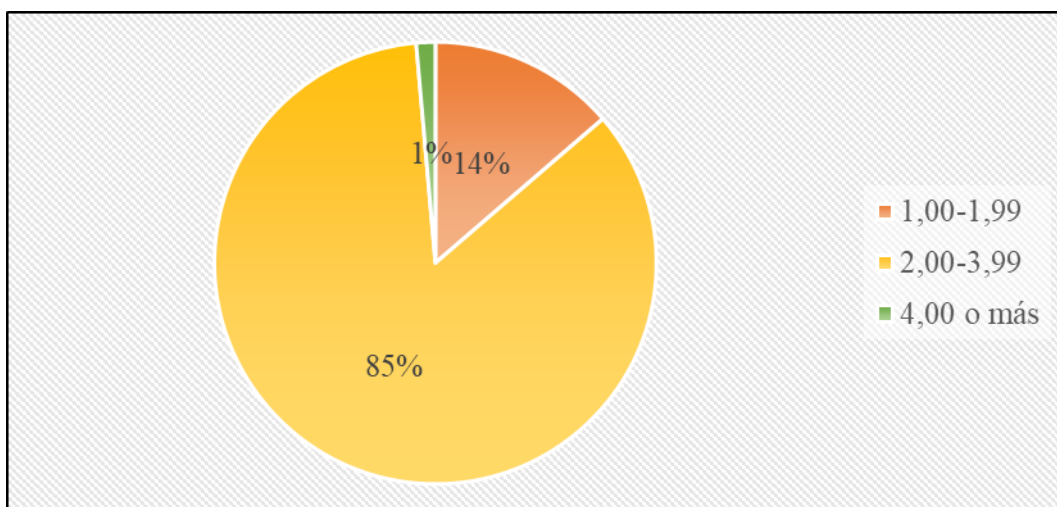
## 7. ¿Cuánto paga usted por una caja de té?

**Tabla 13 Nivel de precios del té**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1,00-1,99	49	14%
2,00-3,99	304	85%
4,00 o más	5	1%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La Autora



**Ilustración 12 Nivel de precios del té**

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### Interpretación

El 85% de los encuestados dicen que pagan por las cajas de té de 25 bolsitas de 2 a 3,99 dólares, el 14% pagan de 1 a 1,99 dólares y tan solo el 1% pagan de 4 dólares a más.

### Análisis

Para la mayoría de personas encuestadas pagar de 2 a 3.99 dólares por una caja de té con 25 sobres es un valor razonable ya que supieron manifestar que prefieren calidad en el producto antes que precio, lo cual es favorable para Fiore Tea porque el precio del té de Jamaica endulzado con Stevia se encuentra dentro de ese rango.

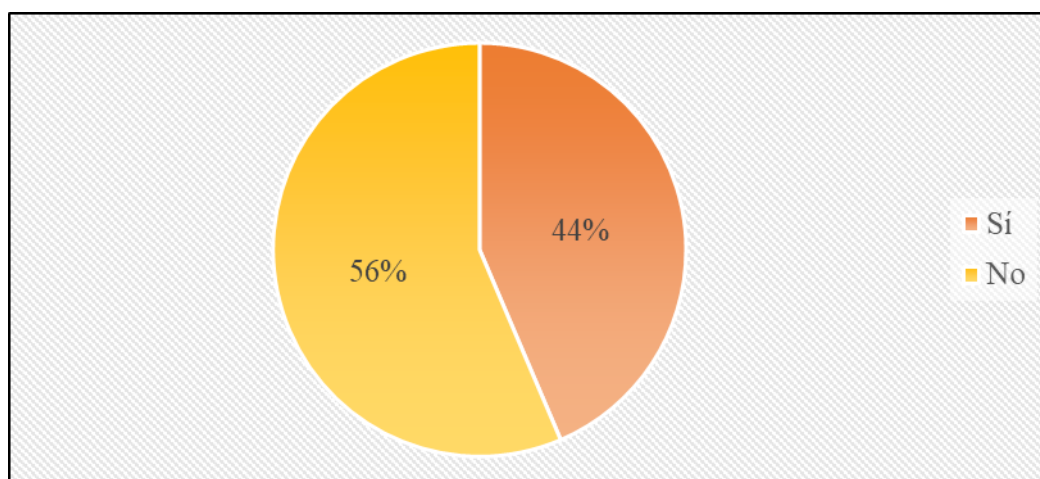
## 8. ¿Usted ha consumido bebidas de flor de Jamaica?

**Tabla 14 Nivel de consumo de bebidas de flor de Jamaica**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	156	44%
No	202	56%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La Autora



**Ilustración 13 Nivel de consumo de bebidas de flor de Jamaica**

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### **Interpretación**

El 56% de los encuestados expresaron que no han consumido bebidas de flor de Jamaica y el 44% respondieron que sí.

### **Análisis**

La flor de Jamaica es una planta que aún no es muy conocida a nivel nacional, siendo una planta oriunda del país de México, la cual se ha ido introduciendo de poco en el país por eso es que la mayoría de personas aún no han probado bebidas de la flor de Jamaica y las personas que si lo han consumido expresan que es una planta que ha ayudado mucho para mejorar su salud y que algunas personas la conocen porque les ha recetado un médico.

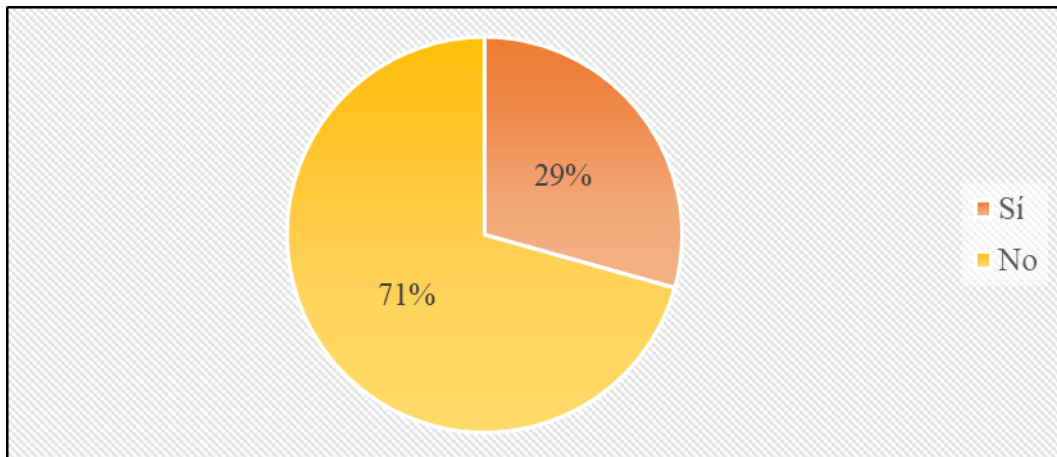
**9. ¿Usted conoce los beneficios que le brinda la flor de Jamaica?**

**Tabla 15 Nivel de conocimiento de los beneficios que brinda la flor de Jamaica**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	105	29%
No	253	71%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La Autora



**Ilustración 14 Nivel de conocimiento de los beneficios que brinda la flor de Jamaica**

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

**Interpretación**

El 71% de los encuestados no conocen los beneficios que brinda la flor de Jamaica y el 29% sí conoce.

**Análisis**

Al ser una planta extranjera, muchas personas no conocen sus beneficios, pero al momento de aplicar la encuesta la mayoría de personas que sí conocen los beneficios de la flor de Jamaica manifestaron que se enteraron de dicha planta por recomendaciones médicas y que al momento de consumirla se notaron enseguida los resultados, viendo mejoras en su salud.



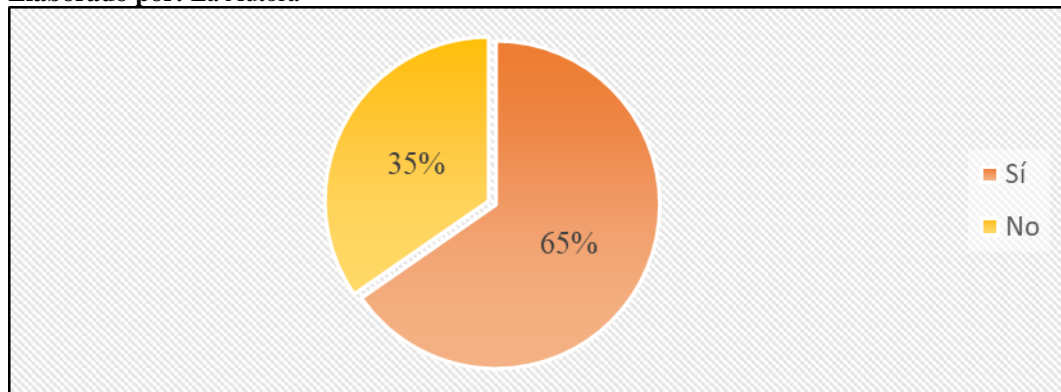
## 10. ¿Usted ha consumido bebidas endulzadas con Stevia?

**Tabla 16 Nivel de consumo de bebidas endulzadas con Stevia**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	234	65%
No	124	35%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La Autora



**Ilustración 15 Nivel de consumo de bebidas endulzadas con Stevia**

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### Interpretación

El 65% de los encuestados sí han consumido bebidas endulzadas con Stevia, mientras que el 35% no.

### Análisis

En la actualidad el cuidado de la salud se ha vuelto muy importante en las personas, es por eso que varias empresas de bebidas han intentado sustituir el azúcar artificial por Stevia, lo cual ha tenido gran acogida dentro del mercado ecuatoriano, pero cabe recalcar que al momento de utilizar la Stevia cambia un poco el sabor de la bebida; aplicando la encuesta se puede apreciar que las personas que aún no han consumido bebidas con Stevia es porque piensan que ese tipo de productos son muy caros y prefieren las bebidas tradicionales que no tienen costo adicional, pero también supieron manifestar que sí quieren cuidar su salud, por ende si quisieran probar este tipo de bebidas.

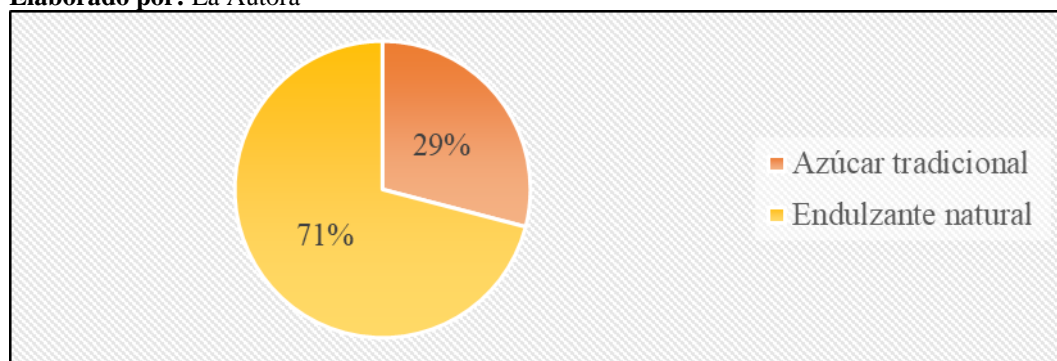
## 11. ¿Qué endulzante prefiere al momento de cuidar su salud y la de su familia?

**Tabla 17 Nivel de preferencia de endulzantes**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Azúcar tradicional	104	29%
Endulzante natural	254	71%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La Autora



**Ilustración 16 Nivel de preferencia de endulzante**

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### **Interpretación**

El 71% de los encuestados prefieren consumir endulzantes naturales, mientras el 29% manifestaron que prefieren el azúcar tradicional.

### **Análisis**

En el Ecuador muchas de las personas han crecido con alimentos tradicionales en los cuales sólo se han utilizado condimentación natural, por ello la calidad de vida de las personas ha sido mejor; en la actualidad la variación en el mercado ha hecho que las industrias creen condimentación artificial, causando problemas en la salud del consumidor, lo mismo pasa con el azúcar tradicional, ya que el exceso del mismo puede causar daños irremediables en la salud como lo es la diabetes, por lo cual se está iniciando la implementación de plantas naturales para poder endulzar las bebidas como lo son las hojas de Stevia (endulzante natural), la acogida de la misma en los últimos años ha ido incrementando debido a la cantidad de personas que quieren cuidar su salud.

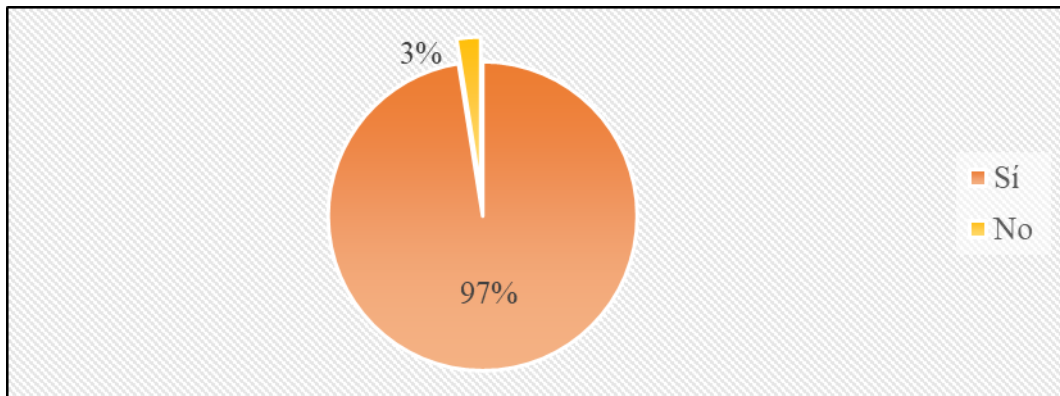
## 12. ¿Compraría usted té de Jamaica endulzado con Stevia?

**Tabla 18 Nivel de aceptación del té de Jamaica endulzado con Stevia**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	349	97%
No	9	3%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora



**Ilustración 17 Nivel de aceptación del té de Jamaica endulzado con Stevia**

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

### Interpretación

El 97% de los encuestados respondieron que sí comprarían el té de Jamaica endulzado con Stevia y tan solo el 3% respondió que no.

### Análisis

Esta pregunta es esencial para poder continuar con el proyecto ya que representa viabilidad del mismo, la mayoría de las personas encuestadas respondieron que sí comprarían el té de Jamaica con Stevia, porque es un producto con grandes beneficios para la salud y aparte es novedoso ya que contiene un endulzante natural, por tanto, sí se tiene aceptación del producto.

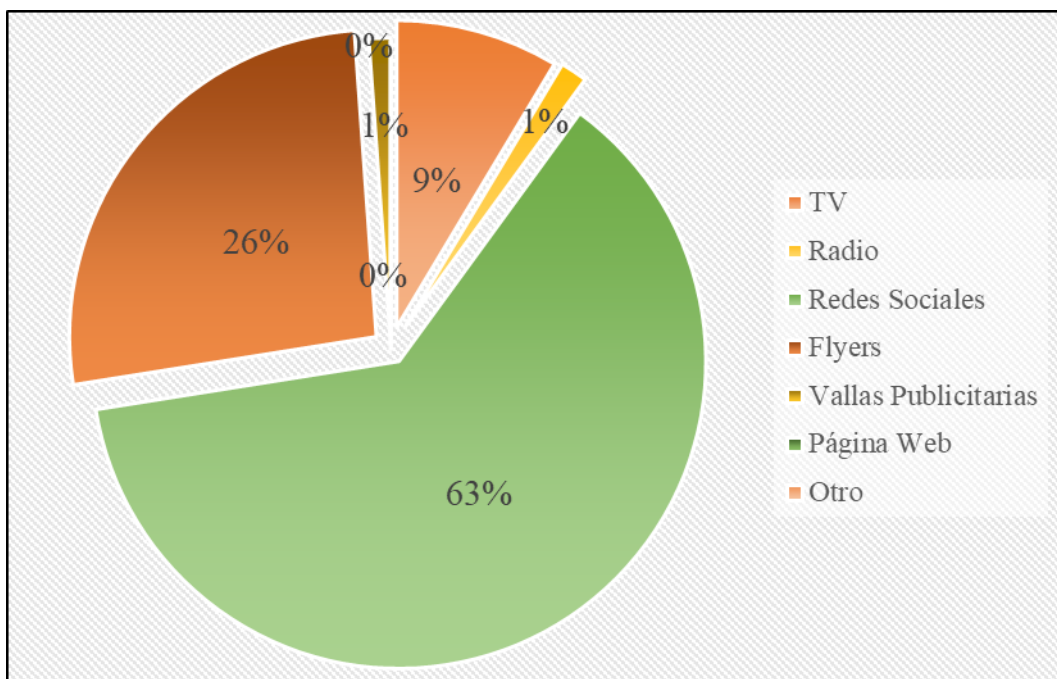
13. ¿Qué medio utiliza usted para enterarse de publicidad de sus productos? (solo una opción)

**Tabla 19 Medios de publicidad**

	Frecuencia	Porcentaje
TV	30	9%
Radio	5	1%
Redes Sociales	218	63%
Flyers	92	26%
Vallas Publicitarias	4	1%
Página Web	0	0%
Otro	0	0%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora



**Ilustración 18 Medios de publicidad**

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

## **Interpretación**

El 63% de los encuestados respondieron que el medio que más utilizan para enterarse de la publicidad son las redes sociales, el 26% por medio de flyers, el 9% por medio de la televisión, el 1% por medio de vallas publicitarias y por la radio y el 0% por páginas webs u otros medios.

## **Análisis**

En la actualidad las redes sociales son el medio por donde la mayoría de la población se entera de las ofertas y promociones que ofrecen las varias empresas, esto se debe a que la utilización de estos medios ha ido crecido de manera considerada, dejando a un lado a los medios de comunicación tradicionales como lo son la televisión y la radio; las redes sociales ofrecen publicidad de bajo costo y tienen la capacidad de mostrársela a la audiencia interesada lo que hace la publicidad más efectiva; por otro lado los flyers también son muy útiles, ya que son entregados en la calle o en centros comerciales por donde circulan grandes cantidades de gente diariamente, y es más fácil llegar al público.

### 1.2.2 Demanda potencial

Para el cálculo de la demanda potencial se ha tomado la proyección de la población total del norte de Quito para el año 2018 que es de 445.856, el cual se ha multiplicado por el porcentaje de aceptación de la pregunta N° 1 que es el 93%, dando como resultado 414.646, a este valor se le multiplica el porcentaje de aceptación del té de Jamaica con Stevia de la pregunta N° 12 que es el 97%, dando como resultado 402.207, siendo la población inicial que se va a tomar para el cálculo de la demanda.

Para poder calcular la demanda en cajas de té se utilizan las preguntas 3 y 4; al resultado de la demanda total se lo multiplica por 5 (cajas de té), valor que es obtenido del promedio de la respuesta con más aceptación de la pregunta N° 4; y este valor al mismo tiempo es multiplicado por 12 (meses), valor que es obtenido de la respuesta con más aceptación de la pregunta N° 3; dando como resultado la 24.132.413 cajas de té, y a este valor a su vez se le divide para 4 (promedio de integrantes por familia) ya que la tabla 4 da la información del número de cajas por familia, considerando que cada familia tiene un número promedio de integrantes de 4 personas y suponiendo que todos los miembros toman té, dando como resultado la demanda potencial de 6.033.103 cajas de té, la misma que es proyectada para 5 años.

**Tabla 20 Proyección de la demanda**

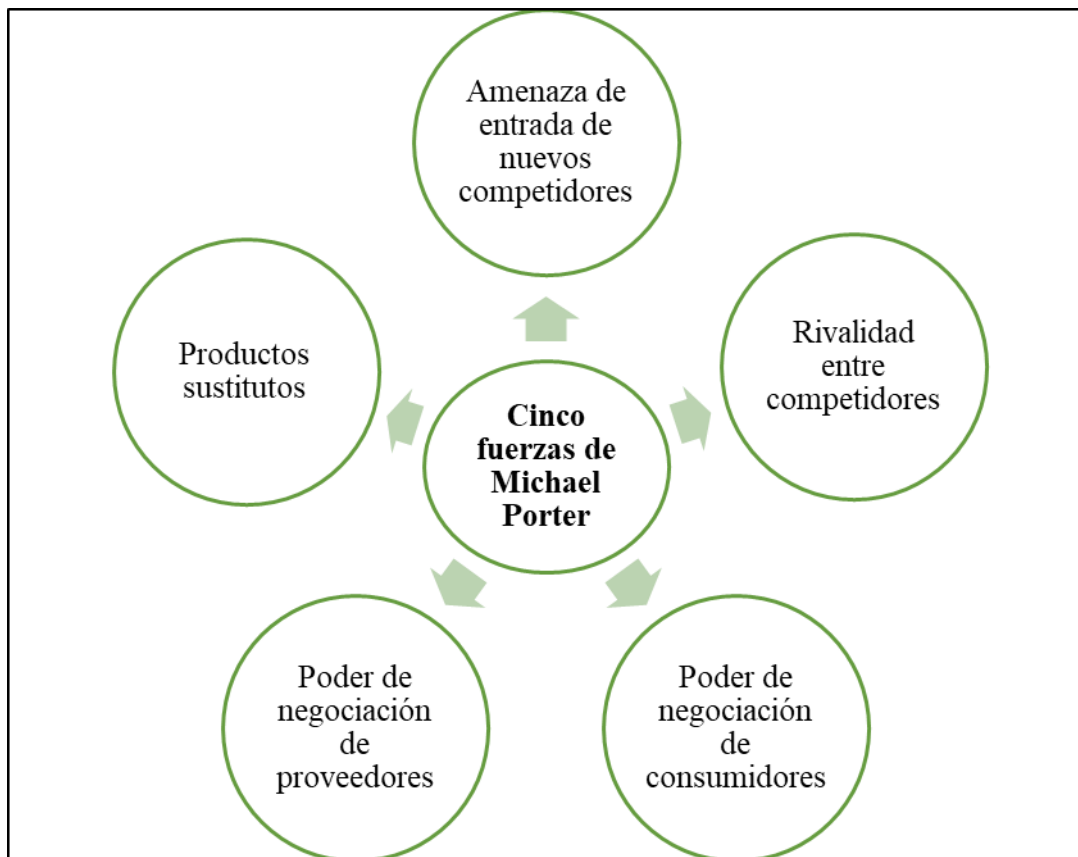
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL NORTE DE QUITO								
	AÑO	POBLACIÓN	i	1+i	(1+i)^n	Co(i+1)^n	CAJAS DE TÉ	/4
2018	0	402.207	3%	103%	1,00	402.207	24.132.413	6.033.103
2019	1				1,03	414.273	24.856.385	6.214.096
2020	2				1,06	426.701	25.602.077	6.400.519
2021	3				1,09	439.502	26.370.139	6.592.535
2022	4				1,13	452.687	27.161.243	6.790.311
2023	5				1,16	466.268	27.976.080	6.994.020

Fuente: INEC, 2018

Elaborado por: La Autora

### 1.3. Análisis del macro y micro ambiente

#### 1.3.1. Análisis del micro ambiente



**Ilustración 19** Cinco fuerzas de Michael Porter

Fuente: (Porter M. E., 1980)

Elaborado por: La Autora

El modelo de las Cinco fuerzas es creado por Michael Porter (Porter, 1980), en donde se identifican los recursos con los que cuenta una empresa y permite optimizarlos para así ubicarse por encima de sus competidores:

#### **Entrada de nuevos competidores**

La amenaza de nuevos competidores es media, ya que para poner en marcha el proyecto necesita de una inversión inicial alta.

### **Rivalidad entre competidores**

Rivalidad entre competidores existentes es baja porque en el mercado nacional no aún no hay competidores que se dediquen a la elaboración del mismo producto.

### **Poder de negociación de los consumidores**

El poder de negociación de los clientes es medio, ya que no hay té de Jamaica endulzado con Stevia en el mercado nacional, pero si tiene varios productos que los sustituye.

### **Poder de negociación de los proveedores**

El poder de negociación de los proveedores es bajo, ya que hay diversos proveedores de insumos en el mercado.

### **Productos sustitutos**

La amenaza de productos sustitutos es alta, porque hay gran variedad de marcas de té a precios competitivos.



## Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI)

**Tabla 21 Matriz EFI**

EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERACIÓN
<b>Fortalezas</b>				
1.	Maquinaria de punta	10%	3	0,3
2.	Producto de calidad	17%	4	0,68
3.	Producto innovador	16%	4	0,6
4.	Productos orgánicos en existencias	15%	3	0,48
5.	Precios accesibles	13%	3	0,39
<b>Total fortalezas</b>				<b>2,45</b>
<b>Debilidades</b>				
1.	Falta de recursos propios	5%	2	0,1
2.	Falta de capital financiero	8%	1	0,08
3.	Falta de experiencia en el mercado	5%	2	0,1
4.	Inseguridad Jurídica	7%	1	0,07
5.	Falta de conocimientos comerciales	4%	1	0,04
<b>Total debilidades</b>				<b>0,39</b>
<b>Total</b>		<b>100%</b>		<b>2,84</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

### Análisis

El resultado obtenido de la aplicación de la matriz EFI presenta un total de 2,84; lo que indica que se encuentra por encima de la media 2,50. En donde las fortalezas tienen un total de 2,45, superando a las debilidades que tienen un total de 0,39.

Unas de las principales fortalezas es la calidad y la innovación del producto, de esta forma se puede conseguir con mayor efectividad la atención de los consumidores y con esto hacer frente a la competencia.

### **1.3.2. Análisis del macro ambiente**

#### **Entorno Cultural**

La cultura marca fuertemente las tendencias de consumo de infusiones aromáticas en el mercado local. Los estudios realizados por el Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP) señalan que, en varias provincias del país, personas con enfermedades recurren a tratamientos en base a las infusiones de plantas aromáticas o jugo de hierbas medicinales para curar sus dolencias (Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, 2017).

Estas tendencias culturales afectan de manera positiva al giro de negocio, por ende, la posibilidad de que al lanzar al mercado un producto que va acorde a las necesidades esperadas por los clientes se puede esperar tener un nivel elevado de ventas.

#### **Entorno Económico**

La tasa de crecimiento del PIB en el sector alimenticio y de bebidas, en los últimos años ha ido incrementando favorablemente, siendo uno de los sectores que más aportan al PIB del Ecuador, la tasa de crecimiento para el 2018 es del 5% (Ekos, 2018).

Esta variable es favorable para la empresa porque se puede concluir que el PIB en el Ecuador respecto al sector alimenticio a crecido e irá creciendo, lo cual puede indicar que la empresa tendrá buena aceptación en el sector.

#### **Entorno Tecnológico**

La incorporación de nuevas tecnologías como maquinarias, equipos y softwares que ayuden a optimizar tiempos y recursos tanto humanos como económicos en el proceso productivo, generando una ventaja competitiva evidente con respecto a los actuales competidores y a los que puedan incorporarse a mediano plazo.

## Entorno Político

En la actualidad, el entorno político es favorable ya que el actual gobierno impulsa a la producción y consumo de productos agroindustriales, teniendo a favor que se está consumiendo primero lo nacional.

## Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

Tabla 22 Matriz EFE

EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERACIÓN
<b>Oportunidades</b>			
1. No existe competencia directa	15%	4	0,6
2. Clientes con nuevos gustos respecto al cuidado de su salud	17%	3	0,51
3. Precios competitivos	15%	4	0,6
4. Leyes gubernamentales a favor de la agroindustria	12%	3	0,36
5. Incremento actual en la demanda	14%	2	0,28
<b>Total oportunidades</b>			<b>2,35</b>
<b>Amenazas</b>			
1. Cambios económicos en el país	7%	3	0,21
2. Existencia de varios productos sustitutos	6%	2	0,12
3. Poco reconocimiento en el mercado por ser una marca nueva	5%	3	0,15
4. Cambios en las necesidades y preferencias de los consumidores	5%	2	0,1
5. Fenómenos naturales	4%	2	0,08
<b>Total amenazas</b>			<b>0,66</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>3,01</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

## Análisis

El resultado obtenido de la aplicación de la matriz EFE presenta un total de 3,01; lo que indica que se encuentra por encima de la media 2,5. En donde las oportunidades tienen un total de 2,35 superando a las amenazas presentes que tienen un total de 0,66.

Las principales oportunidades son los clientes con nuevas preferencias al momento de cuidar su salud y la inexistencia de competencia directa.

### Matriz del Perfil Competitivo (MPC)

FACTORES CLAVES DEL ÉXITO	PONDERACIÓN	FIORE TEA		TÉ SUPERMAXI		HIERBAS AROMÁTICAS	
		Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado
Precio	0,2	4	0,8	3	0,6	2	0,4
Calidad del producto	0,2	4	0,8	3	0,6	4	0,8
Tecnología	0,15	2	0,3	3	0,45	4	0,6
Aspectos financieros	0,2	2	0,4	3	0,6	3	0,6
Efectividad publicitaria	0,15	2	0,3	2	0,3	3	0,45
Reputación de marca	0,1	2	0,2	2	0,2	3	0,3
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,8</b>		<b>2,75</b>		<b>3,15</b>

**Tabla 23 Matriz MPC**

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### Análisis

La comparación de esta empresa con otras organizaciones pertenecientes a la competencia, indica que está en un punto favorable ya que el mayor resultado ponderado lo obtiene la empresa de Hierbas Aromáticas con un total de 3,15 ya que es reconocida por su trayectoria en el mercado, seguida por Fiore Tea con un total de 2,8, siendo esto favorable para la empresa ya que no existe mucha variación en los totales, y finalmente el Té Supermaxi con un total de 2,75, siendo un resultado bueno ya que esta empresa no cuenta con publicidad y su producto es de línea blanca.

## Plan de contingencia

### Departamento de producción

**Tabla 24 Plan de contingencia Departamento de producción**

ESTRATÉGIA	¿QUÉ?	¿CÓMO?	¿CON QUÉ?	¿CUÁNDO?	¿QUIÉN?
	PROGRAMAS	ACCIÓN INMEDIATA	RECURSOS NECESARIOS	PLAZO (FECHA INICIO-FIN)	RESPONSABLES
Implementación de equipos para la elaboración y producción de té	Capacitación al personal de los nuevos equipos	-Establecer costos de capacitación -Determinar el tiempo y el personal que será capacitado	-Humano -Tecnológico -Financiero	Del 1 al 10 de enero	Gerente General

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### Departamento de marketing

**Tabla 25 Plan de contingencia Departamento de marketing**

ESTRATÉGIA	¿QUÉ?	¿CÓMO?	¿CON QUÉ?	¿CUÁNDO?	¿QUIÉN?
	PROGRAMAS	ACCIÓN INMEDIATA	RECURSOS NECESARIOS	PLAZO (FECHA INICIO-FIN)	RESPONSABLES
Implementación de la publicidad del producto	Capacitación sobre publicidad	-Establecer costos de capacitación -Determinar el tiempo y el personal que será capacitado	-Humano -Tecnológico -Financiero	Del 1 al 10 de febrero	Gerente General

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### 1.3.3. Proyección de la oferta

Según Quizhpe y Vinueza (2018), la producción de té en la ciudad de Quito es de 1.492.595 cajas, teniendo en el sector norte zona la Delicia la producción de 790.644 cajas anuales.

**Tabla 26 Producción de té en la ciudad de Quito**

AÑO	PRODUCCIÓN DE TÉ	TOTAL CAJAS
2018	Quito	1.492.595
2018	Norte de Quito zona la Delicia	790.644

Fuente: Quizhpe y Vinueza (2018)

Elaborado por: La Autora

La tabla N° 26 indica que la producción de té en la ciudad de Quito es de 1.492.595, con el 53% destinado al sector norte zona la Delicia.

Para el cálculo de la oferta se utilizó el porcentaje promedio de crecimiento del sector alimentos y bebidas no alcohólicas que es el 4,4%, dando como resultado de la oferta 790.644 cajas de té, la misma que es proyectada por 5 años.

**Tabla 27 Proyección de la Oferta**

PROYECCIÓN DE LA OFERTA						
	AÑO	CAJAS	I	1+i	(1+i)^n	Co(i+1)^n
2018	0	790.644	4,4%	104,4%	1,00	790.644
2019	1				1,04	825.432
2020	2				1,09	861.751
2021	3				1,14	899.668
2022	4				1,19	939.254
2023	5				1,24	980.581

Fuente: Revista Ecos, 2018

Elaborado por: La Autora

#### 1.4. Demanda Potencial Insatisfecha

En la tabla N° 28 se puede observar la demanda potencial insatisfecha para la empresa Fiore Tea, la cual planea cubrir un porcentaje mínimo de la misma, teniendo como visión futura poder cubrir el mayor porcentaje posible de la demanda insatisfecha.

**Tabla 28 Demanda Potencial Insatisfecha**

AÑOS	PROYECCIÓN		DEMANDA INSATISFECHA
	DEMANDA	OFERTA	
2018	6.033.103	790.644	5.242.459
2019	6.214.096	825.432	5.388.664
2020	6.400.519	861.751	5.538.768
2021	6.592.535	899.668	5.692.866
2022	6.790.311	939.254	5.851.057
2023	6.994.020	980.581	6.013.439

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

#### 1.5. Promoción y Publicidad que se realizará

##### Promoción

Según Iván Thompson (Promoción, 2005) la promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan.

Para poder dar a conocer el Té de Jamaica con Stevia se harán degustaciones en los centros de comercialización por tiempo limitado y rebajas en el precio durante los seis primeros meses de comercialización.

## Publicidad

Según Iván Thompson (Publicidad, 2005) la publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros.

Se utilizará como medios digitales de publicidad las redes sociales Facebook e Instagram, además se aplicará el merchandising ya que se estará entregando cuadernos y esferos que lleven en logotipo del producto y se repartirán volantes informativos acerca de los beneficios y promociones del producto, todo esto por tiempo limitado.

**Tabla 29 Plan de Medios**

PLAN DE MEDIO					
ESTRATÉGIA	ACTIVIDAD	FECHA		COSTO COMPLETO \$	RESPONSABLE
		Inicio	Fin		
Incorporar publicidad a través de redes sociales	Redes sociales: Facebook Instagram	1-enero	1-marzo	200	Juan Castillo
Entregar cuadernos y esferos con el logo de la empresa en los puntos de venta	Merchandising: Cuadernos Esferos	1-enero	1-marzo	900	María Pozo
Entregar hojas volantes en el norte de Quito	Hojas volantes	1-enero	1-marzo	1500	María Pozo
Regalar degustaciones de té en el punto de venta	Degustaciones	1-sep	1-feb	700	Katherine Almeida
<b>Costo de Marketing</b>				<b>3.300,00</b>	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora



## 1.6. Sistema de distribución a utilizar

El canal de distribución será indirecto-corto, ya que no se tendrá contacto directo con el consumidor, sino, con un intermediario; y selectivo porque solo venderemos a la cadena de supermercados.



### Ilustración 20 Canal de distribución

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

## 1.7. Seguimiento de Clientes

El seguimiento se lo puede realizar personalmente, a nombre de la empresa visitar la cadena de supermercados de manera sorpresiva, como un cliente fantasma, y preguntar cerca de las perchas donde está expuesto el producto y qué tan bueno le parece al cliente, mencionando el producto propio de manera involuntaria para captar así las reacciones de los consumidores. Siendo esta una gran herramienta para captar sugerencias y recomendaciones para aplicarlas en mejora del producto

## 1.8. Especificar mercados alternativos

Se podría aplicar la distribución a las tiendas naturistas o a los varios sectores que conforman la ciudad de Quito, ya que, si no se cumple con el plan de ventas, se podría dirigir a este mercado en específico o distribuir a los varios sectores.

## **CAPÍTULO II**

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

#### **2.1. Descripción del proceso**

##### **2.1.1. Descripción del proceso de transformación**

“Proceso es cualquier fenómeno que presente cambio continuo en el tiempo o cualquiera operación que tenga cierta continuidad o secuencia” (CHIAVENATO, 2001).

El producto se elaborará en tandas de 5.4 kilogramos, requiriendo para ello un tiempo aproximando de una hora, funcionamiento exclusivo del equipo CTC triangular para empaquetado (Cortador, enrollamiento y trituración de hojas CTC; equipo para realizar la molienda y empaquetado automático de té). Para el funcionamiento se requiere de una persona solamente, pero el empaquetado de las unidades (bolsitas de 2 gramos de té) se realiza manualmente por lo que es requerido un segundo operario.

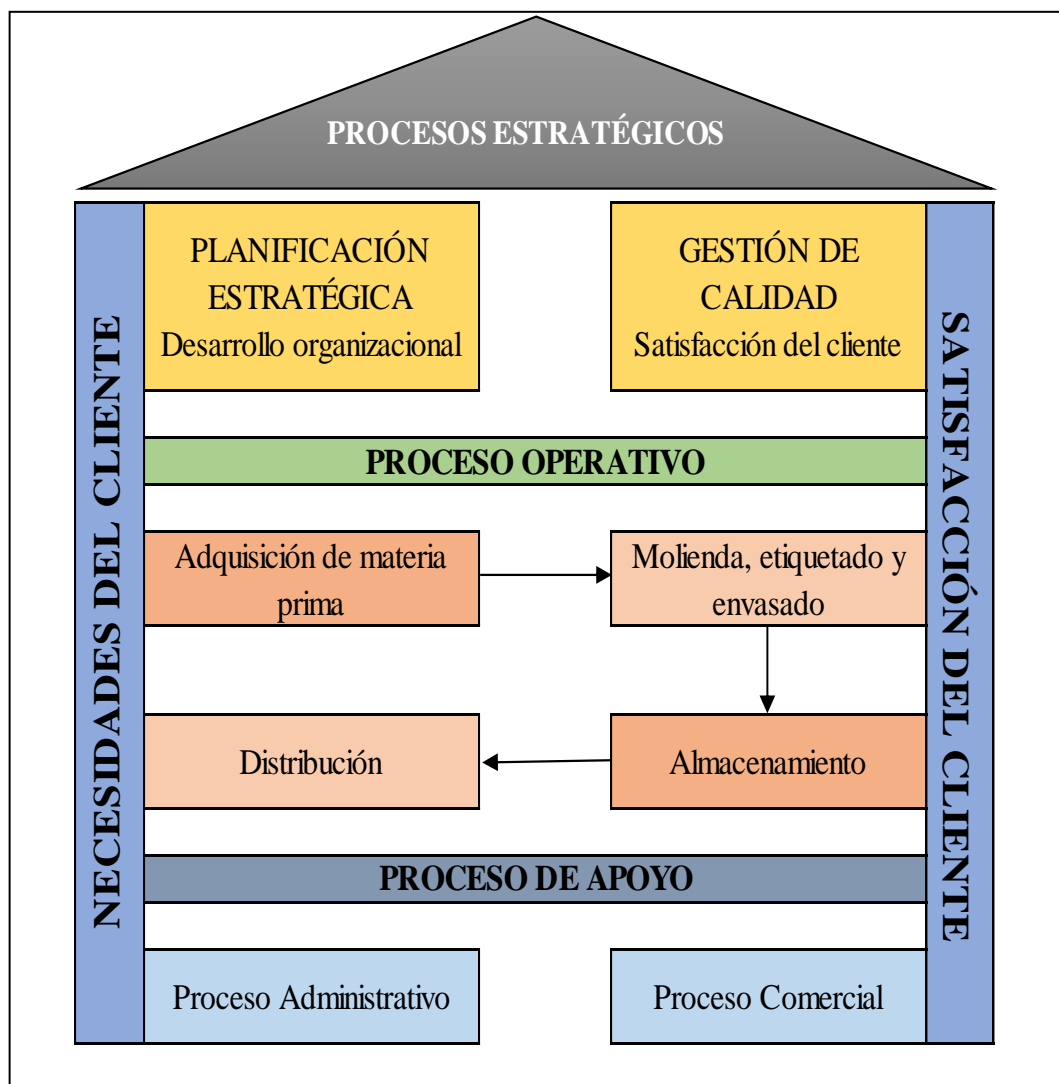
El tiempo de molienda y empaquetado está definido por el equipo CTC triangular de empaquetado, el cual está definido en 25 bolsitas de 2 gramos por minuto.

Finalizado el proceso de producción el producto dispuesto en cajas se colocará sobre pallets plásticos, acumulada la producción semanal, ésta se enviará a los supermercados en el camión de la empresa.

### 2.1.2. Mapa de procesos

El mapa de procesos muestra los distintos niveles estratégicos, operativos y de apoyo; en donde se siguen procedimientos con la finalidad de alcanzar el objetivo final y así mantener al cliente totalmente satisfecho y con esto conseguir la rentabilidad esperada por la empresa. (CHIAVENATO, 2001)


En la siguiente ilustración se puede observar el mapa de procesos de la empresa Fiore Tea.



**Ilustración 21 Mapa de procesos**  
Elaborado por: La Autora

### 2.1.3. Proceso de la empresa

**Tabla 30 Adquisición de materia prima**

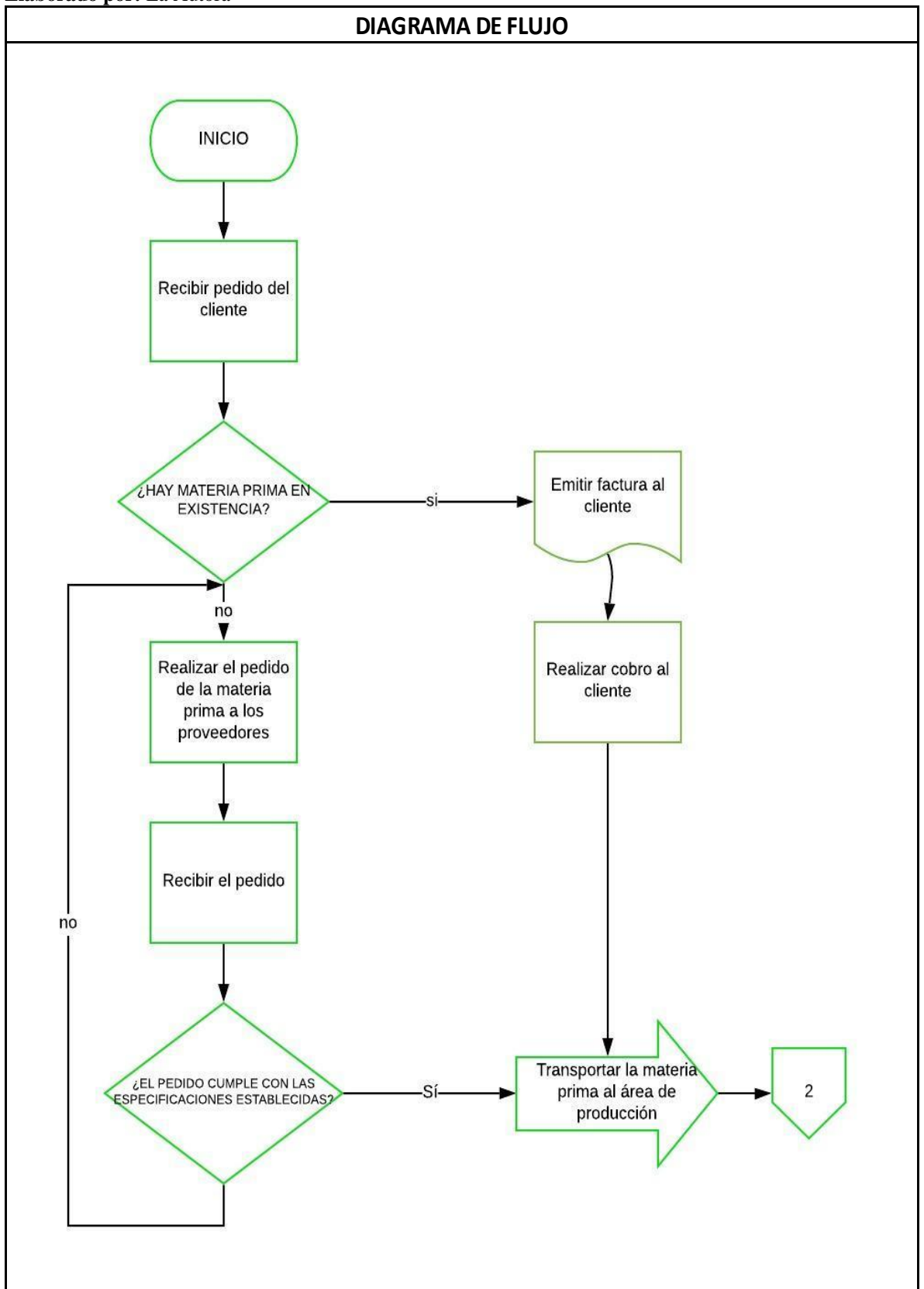
	<b>Macro Proceso:</b>	Adquisición de materia prima
	<b>Proceso:</b>	Pedido, recepción y verificación de la materia prima.
	<b>Responsable:</b>	Jefe de producción

<b>Objetivo:</b>	Adquirir la materia prima lista para ser procesada y verificar que cumpla con las especificaciones hechas al proveedor.
<b>Entradas:</b>	Pedido de materia prima
<b>Proveedores:</b>	Asociación Agrícola del Oro
<b>Salidas:</b>	Materia prima
<b>Clientes:</b>	Internos

Nº	ACTIVIDAD	TIEMPO	OBSERVACIONES
1	Recibir el pedido por parte del cliente.	1H	
2	Emitir factura al cliente	20 min	
3	Realizar cobro al cliente	15 min	
4	Verificar si hay materia prima en existencia.	1H	Si hay materia prima en existencia, automáticamente se la transporta al área de producción.
5	Hacer el pedido de la materia prima a los proveedores.	1H	
6	Recibir la materia prima.	1H	
7	Verificar que la materia prima cumpla con las especificaciones hechas al proveedor.	2H	Si la materia prima no cumple con las especificaciones establecidas es rechazada y nuevamente se vuelve hacer el pedido.
8	Transportar la materia prima al área de producción.	1H	

**Fuente:** Investigación propia


Elaborado por: La Autora



**Ilustración 22 Diagrama de Flujo Adquisición de materia prima**

Elaborado por: La Autora

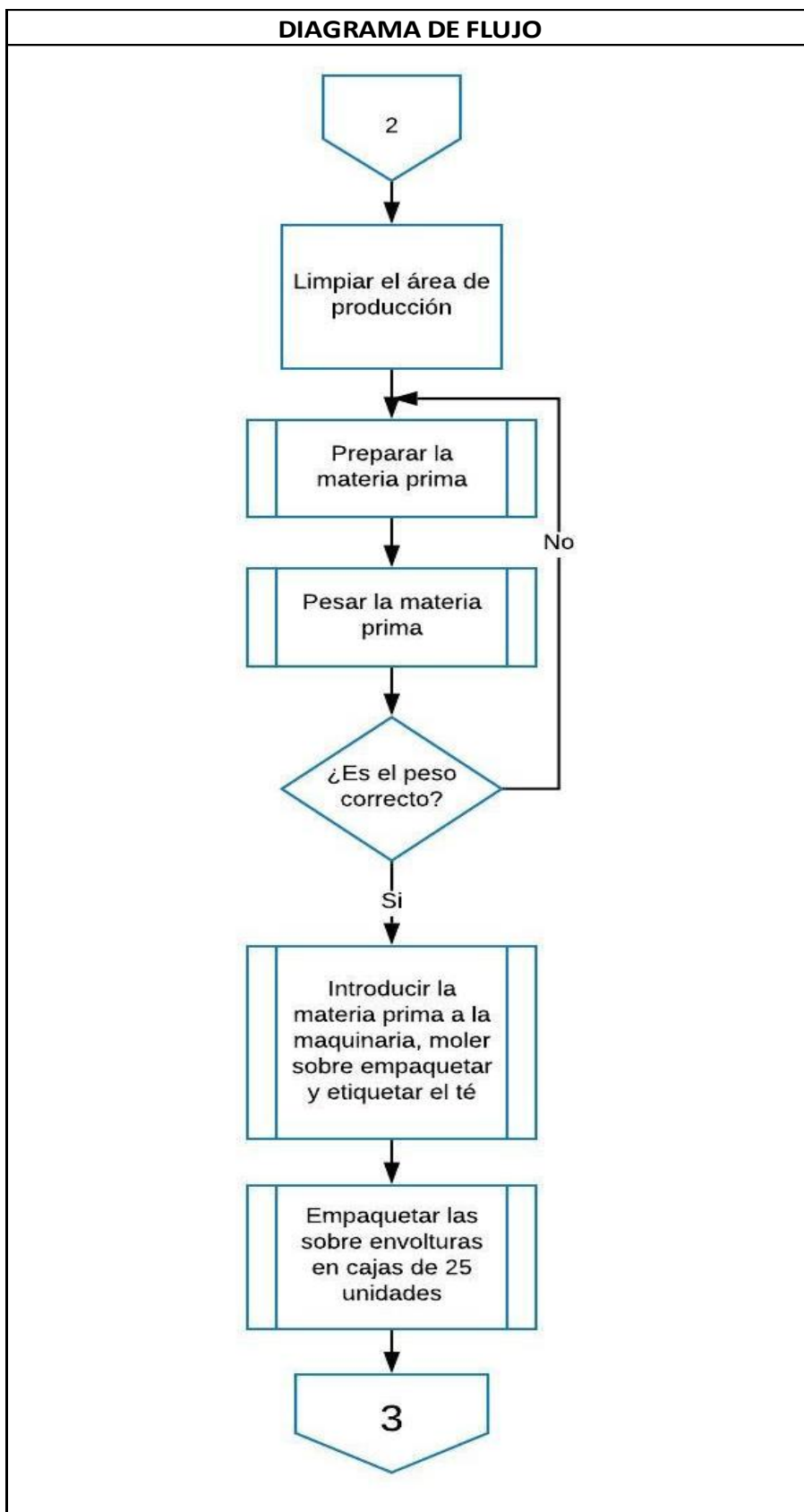
**Tabla 31 Molienda, etiquetado y empaquetado**

	<b>Macro Proceso:</b>	Molienda, etiquetado y envasado
	<b>Proceso:</b>	Preparación de la materia prima, introducción de la materia prima a la máquina CTC triangular, molienda, sobre empaquetado, etiquetado y empaquetado del té.
	<b>Responsable:</b>	Operario 2

<b>Objetivo:</b>	Cumplir con el proceso productivo del té de Jamaica endulzado con Stevia.
<b>Entradas:</b>	Materia prima
<b>Proveedores:</b>	Internos
<b>Salidas:</b>	Cajas de té de Jamaica endulzado con Stevia con 25 unidades.
<b>Clientes:</b>	Internos


Nº	ACTIVIDAD	TIEMPO	OBSERVACIONES
1	Limpiar el área de producción.	30 minutos	
2	Preparar la materia prima.	30 minutos	
3	Pesar la materia prima e introducirla en la máquina CTC triangular para empaquetado.	1H	
4	Moler, sobre empaquetar y etiquetar el té.	8 H	Esta actividad se la realiza durante todo el día laborable y la realiza la máquina CTC triangular para empaquetado.
5	Empaquetar las sobre envolturas de té en cajas de 25 unidades.	6 H	

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



**Ilustración 23 Diagrama de flujo Molienda, etiquetado y envasado**  
 Elaborado por: La Autora

**Tabla 32 Almacenamiento**

	<b>Macro Proceso:</b>	Almacenamiento
	<b>Proceso:</b>	Almacenar las cajas de té de Jamaica con Stevia.
	<b>Responsable:</b>	Operador 1

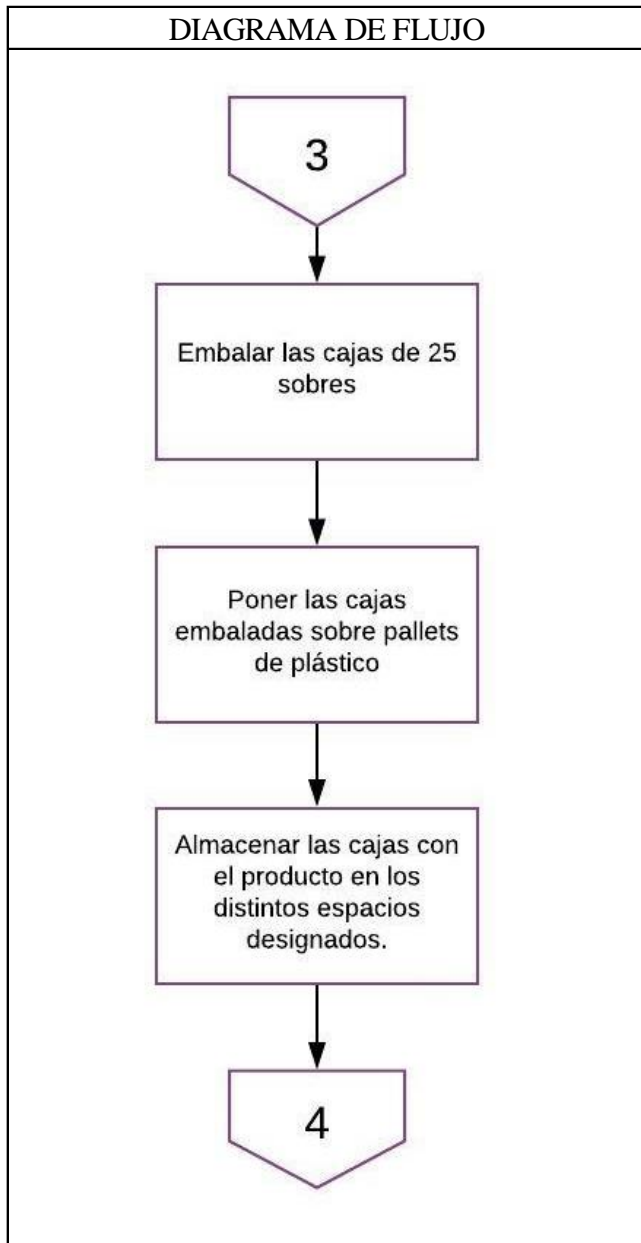
<b>Objetivo:</b>	Almacenar las cajas de té de Jamaica con Stevia para que estén listas para la distribución.
<b>Entradas:</b>	Cajas de té de 25 unidades.
<b>Proveedores:</b>	Internos
<b>Salidas:</b>	Cajas grandes que contienen las cajas pequeñas de té.
<b>Clientes:</b>	Internos

Nº	ACTIVIDAD	TIEMPO	OBSERVACIONES
1	Introducir 30 cajas de té en cajas más grandes para almacenaje.	2H	
2	Poner las cajas grandes sobre pallets de plástico.	2H	
3	Almacenar las cajas con el producto en los distintos espacios designados.	2H	

**Fuente:** Investigación propia


**Elaborado por:** La Autora





**Ilustración 24 Diagrama de flujo Almacenamiento**  
Elaborado por: La Autora

**Tabla 33 Distribución**

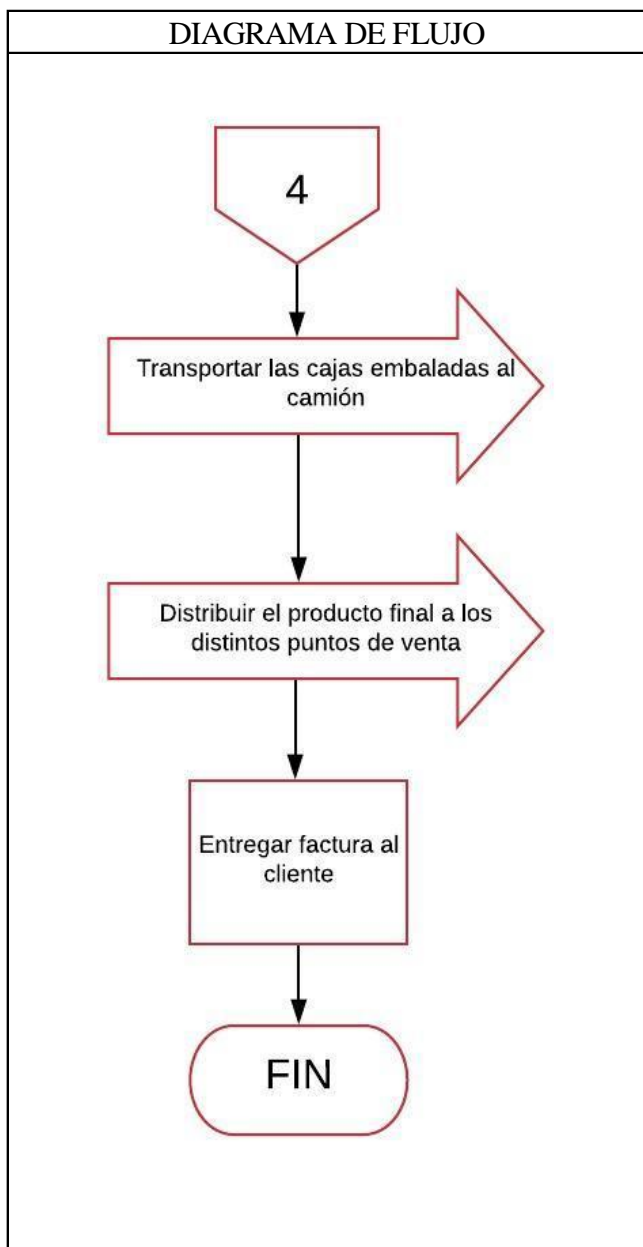
	<b>Macro Proceso:</b>	Distribución
	<b>Proceso:</b>	Distribución del producto final a los distintos puntos de venta.
	<b>Responsable:</b>	Chofer

<b>Objetivo:</b>	Distribuir el producto final a los distintos supermercados del Norte de Quito.
<b>Entradas:</b>	Cajas grandes con el producto final.
<b>Proveedores:</b>	Internos
<b>Salidas:</b>	Cajas grandes con el producto final.
<b>Clientes:</b>	Supermercados del Norte de Quito.

Nº	ACTIVIDAD	TIEMPO	OBSERVACIONES
1	Transportar las cajas grandes de té al camión.	3H	
2	Distribuir el producto final a los distintos puntos de venta.	5H	
3	Entregar la factura correspondiente al cliente	10 min	

**Fuente:** Investigación propia

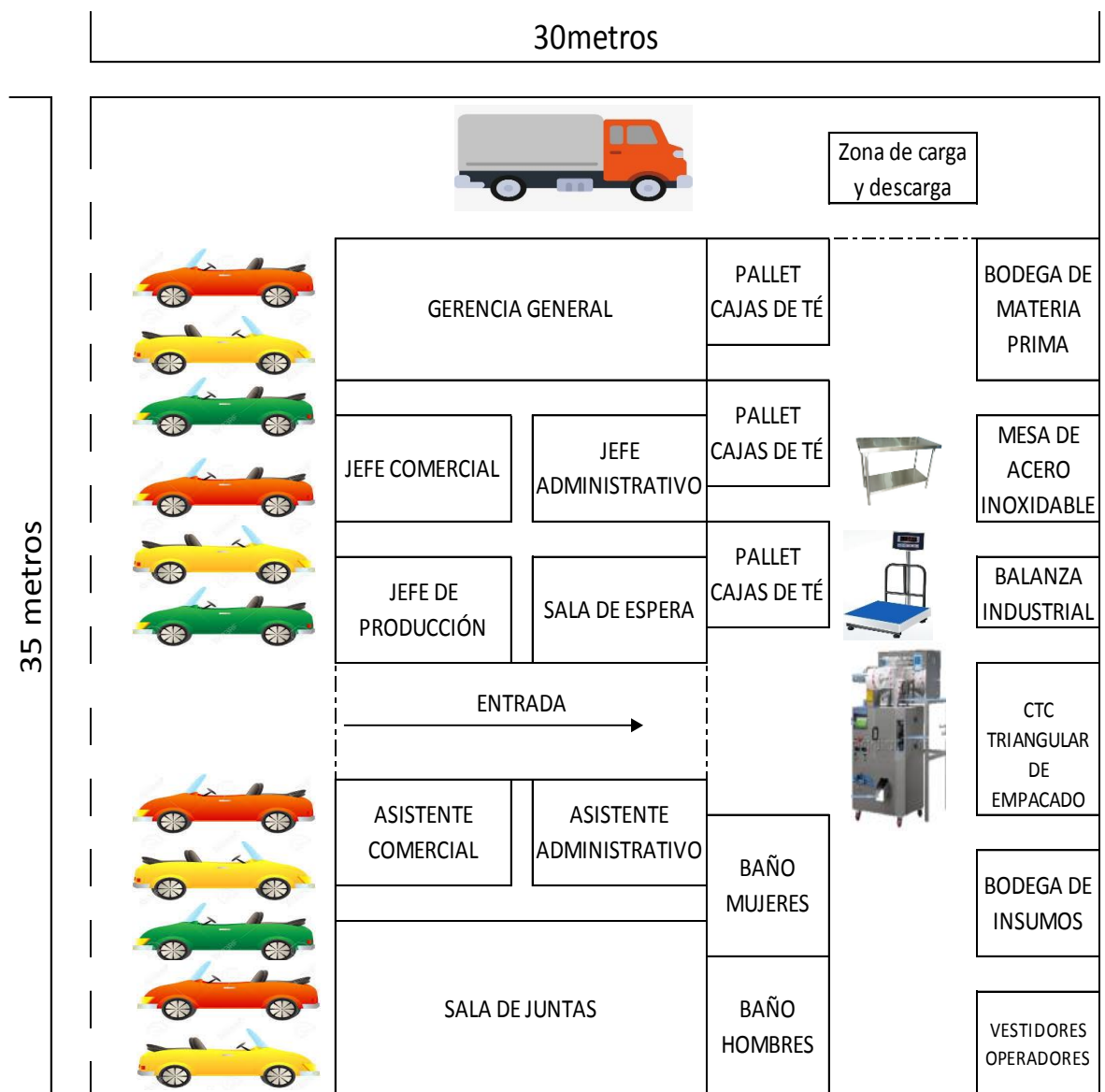
**Elaborado por:** La Autora



**Ilustración 25 Diagrama de flujo Distribución**  
Elaborado por: La Autora

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

El área total del terreno es de 35m x 30m dando un total de 1050m<sup>2</sup>, el cual está ampliamente distribuido para la máquina CTC triangular para empaquetado, mesa de acero inoxidable, balanza industrial, pallets plásticos en donde se colocará el producto terminado, oficinas administrativas, baños, vestidores para los operadores, y parqueaderos. La distribución de las instalaciones se detalla en la ilustración N° 26.



**Ilustración 26 Distribución física de las instalaciones**  
Elaborado por: La Autora

### Requerimiento de equipos:

- CTC triangular para empaquetado: Cortador, enrollamiento y trituración de hojas CTC, equipo para realizar la molienda y empaquetado automático del té de Jamaica con Stevia con una capacidad de procesar 30 sobres por minuto con peso promedio de 3 gramos por sobre.



**Ilustración 27 Equipo CTC triangular para empaquetado**

Fuente: (Alibaba Group, 2017)

- Mesa de acero inoxidable: la mesa será requerida para realizar operaciones diarias, el material permite fácil limpieza y garantiza la higiene del área, particularmente servirá para verificar la materia prima al momento de la entrega.



**Ilustración 28 Mesa de acero inoxidable**

Fuente: (Alibaba Group, 2017)

- Balanza industrial: será requerida al momento de empezar con el proceso productivo para pesar la materia prima que será introducida en la máquina CTC triangular para empaquetado.



**Ilustración 29 Balanza industrial**

**Fuente:** (Alibaba Group, 2017)

En la tabla N° 34 se detalla las actividades, el equipo y maquinaria que utilizará la empresa Fiore Tea.

**Tabla 34 Equipos y maquinaria**

ACTIVIDAD	EQUIPO	COSTO \$
Pesar la materia prima	Balanza industrial	284
Verificar el estado de la materia prima	Mesa de acero inoxidable	600
Moler y sobre empaquetar automáticamente el té	CTC triangular para empaquetado	17.000

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

## Cálculo horas hombre

**Tabla 35 Cálculo horas hombre**

ACTIVIDAD	TIEMPO	N° PERSONAS	HORAS HOMBRE
Recibir y verificar la materia prima	3H	1	3H
Pesar la materia prima para introducir en la máquina CTC triangular para empaquetado.	1H	1	1H
Introducir las unidades sobre empaquetadas ya establecidas en sus respectivas cajas	8H	1	8H
Almacenar las cajas de té	6H	1	6H

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

Las personas que realizan las actividades son 3: 2 operadores y un chofer con los que cuenta la empresa.

### 2.1.5. Tecnología a aplicar

Se comprará otra máquina CTC triangular para empaquetado para tener mayor productividad y poco a poco poder cubrir la mayor parte de la demanda insatisfecha que hay en el norte de Quito y a largo plazo se comprarán más máquinas CTC triangular para empaquetado y poder distribuir a toda la región Sierra.

## 2.2. Factores que Afectan el plan de operaciones

### 2.2.1. Ritmo de producción

**Tabla 36 Ritmo de producción**

ACTIVIDAD	N° PERSONAS	TIEMPO PROMEDIO	TIEMPO NORMAL	RITMO DE TRABAJO
Recibir y verificar la materia prima	1	2H	8H	$8h / 2h \times 1p = 8$ actividades x 20 días = 80
Pesar la materia prima para introducir en la máquina CTC triangular para empaquetado.	1	1H	8H	$8h / 1h \times 1p = 8$ actividades x 20 días = 160
Introducir las unidades sobre empaquetadas ya establecidas en sus respectivas cajas	1	0,02H	8H	$8h / 0,02h \times 1p =$ 400 actividades x 20 días = 8000
Almacenar las cajas de té	1	6H	8H	$8h / 6h \times 1p =$ 1.33 actividades x 20 = 26.6

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### 2.2.2. Nivel de inventario promedio

Por lo general las cajas de té contienen entre 20 y 25 bolsitas, con un peso que varía entre 0.8 y 1.2 gr; se producen cajas de té de Jamaica endulzado con Stevia de 25 bolsas con un contenido de 2 gr c/u.

Para determinar el inventario del producto se ha tomado en cuenta la capacidad de producción que tiene la máquina CTC triangular para empaquetado, que es de:



**Tabla 37 Capacidad de producción**

CAJAS POR MINUTO	CAJAS POR HORA	CAJAS POR DÍA	CAJAS POR SEMANA	CAJAS POR MES	CAJAS POR AÑO
1	60	480	2.400	9.600	115.200

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

Se estima que el stock promedio semanal de 2.400 cajas de 25 bolsas de té de Jamaica con Stevia de 2 gr por unidad, considerando un número adecuado para mantener en el inventario de la empresa Fiore Tea, ingresando agresivamente a competir con los productos ya posicionados pero que ofrecen hiervas medicinales tradicionales.

### 2.2.3. Número de trabajadores

La fuerza de trabajo que compone Fiore Tea es de 3 colaboradores, los cuales de detallan en la tabla N° 38.

**Tabla 38 Número de trabajadores**

N° TRABAJADORES	CARGO	FIJOS O VARIABLES
1	Jefe de producción	Fijo
2	Operadores	Fijo

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

## 2.3. Capacidad de producción

### 2.3.1. Capacidad de producción futura

Para el cálculo de la capacidad de producción futura se utilizó el índice promedio de los 3 últimos años del sector alimentos y bebidas no alcohólicas que es del 4,4%.

**Tabla 39 Capacidad de producción futura**

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN FUTURA						
	AÑO	CAJAS	i	1+i	(1+i)^n	Co(i+1)^n
2018	0	115.200	4,4%	104,4%	1,00	115.200
2019	1				1,04	120.269
2020	2				1,09	125.561
2021	3				1,14	131.085
2022	4				1,19	136.853
2023	5				1,24	142.875

Fuente: Revista Ecos, 2018

Elaborado por: La Autora

## 2.4. Definición de recursos necesarios para la producción

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

En la tabla N° 40 se puede ver las materias primas esenciales para poder elaborar el té de Jamaica endulzado con Stevia, frente a los productos que los pueden sustituir.

**Tabla 40 Materia prima vs. sustitutos**

MATERIA PRIMA	SUSTITUTO	GRADO DE SUSTITUCIÓN
Flor de Jamaica	Hiervas aromáticas tradicionales	Medio
Hojas de Stevia	Azúcar, miel	Medio

Fuente: Investigación propia

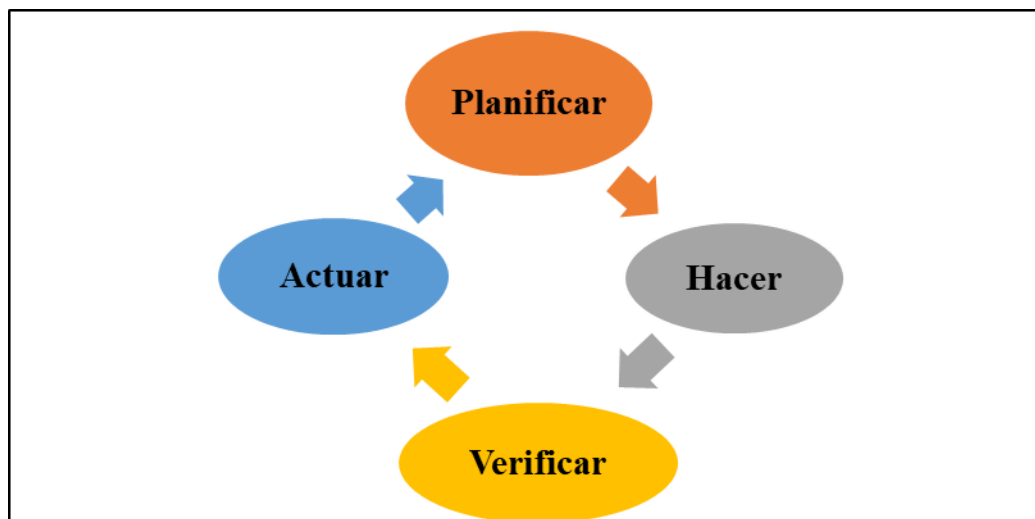
Elaborado por: La Autora

## 2.5. Calidad

### 2.5.1. Método de control de calidad

Según (Deming, 1989) la calidad es: “traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará”.

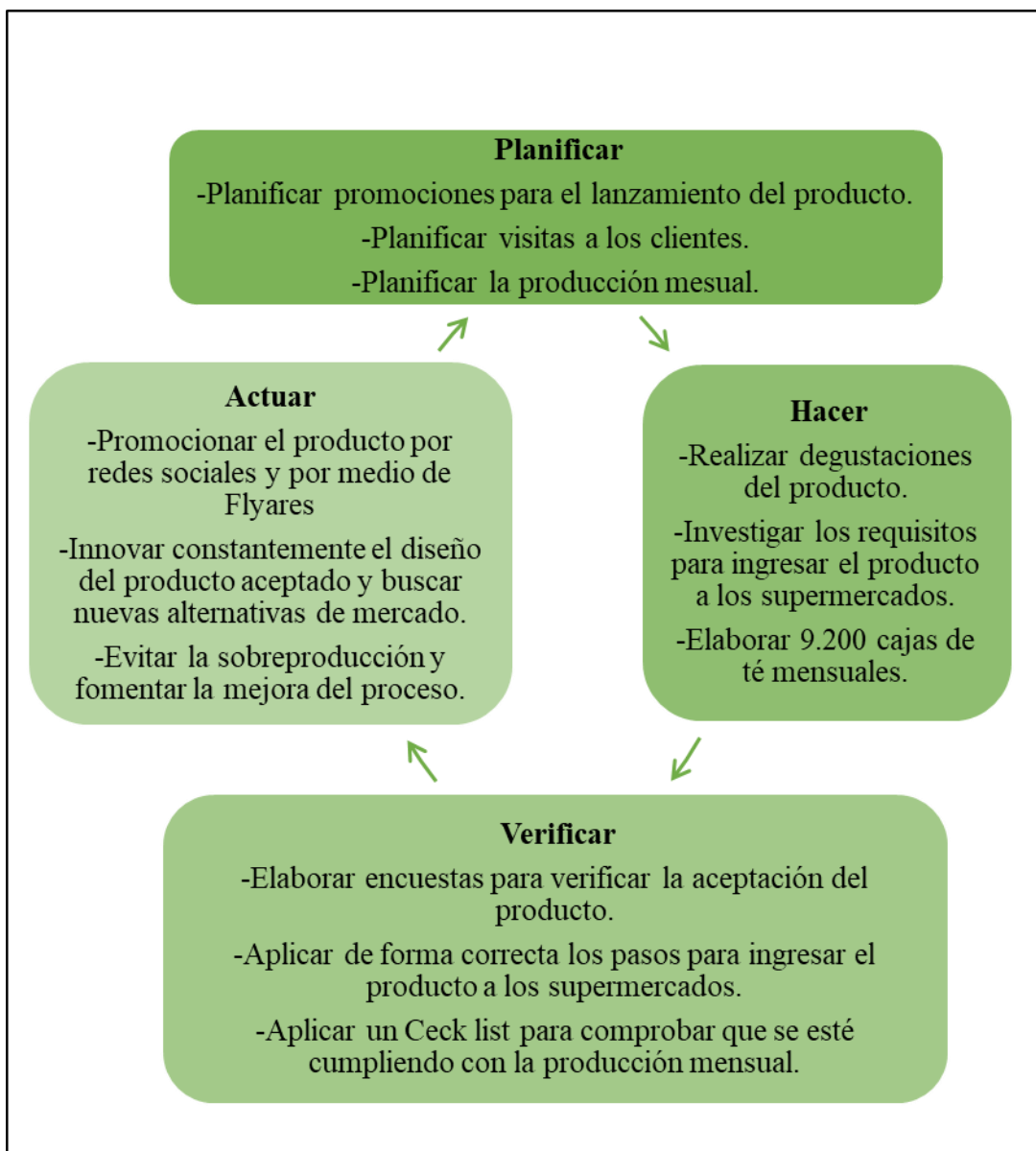
Para poder controlar si el proceso de producción se ajusta a las necesidades de la empresa Fiore Tea, se determina usar la mejora continua o círculo de Deming, para poder determinar los problemas que presenta la organización y poder dar solución a los mismos, logrando que la empresa mejore sus procesos continuamente.



**Ilustración 30** Círculo de Deming Fiore Tea

Fuente: Deming, 1989

Elaborado por: La Autora



### Ilustración 31 Círculo de Deming

Fuente: Deming, 1989

Elaborado por: La Autora

## **2.6. Normativa y permisos que afectan su instalación**

### **2.6.1. Seguridad e higiene ocupacional**

Desde el punto de vista de la administración de recursos humanos, la salud y la seguridad de los empleados constituyen una de las principales bases para la preservación de la fuerza laboral adecuada. La salud es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no sólo la ausencia de enfermedad. (Chiavenato, 1999)

### **2.6.2. Normativa aplicable para elaborar el Reglamento de Higiene y seguridad ocupacional**

#### **Decreto 2393**

**Art.11 Num. 8.-** Especificar en el Reglamento Interno de Seguridad e Higiene, las facultades y deberes del personal directivo, técnicos y mandos medios, en orden a la prevención de los riesgos de trabajo.

#### **Acuerdo Ministerial No. MDT -2017 0135**

**Art.10.-** Obligaciones en materia de seguridad, salud del trabajo y gestión de riesgos. El empleador deberá efectuar el registro, aprobación, notificación y/o reporte de obligaciones laborales en materia de seguridad y salud en el trabajo. (BCSEGURIDAD Y SALUD).

#### **Art. 11.- Obligaciones de los empleadores**

Son obligaciones generales de las personas de las entidades y empresas públicas y privadas, las siguientes:

1. Cumplir las disposiciones de este Reglamento y demás normas vigentes en materia de prevención de riesgos.

2. Adoptar las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que puedan afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad.
3. Mantener en buen estado de servicio las instalaciones, máquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro.
4. Organizar y facilitar los Servicios Médicos, Comités y Departamentos de Seguridad, con sujeción a las normas legales vigentes.
5. Entregar gratuitamente a sus trabajadores vestido adecuado para el trabajo y los medios de protección personal y colectiva necesarios.
6. Efectuar reconocimientos médicos periódicos de los trabajadores en actividades peligrosas; y, especialmente, cuando sufran dolencias o defectos físicos o se encuentren en estados o situaciones que no respondan a las exigencias psicofísicas de los respectivos puestos de trabajo. (MINISTERIO DEL TRABAJO).

## **CAPÍTULO III**

### **ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN**

#### **3.1. Análisis estratégico y definición de objetivos**

##### **3.1.1. Visión de la empresa**

“Describe las aspiraciones de la administración para el futuro, y bosqueja el curso estratégico y la dirección de largo plazo de la compañía.” (Peteraf & Strickland, 2012)

Ser una empresa líder de producción de té con Stevia, fortaleciendo el posicionamiento de la marca dentro del Norte de Quito en los próximos 5 años, con el fin de afianzarse en el mercado local y expandirse a todo el mercado nacional.

##### **3.1.2 Misión de la empresa**

“La misión de una organización es su propósito general. Responde a la pregunta ¿qué se supone que hace la organización?” (Ferrel & Hirt, 2017)

Producir té endulzado con Stevia con los máximos estándares de calidad para que satisfagan todas las necesidades a nuestros consumidores a un precio accesible.

### 3.1.3. Análisis FODA

**Tabla 41 Análisis FODA**

FODA		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
		1	Maquinaria de punta	1	Falta de recursos propios
		2	Producto de calidad	2	Falta de capital financiero
		3	Producto innovador	3	Falta de experiencia en el mercado
		4	Productos orgánicos en existencia	4	Inseguridad jurídica
		5	Precios accesibles	5	Falta de conocimientos comerciales
OPORTUNIDADES		FO		DO	
1	No existe competencia directa	Aprovechar que no existe competencia directa en el mercado nacional y posicionarnos en la mente de los consumidores con nuevos gustos al respecto de cuidar su salud, ingresando la marca Fiore Tea al mercado con precios competitivos.	Buscar personas que crean en el proyecto y estén dispuestos a invertir para poder completar con el capital financiero que hace falta para poder iniciar con la producción del té de Jamaica endulzado con Stevia.		
2	Clientes con nuevos gustos respecto al cuidado de su salud				
3	Precios competitivos				
4	Leyes gubernamentales a favor de la agroindustria				
5	Incremento actual en la demanda				
AMENAZAS		FA		DA	
1	Cambios económicos en el país	Fortalecer la marca brindando un producto de calidad acomodándose al cambio de las necesidades y preferencias de los consumidores, obteniendo gran reconocimiento dentro del mercado ecuatoriano.	Buscar asesoramiento sobre los cambios jurídico-legales que puede presentar el país en el futuro para poder adelantarnos a los acontecimientos y tener la empresa lista para poder enfrentarlos.		
2	Existencia de varios productos sustitutos				
3	Poco reconocimiento en el mercado por ser una marca nueva				
4	Cambios en las necesidades y preferencias de los consumidores				
5	Fenómenos naturales				

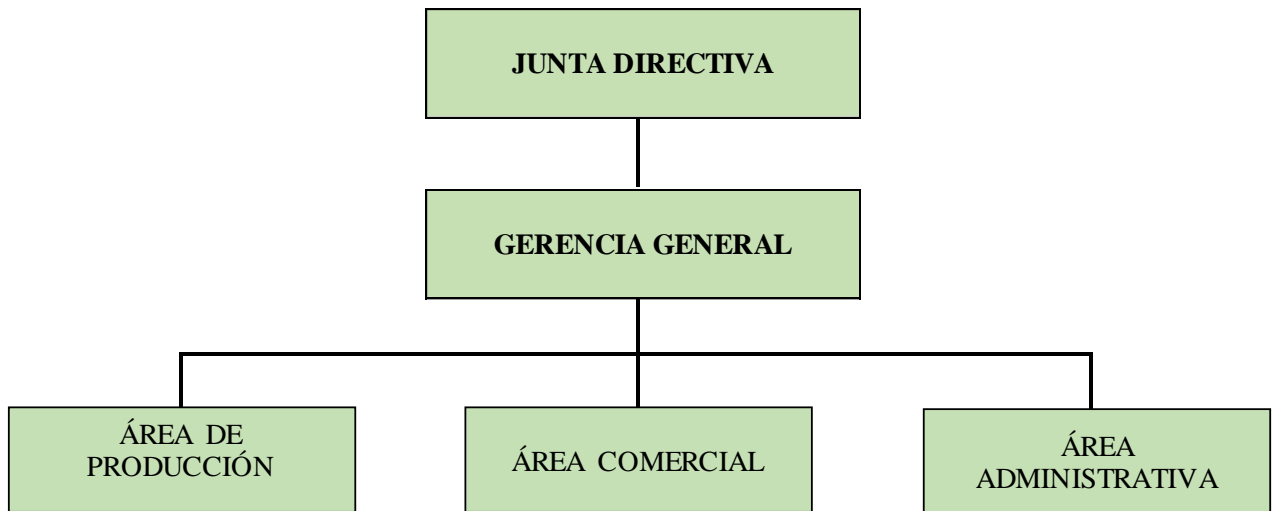
**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora



## 3.2. Organización Funcional de la empresa

### 3.2.1. Organigrama Estructural

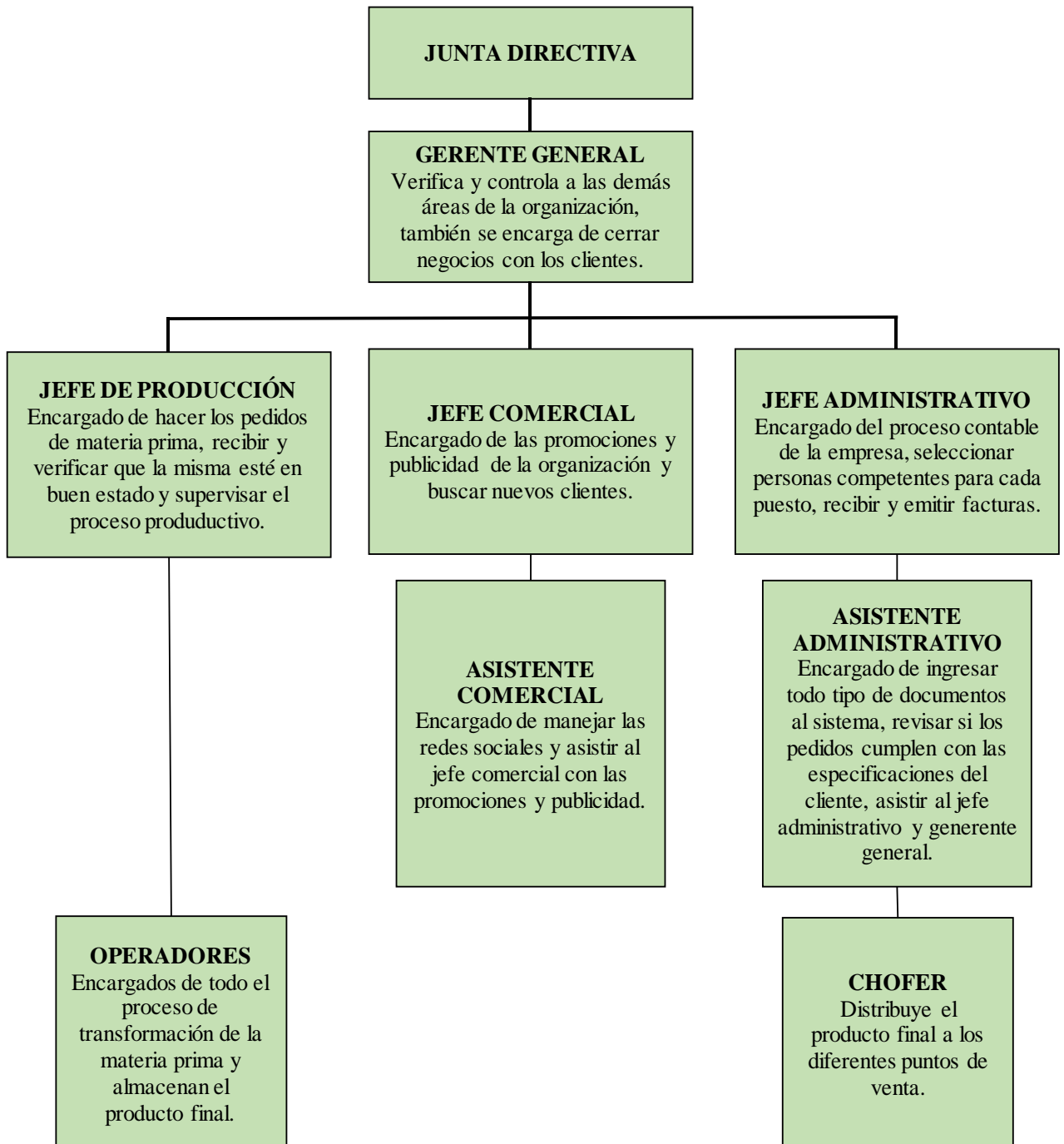


#### **Ilustración 32 Organigrama Estructural**

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### 3.2.2. Organigrama Funcional



**Ilustración 33 Organigrama Funcional**

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### 3.2.3. Descripción breve de cargos en el organigrama

A continuación, se realiza una breve descripción de cada uno de los cargos especificados en los organigramas anteriores, aquí se detallan las funciones en relación al puesto de trabajo y sus requerimientos respectivos.

**Tabla 42 Descripción de los requerimientos y funciones del Gerente General**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	GERENTE GENERAL
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	JUNTA DIRECTIVA
<b>SUPERVISA A</b>	Todas las áreas
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Realizar el trabajo de representación, planificación, organización, dirección y control, así como establecer estrategias de negocio para obtener rentabilidad.	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer metas y objetivos</li> <li>• Promover la cultura organizacional y brindar confianza al equipo de trabajo</li> <li>• Vigilar los recursos financieros de la empresa.</li> <li>• Hacer cumplir las metas y objetivos propuestos.</li> <li>• Firmas los cheques de pago.</li> <li>• Cerrar nuevos negocios con los clientes.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Ingeniería en Administración de Empresas o afines.
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínima 3 años.
<b>HABILIDADES</b>	Liderazgo, empatía, responsabilidad, Trabajo en Equipo.
<b>FORMACIÓN</b>	Título de tercer nivel.

**Fuente:** (CHIAVENATO, Administración de Recursos Humanos, 2007)

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 43 Descripción de los requerimientos y funciones del Jefe de Producción**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	JEFE DE PRODUCCIÓN
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	GERENTE GENERAL
<b>SUPERVISA A</b>	Operadores
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Encargado de la supervisión de la fabricación de los productos y supervisión de calidad de los mismos	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar la buena fabricación de los productos</li> <li>• Buscar los proveedores convenientes para la empresa</li> <li>• Comprar la materia prima</li> <li>• Recibir la materia prima y verificarla</li> <li>• Controlar la calidad del producto</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Ingeniero Industrial
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 2 años de experiencia profesional.
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iniciativa</li> <li>- Facilidad de comunicación</li> <li>- Toma de decisiones</li> <li>- Sentido común</li> <li>- Análisis</li> </ul>
<b>FORMACIÓN</b>	- Título de tercer nivel

**Fuente:** (CHIAVENATO, Administración de Recursos Humanos, 2007)

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 44 Descripción de los requerimientos y funciones del Jefe Comercial**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	JEFE COMERCIAL
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	GERENTE GENERAL
<b>SUPERVISA A</b>	Asistente comercial
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Encargada de las ventas de los productos, encargada de las campañas publicitarias y las promociones.	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer los canales de distribución</li> <li>• Realizar planificación de presupuestos comerciales</li> <li>• Realizar planes de promoción</li> <li>• Revisar los planes de promoción</li> <li>• Realizar planes de publicidad</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Administración de Empresas y/o afines. Ingeniero Comercial
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 2 años de experiencia profesional.
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientación comercial</li> <li>- Análisis y resolución de problemas</li> <li>- Capacidad memorística.</li> <li>- Capacidad de trabajo bajo presión</li> <li>- Administración de recursos</li> <li>- Gestión de clientes</li> </ul>
<b>FORMACIÓN</b>	- Título de tercer nivel

**Fuente:** (CHIAVENATO, Administración de Recursos Humanos, 2007)

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 45 Descripción de los requerimientos y funciones del Jefe Administrativo**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	JEFE ADMINISTRATIVO
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	GERENTE GENERAL
<b>SUPERVISA A</b>	Asistente administrativo y chofer
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Encargado de proporcionar los sueldos a cada colaborador de la empresa y revisar los aspectos financieros	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprobar roles de pago</li> <li>• Reclutar personal</li> <li>• Entrevistar a nuevo personal</li> <li>• Emitir facturas</li> <li>• Supervisar la producción</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Administración de Empresas y/o afines.
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 2 años de experiencia profesional.
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis y resolución de problemas</li> <li>- Capacidad memorística.</li> <li>- Capacidad de trabajo bajo presión</li> <li>- Administración de recursos</li> <li>- Liderazgo</li> <li>- Trabajo en equipo</li> </ul>
<b>FORMACIÓN</b>	- Título de tercer nivel

**Fuente:** (CHIAVENATO, Administración de Recursos Humanos, 2007)

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 46 Descripción de los requerimientos y funciones de los Operarios**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	OPERARIOS
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	JEFE DE PRODUCCIÓN
<b>SUPERVISA A</b>	Nadie
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Encargado de fabricación de los productos y supervisión de calidad de los mismos	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transportar la materia prima al área de producción</li> <li>• Limpiar el área de producción</li> <li>• Introducir la materia prima en la maquinaria</li> <li>• Colocar las bolsas de té en las cajas</li> <li>• Almacenar el producto terminado</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Bachillerato
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 1 año de experiencia profesional.
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iniciativa</li> <li>- Facilidad de comunicación</li> <li>- Uso de maquinarias</li> <li>- Trabajo en equipo</li> </ul>
<b>FORMACIÓN</b>	- Título de segundo nivel

**Fuente:** (CHIAVENATO, Administración de Recursos Humanos, 2007)

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 47 Descripción de los requerimientos y funciones del Asistente Comercial**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	ASISTENTE COMERCIAL
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	JEFE COMERCIAL
<b>SUPERVISA A</b>	Nadie
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Encargado de manejar todas las redes sociales	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejar las redes sociales</li> <li>• Asistir al jefe comercial con los planes de promociones</li> <li>• Asistir al jefe comercial con los planes de publicidad</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Estudiante de Administración de Empresas o afines
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 1 año de experiencia profesional.
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iniciativa</li> <li>- Facilidad de comunicación</li> <li>- Conocimientos comerciales</li> <li>- Conocimiento de manejo de redes sociales</li> </ul>
<b>FORMACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de segundo nivel y cursando la Universidad</li> </ul>

**Fuente:** (CHIAVENATO, Administración de Recursos Humanos, 2007)

**Elaborado por:** La Autora



**Tabla 48 Descripción de los requerimientos y funciones del Asistente Administrativo**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	ASISTENTE ADMINISTRATIVO
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	JEFE ADMINISTRATIVO
<b>SUPERVISA A</b>	Nadie
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Encargado de asistir al jefe administrativo y al gerente general	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar diligencias encargadas dentro y fuera de la empresa</li> <li>• Revisar las transacciones realizadas a lo largo del día</li> <li>• Control de ventas y Registro de ventas</li> <li>• Hacer los roles de pago</li> <li>• Asistir al gerente general</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Estudiante de Administración de Empresas o afines
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 1 año de experiencia profesional.
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iniciativa</li> <li>- Facilidad de comunicación</li> <li>- Conocimientos generales de contabilidad</li> <li>- Trabajo en equipo</li> </ul>
<b>FORMACIÓN</b>	- Título de segundo nivel y cursando la Universidad

**Fuente:** (CHIAVENATO, Administración de Recursos Humanos, 2007)

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 49 Descripción de los requerimientos y funciones del Chofer**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	CHOFER
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	JEFE ADMINISTRATIVO
<b>SUPERVISA A</b>	Nadie
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Encargado de trasportar la materia prima a los diferentes puntos de venta	
<b>III FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cargar las cajas que contienen el producto final y llevarlas al camión</li> <li>• Entregar en buen estado el producto final a los clientes</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Chofer profesional
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 1 año de experiencia profesional.
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilidad de comunicación</li> <li>- Trabajo en equipo</li> <li>- Capacidad memorística</li> </ul>
<b>FORMACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Licencia de chofer profesional</li> </ul>

**Fuente:** (CHIAVENATO, Administración de Recursos Humanos, 2007)


**Elaborado por:** La Autora

### **3.3. Control de Gestión**

#### **3.3.1. Indicadores de Gestión necesarios**

Teniendo en cuenta que gestión tiene que ver con administrar y/o establecer acciones concretas para hacer realidad las tareas y/o trabajos programados y planificados. Los indicadores de gestión están relacionados con las razones que permiten administrar realmente un proceso. (Lezama, 2007)

**Ilustración 34 Indicadores de Gestión**

	INDICADORES				
	Realizado por:	Área Comercial	Revisión:	1	Página:

	Nombre del proceso	Código	Nombre del indicador	Descripción	Fórmula	Unidad de medida	Frecuencia	Meta	Herramientas de control	Responsable
1	Comercialización	105	Participación en el mercado	Medir el potencial de crecimiento de clientes	# de clientes activos / # de clientes potenciales	Número de clientes	Mensual	Tener el 80% de crecimiento de clientes	PHVA	Jefe comercial
2	Comercialización	502	Satisfacción del cliente	Medir la cantidad de clientes satisfechos	(# de clientes satisfechos / # de clientes atendidos) x100	Número de clientes	Mensual	Tener el 80% de clientes satisfechos	Mejora continua	Jefe comercial
3	Producción	583	Capacidad de máquina	Medir la capacidad de producción	Unidades procesadas/ hora - máquina programada	Número de unidades procesadas	Mensual	Optimizar tiempos de producción en un 70%	Mejora continua	Jefe producción

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### 3.4. Necesidades del personal

El personal que conforma la empresa Fiore Tea son 9 inicialmente. Sin embargo, se proyecta que la organización alcanzará participación en el mercado superior, por lo que se necesitará la contratación de más personas, como se muestran a continuación:

**Tabla 50 Necesidades del personal**

PERIODO	NÚMERO DE PERSONAS
2018	9
2019	11
2020	13
2021	15
2022	17
2023	19

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

## **CAPÍTULO IV**

### **ÁREA JURÍDICO LEGAL**

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

De acuerdo con lo establecido en la Ley De Compañías de la República del Ecuador, en su artículo 92 demanda que:

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. (Registro Mercantil, 2014).

Para la constitución de la empresa Fiore Tea, se apreciaron los parámetros de la Compañía Limitada, tomando en cuenta que ésta se contrae con el mínimo de dos personas, y pudiendo tener un número máximo de quince, considerando que para la iniciación de esta empresa se empezará con tres socios y posteriormente se dará apertura a personas que quieran participar en este proyecto.

Considerando las ventajas y las desventajas que implica constituir la Compañía Limitada, se ha tomado en cuenta la seguridad financiera de los socios, ya que, ante un posible impago de deudas, la responsabilidad recae sobre el capital social y nunca sobre los socios; al momento de requerir un préstamo bancario, las entidades financieras suelen estar más abiertas a ofrecer financiamiento, puesto que reciben información clara y completa de la compañía.

Los pasos para la creación de una Compañía Limitada según el La Super Intendencia de Compañías (Cómo constituir una empresa, 2017) son los siguientes:

- **Reservar un nombre.** Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y dura aproximadamente 30 minutos. Ahí mismo revisa que no exista ninguna compañía con el mismo nombre que has pensado para la tuya.
- **Elabora los estatutos.** Es el contrato social que regirá a la empresa y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. El tiempo estimado para la elaboración del documento es 3 horas.
- **Abrir una “cuenta de integración de capital”.** Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:
  - Capital mínimo: \$400 para compañía limitada.
  - Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno.
  - Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio.
  - Luego se debe pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”, cuya entrega demora aproximadamente de 24 horas.
- **Eleva a escritura pública.** Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
- **Aprueba el estatuto.** Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días.

- **Publica en un diario.** La Superintendencia de Compañías entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
- **Obtén los permisos municipales.** En el municipio de la ciudad donde se crea la empresa, se deberá:
  - Pagar la patente municipal
  - Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
- **Inscribir la compañía.** Con todos los documentos antes descritos, se debe ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la compañía.
- **Realizar la Junta General de Accionistas.** Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.
- **Obtener los documentos habilitantes.** Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.
- **Inscribir el nombramiento del representante.** Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.
- **Obtener el RUC.** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:
  - El formulario correspondiente debidamente lleno
  - Original y copia de la escritura de constitución

- Original y copia de los nombramientos
  - Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
  - De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite
- **Obtener la carta para el banco.** Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

Cumpliendo con estos pasos se podrá tener la compañía limitada lista para funcionar. El tiempo estimado para la terminación del trámite es entre tres semanas y un mes.

## 4.2. Patentes y Marcas

### Patente

La patente municipal es un requisito obligatorio que deben cumplir los trabajadores independientes para ejercer la actividad económica y poder obtener el RUC. El requisito está vigente desde 2010 y se lo obtiene a partir de un formulario. Las fechas límites de pago se establecen por el noveno dígito del RUC, y van del 10 al 28 de junio. (Fors Ecuador, 2018)

Requisitos para sacar la patente municipal:

- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.



- Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas
- Si el trámite lo realiza una tercera persona:
  - Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.
  - Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
- En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

### **Registro de la Marca**

Fiore Tea es la marca que utiliza la empresa, con esto se procede a realizar el registro en las oficinas del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI, 2015).

Los pasos para el registro de la marca son los siguientes (Foros Ecuador, 2018):

- Depositar 208 dólares en efectivo, a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, en su cuenta corriente del Banco del Pacífico.
- Ingresar al sitio web del IEPI [www.iepi.gob.ec](http://www.iepi.gob.ec), hacer clic en la opción “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”.
- Descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, imprimirla y firmarla. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.
- Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado.

- Si la solicitud se hace como persona natural, adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad.
- Si la solicitud se hace como persona jurídica, adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización.
- Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo.
- Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana.

#### **4.3. Detalle de todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales**

- Registro Único del Contribuyente: “Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria.” (SRI, 2017)
- Permiso de funcionamiento: "El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.” (Control Sanitario, 2016)
- Permiso de Bomberos: “Es la autorización que el cuerpo de bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca en la actividad” (Cuerpo de Bomberos Quito, 2018)
- Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE): “Es el documento habilitante indispensable para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito” (Dirección Metropolitana de Servicios Ciudadanos, 2018).

## CAPÍTULO V

### ÁREA FINANCIERA

#### 5.1. Plan de inversiones

En la tabla 51 se especifica a detalle el plan con los precios de cada elemento que se necesita para dar inicio a el funcionamiento de la empresa Fiore Tea.

**Tabla 51 Plan de inversiones**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR FINAL
<b>PROPIEDAD Y PLANTA</b>				<b>\$20.000,00</b>
PLANTA PROCESADORA	1	\$20.000,00		
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>\$1.020,00</b>
ESCRITORIO DE OFICINA	6	\$100,00	\$600,00	
SILLA DE OFICINA	6	\$35,00	\$210,00	
ARCHIVADOR METÁLICO AÉREO	6	\$35,00	\$210,00	
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>				<b>\$20,00</b>
TELÉFONO FIJO		\$20,00		
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>				<b>\$3.350,00</b>
COMPUTADORA	6	\$500,00	\$3.000,00	
IMPRESORA	1	\$350,00	\$350,00	
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>				<b>\$17.254,00</b>
BALANZA INDUSTRIAL	1	\$79,00	\$79,00	
MESA DE ACERO INOXIDABLE	1	\$175,00	\$175,00	
MÁQUINA PROCESADORA DE TÉ	1	\$17.000,00	\$17.000,00	
<b>VEHÍCULO</b>				<b>\$28.000,00</b>
MINI CAMIÓN	1	\$28.000,00	\$28.000,00	
<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>				<b>\$613,50</b>
RESMAS DE PAPEL BOND	7	\$3,50	\$24,50	
CAJA DE ESFEROS 12 UNIDADES	2	\$3,50	\$7,00	
CAJA DE CLIPS	2	\$1,00	\$2,00	
CARPETAS ARCHIVADORAS	20	\$2,50	\$50,00	
CAJA DE GRAPAS	5	\$1,50	\$7,50	

GRAPADORA	6	\$2,50	\$15,00	
PERFORADORA	6	\$2,50	\$15,00	
CAJA DE RESALTADORES 12 UNIDADES	1	\$3,00	\$3,00	
TINTAS DE IMPRESORA KIT COMPLETO	3	\$150,00	\$450,00	
SEPARADOR DE HOJAS PAQUETES	3	\$2,00	\$6,00	
CINTA ADHESIVA TRANSPARENTE	2	\$1,00	\$2,00	
LÁPICES CAJA DE 12 UNIDADES	1	\$1,50	\$1,50	
ÚTILES DE ASEO OFICINA KIT COMPLETO	1	\$30,00	\$30,00	
<b>INSTALACIONES Y REMODELACIONES</b>				<b>\$1.145,00</b>
FOCOS AHORRADORES	10	\$4,50	\$45,00	
ADECUACIONES DE LA PLANTA		\$1.000,00	\$1.000,00	
PINTURA		\$100,00	\$100,00	
<b>COSTOS DE CONSTITUCIÓN</b>				<b>\$1.500,00</b>
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO LUAE		\$1.500,00		
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>				<b>\$40.248,05</b>
COSTOS		\$19.662,05		
GASTOS		\$20.586,00		
<b>TOTAL</b>				<b>\$113.150,55</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

### Capital de trabajo

En la tabla 52 se puede observar el capital de trabajo con el que opera la empresa, el cual es el resultado del total de los costos más el total de los gastos, y este valor a su vez es multiplicado por 3, que son los meses que la empresa toma para poder cubrir cualquier tipo de inconvenientes.

**Tabla 52 Capital de trabajo**

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	POR 3 MESES
Total costos	6.554,02	19.662,05
Total gastos	6.862,00	20.586,00
<b>TOTAL</b>	<b>13.416,02</b>	<b>40.248,05</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 53 Detalle del Capital de trabajo**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR POR 3 MESES
<b>COSTOS</b>		
Materia Prima	796,00	2.388,00
Mano de obra directa	1.134,91	3.404,72
Mano de obra indirecta	701,11	2.103,33
Costos indirectos de fabricación	3.922,00	11.766,00
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>6.554,02</b>	<b>19.662,05</b>
<b>GASTOS</b>		
Gastos Administrativos	2.462,00	7.386,00
Gasto de Ventas	4.400,00	13.200,00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>6.862,00</b>	<b>20.586,00</b>
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>13.416,02</b>	<b>40.248,05</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

## 5.2. Plan de financiamiento

### a) Forma de financiamiento

En la tabla 54 se observa las formas de financiamiento que adquiere la empresa para dar inicio a su funcionamiento.

**Tabla 54 Forma de financiamiento**

DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	PARCIAL (%)
<b>Recursos Propios</b>		
Efectivo	63.320,55	55,96%
Bienes	49.830,00	44,04%
<b>TOTAL</b>	<b>113.150,55</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

**Tabla 55 Detalle aporte de socios**

SOCIOS	DETALLE APORTE	VALOR TOTAL	PORCENTAJE DE APORTACIÓN
Socio A	Bienes	49.830,00	44,04%
Socio B	Efectivo	33.320,55	29,45%
Socio C	Efectivo	30.000,00	26,51%
<b>TOTAL APORTE</b>		<b>113.150,55</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

### 5.3. Cálculo de Costos y Gastos

#### a) Detalle de costos

En la siguiente tabla se puede apreciar cada uno de los costos que tiene la empresa Fiore Tea para poder cubrir su producción mensual.

**Tabla 56 Detalle de costos**

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<b>Materia prima</b>					
Flor de Jamaica	Kilos	264	4,00	268,00	3.216,00
Hojas de Stevia	Kilos	264	2,00	528,00	6336
<b>Mano de obra directa</b>					
Operadores	Sueldo	2	567,45	1.134,91	13.618,90
<b>Mano de obra indirecta</b>					
Jefe de producción	Sueldo	1	701,11	701,11	8.413,32
<b>Costos indirectos de fabricación</b>					
Cajas de cartón	Unidades	9.600	0,02	192,00	2.304,00
Papel filtro	Rollo	1	25,00	25,00	300,00
Hilo	Rollo	1	5,00	5,00	60,00
Papel etiqueta	Unidades	240.000	0,005	1.200,00	14.400,00
Sobres papel	Unidades	240.000	0,01	2.400,00	28.800,00
Servicios básicos				100,00	1.200,00
<b>TOTAL</b>				<b>6.554,02</b>	<b>78.648,22</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

## b) Proyección de costos

Tomando en cuenta el promedio de los últimos 5 años de la inflación, se ha trabajado con una tasa del 1,65% (Banco Central, 2018) para poder proyectar los costos. En el caso de la materia prima y costos indirectos de fabricación se ha sumado la tasa de la inflación con la tasa del crecimiento del sector alimentos y bebidas no alcohólicas que es del 4,4% (Ekos, 2018).

**Tabla 57 Proyección de costos**

DESCRIPCIÓN	COSTO		COSTO MENSUAL	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
	FIJO	VARIABLE						
Materia prima		X	796,00	9.552,00	10.129,90	10.742,75	11.392,69	12.081,95
Mano de obra directa		X	1.134,91	13.618,90	13.843,61	14.072,03	14.304,22	14.540,24
Mano de obra indirecta	X		701,11	8.413,32	8.552,14	8.693,25	8.836,69	8.982,49
Costos indirectos de fabricación	X		3.922,00	47.064,00	49.911,37	52.931,01	56.133,34	59.529,40
<b>Total</b>			<b>6.554,02</b>	<b>78.648,22</b>	<b>82.437,02</b>	<b>86.439,04</b>	<b>90.666,93</b>	<b>95.134,08</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

c) **Detalle de gastos**

A continuación, se detallan los gastos de la empresa Fiore Tea.

**Tabla 58 Detalle de gastos**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldo Gerente	800,00	9.600,00
Sueldo Jefe Administrativo	600,00	7.200,00
Sueldo Asistente Administrativo	500,00	6.000,00
Sueldo Chofer	450,00	5.400,00
Depreciación muebles y enseres	9,42	113,00
Depreciación equipo de computación	19,25	231,00
Depreciación inmueble	83,33	1.000,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>2.462,00</b>	<b>29.544,00</b>
<b>GASTO DE VENTAS</b>		
Sueldo Jefe Comercial	600,00	7.200,00
Sueldo Asistente Comercial	500,00	6.000,00
Marketing	3.300,00	39.600,00
<b>TOTAL GASTO DE VENTAS</b>	<b>4.400,00</b>	<b>52.800,00</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>6.862,00</b>	<b>82.344,00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora



#### d) Proyección de gastos

Para la proyección de gastos se utilizó el promedio de la tasa de inflación que es el 1,65% (Banco Central, 2018).

**Tabla 59 Proyección de gastos**

DETALLE	GASTO MENSUAL	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Gasto Administrativo	2.462,00	29.544,00	30.031,48	30.527,00	31.030,69	31.542,70
Gasto de Ventas	4.400,00	52.800,00	53.671,20	54.556,77	55.456,96	56.372,00
<b>TOTAL</b>	<b>6.862,00</b>	<b>82.344,00</b>	<b>83.702,68</b>	<b>85.083,77</b>	<b>86.487,65</b>	<b>87.914,70</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

## Mano de obra

La tabla 60 muestra el rol de pagos de todas las personas que conforman la empresa Fiore Tea.

**Tabla 60 Rol de pagos**

N°	NOMBRES	CARGO	DÍAS TRABAJADOS	SALARIO	HORAS EXTRA	INGRESOS			EGRESOS		
						SUBTOTAL INGRESO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESO	APOORTE PERSONAL 9,45%	TOTAL EGRESO	TOTAL A RECIBIR
1	Juan Valdez	Gerente General	20	800,00	0,00	800,00	66,64	866,64	75,60	75,60	791,04
2	Israel Perez	Jefe Producción	20	600,00	0,00	600,00	49,98	649,98	56,70	56,70	593,28
3	Leo Valencia	Jefe Comercial	20	600,00	0,00	600,00	49,98	649,98	56,70	56,70	593,28
4	Daniel Miranda	Jefe Administrativo	20	600,00	0,00	600,00	49,98	649,98	56,70	56,70	593,28
5	Margarita Espin	Asistente Comercial	20	500,00	0,00	500,00	41,65	541,65	47,25	47,25	494,40
6	Giselle Castillo	Asistente Administrativo	20	500,00	0,00	500,00	41,65	541,65	47,25	47,25	494,40
7	Kevin Guachamin	Operador	20	450,00	30,00	480,00	39,98	519,98	45,36	45,36	474,62
8	Steven Almeida	Operador	20	450,00	30,00	480,00	39,98	519,98	45,36	45,36	474,62
9	Luis Chiriboga	Chofer	20	450,00	25,00	475,00	39,57	514,57	44,89	44,89	469,68
<b>TOTAL</b>				<b>4.950,00</b>	<b>85,00</b>	<b>5.035,00</b>	<b>419,42</b>	<b>5.454,42</b>	<b>475,81</b>	<b>475,81</b>	<b>4.978,61</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

En la siguiente tabla se puede observar el rol de provisiones de cada una de las personas que conforman la empresa.

**Tabla 61 Rol de provisiones**

N°	NOMBRES	CARGO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL	APORTE PATRONAL 11,15%
1	Juan Valdez	Gerente General	66,67	32,83	33,33	132,83	7,43
2	Israel Perez	Jefe Producción	50,00	32,83	25,00	107,83	5,58
3	Leo Valencia	Jefe Comercial	50,00	32,83	25,00	107,83	5,58
4	Daniel Miranda	Jefe Administrativo	50,00	32,83	25,00	107,83	5,58
5	Margarita Espin	Asistente Comercial	41,67	32,83	20,83	95,33	4,65
6	Giselle Castillo	Asistente Administrativo	41,67	32,83	20,83	95,33	4,65
7	Kevin Guachamin	Operador	40,00	32,83	20,00	92,83	4,46
8	Steven Almeida	Operador	40,00	32,83	20,00	92,83	4,46
9	Luis Chiriboga	Chofer	39,58	32,83	19,79	92,20	4,41
<b>TOTAL</b>			<b>419,58</b>	<b>295,47</b>	<b>209,78</b>	<b>924,83</b>	<b>46,80</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

## Depreciación

En la tabla 62 se puede apreciar la depreciación de los bienes muebles de la empresa.

**Tabla 62 Depreciación**

DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria y equipo	10	17.884,00	10%	1.788,40
Muebles y enseres	10	1.130,00	10%	113,00
Equipo de computación	3	700,00	33%	231,00
Vehículo	5	28.000,00	20%	5.600,00
Inmueble	20	20.000,00	5%	1.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>8.732,40</b>

**Fuente:** Ley de Régimen Tributario (2017) e investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

## Proyección de la depreciación

En la tabla 63 se visualiza el cálculo de las depreciaciones proyectadas para 5 años.

**Tabla 63 Proyección de la depreciación**

DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y equipo	1.788,40	1.788,40	1.788,40	1.788,40	1.788,40
Muebles y enseres	113,00	113,00	113,00	113,00	113,00
Equipo de computación	231,00	231,00	231,00	0	0
Vehículo	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00
Inmueble	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>8.732,40</b>	<b>8.732,40</b>	<b>8.732,40</b>	<b>8.501,40</b>	<b>8.501,40</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

#### 5.4. Cálculo de ingresos

**Tabla 64** Cálculo de ingresos

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO + GASTO MENSUAL	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESOS MENSUALES	UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO VENTA UNITARIO
				%	\$			
<b>Té de Jamaica con Stevia</b>	Cajas	\$13.416,02	\$1,40	61%	\$8.183,98	\$21.600,00	9.600	\$2,25
<b>TOTALES</b>		<b>\$13.416,02</b>	<b>\$1,40</b>		<b>\$8.183,98</b>	<b>\$21.600,00</b>	<b>9.600</b>	<b>\$2,25</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

## Proyección de ingresos

Para la proyección de ingresos en 5 años se ha considerado lo siguiente: en la cantidad se ha utilizado la tasa del crecimiento del sector alimentos y bebidas no alcohólicas con el 4,4% (Ekos, 2018), tomando en cuenta la capacidad de producción futura de la empresa detallada en el capítulo de producción (ver tabla 39) y para el precio se ha utilizado la tasa promedio de la inflación con el 1,65% (Banco Central, 2018).

**Tabla 65 Proyección de ingresos**

PRODUCTO	CANT.	PRECIO UNIT.	AÑO 1	CANT.	PRECIO UNIT.	AÑO 2	CANT.	PRECIO UNIT.	AÑO 3	CANT.	PRECIO UNIT.	AÑO 4	CANT.	PRECIO UNIT.	AÑO 5
Té de Jamaica con Stevia	115.200	2,25	259.200,00	120.269	2,29	275.070,24	125.561	2,32	291.912,07	131.085	2,36	309.783,06	136.853	2,40	328.750,46
<b>TOTAL</b>			<b>259.200,00</b>			<b>275.070,24</b>			<b>291.912,07</b>			<b>309.783,06</b>			<b>328.750,46</b>

**Fuente:** (Banco Central, 2018)

**Elaborado por:** La Autora

## 5.5. Flujo de caja

En la siguiente tabla se visualizan los ingresos y egresos que presenta la empresa durante los próximos 5 años, mostrando la liquidez de Fiore Tea.

**Tabla 66 Flujo de caja**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas		259.200,00	275.070,24	291.912,07	309.783,06	328.750,46
(-) Costo de Ventas		78.648,22	82.437,02	86.439,04	90.666,93	95.134,08
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>180.551,78</b>	<b>192.633,22</b>	<b>205.473,03</b>	<b>219.116,13</b>	<b>233.616,38</b>
(-) Gastos de venta		52.800,00	53.671,20	54.556,77	55.456,96	56.372,00
<b>(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>		<b>127.751,78</b>	<b>138.962,02</b>	<b>150.916,25</b>	<b>163.659,17</b>	<b>177.244,38</b>
(-) Gastos Administrativos		29.544,00	30.031,48	30.527,00	31.030,69	31.542,70
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>98.207,78</b>	<b>108.930,55</b>	<b>120.389,26</b>	<b>132.628,48</b>	<b>145.701,68</b>
(-) Gastos Financieros		0	0	0	0	0
(+) Otros Ingresos		0	0	0	0	0
(-) Otros Egresos		0	0	0	0	0
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>		<b>98.207,78</b>	<b>108.930,55</b>	<b>120.389,26</b>	<b>132.628,48</b>	<b>145.701,68</b>
(-) 15% Participación trabajadores		14.731,17	16.339,58	18.058,39	19.894,27	21.855,25
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>83.476,62</b>	<b>92.590,96</b>	<b>102.330,87</b>	<b>112.734,20</b>	<b>123.846,43</b>
(-) Impuesto a la renta 25%		20.869,15	23.147,74	25.582,72	28.183,55	30.961,61
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>62.607,46</b>	<b>69.443,22</b>	<b>76.748,15</b>	<b>84.550,65</b>	<b>92.884,82</b>
(+) Depreciaciones		8.732,40	8.732,40	8.732,40	8.732,40	8.501,40
(-) Amortización pago de capital		0	0	0	0	0
(-) Inversión Inicial	-113.150,55	0	0	0	0	0
<b>(=) Flujo Efectivo</b>	<b>-113.150,55</b>	<b>71.339,86</b>	<b>78.175,62</b>	<b>85.480,55</b>	<b>93.283,05</b>	<b>101.386,22</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

## 5.6. Punto de Equilibrio

### Punto de equilibrio monetario

El punto de equilibrio monetario representa que la empresa debe vender \$5.076,99 dólares para mantenerse en el punto en donde no pierde ni gana, solo recupera lo invertido en la producción mensual.

$$\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$\frac{4.623,11}{1 - \frac{1.930,91}{21.600}}$$

$$= 5.076,99 \text{ dólares}$$

### Punto de equilibrio en unidades

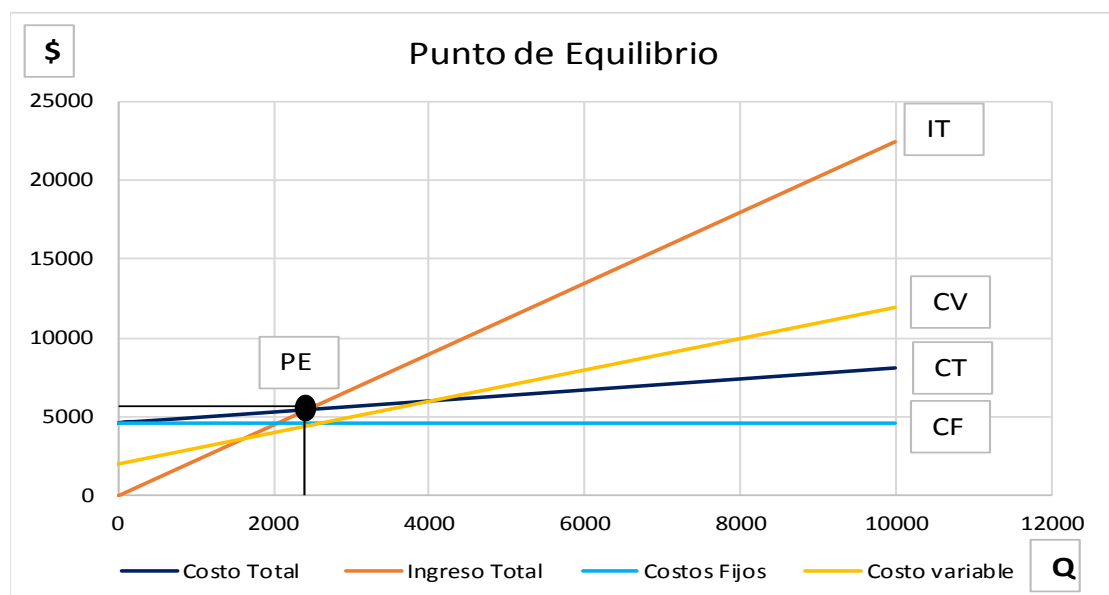
El punto de equilibrio en unidades nos dice que la empresa debe producir 2.256 cajas para poder recuperar lo invertido y no perder absolutamente nada.

$$\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PRECIO} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$$

$$\frac{4.623,11}{2,25 - 0,20}$$

$$= 2.256 \text{ cajas}$$

Para que la empresa Fiore Tea pueda percibir ingresos, sus ventas deben estar por encima de las 2.256 cajas y \$5.076,99 dólares de ingresos.



### Ilustración 35 Punto de equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora



## 5.7. Estado de Resultados proyectado

En el caso que la empresa cumpla con todo lo planificado se presenta el Estado de Resultados proyectado para 5 años, en donde se refleja las utilidades obtenidas por la empresa.

**Tabla 67 Estado de Resultados proyectado**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	259.200,00	275.070,24	291.912,07	309.783,06	328.750,46
(-) Costo de Ventas	78.648,22	82.437,02	86.439,04	90.666,93	95.134,08
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>180.551,78</b>	<b>192.633,22</b>	<b>205.473,03</b>	<b>219.116,13</b>	<b>233.616,38</b>
(-) Gastos de venta	52.800,00	53.671,20	54.556,77	55.456,96	56.372,00
<b>(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>	<b>127.751,78</b>	<b>138.962,02</b>	<b>150.916,25</b>	<b>163.659,17</b>	<b>177.244,38</b>
(-) Gastos Administrativos	29.544,00	30.031,48	30.527,00	31.030,69	31.542,70
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>98.207,78</b>	<b>108.930,55</b>	<b>120.389,26</b>	<b>132.628,48</b>	<b>145.701,68</b>
(-) Gastos Financieros	0	0	0	0	0
(+) Otros Ingresos	0	0	0	0	0
(-) Otros Egresos	0	0	0	0	0
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	<b>98.207,78</b>	<b>108.930,55</b>	<b>120.389,26</b>	<b>132.628,48</b>	<b>145.701,68</b>
(-) 15% Participación trabajadores	14.731,17	16.339,58	18.058,39	19.894,27	21.855,25
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>83.476,62</b>	<b>92.590,96</b>	<b>102.330,87</b>	<b>112.734,20</b>	<b>123.846,43</b>
(-) Impuesto a la renta 25%	20.869,15	23.147,74	25.582,72	28.183,55	30.961,61
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>62.607,46</b>	<b>69.443,22</b>	<b>76.748,15</b>	<b>84.550,65</b>	<b>92.884,82</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

## 5.8. Evaluación financiera

La evaluación financiera permite descubrir la solvencia del proyecto de acuerdo con variables como:

### a) Indicadores

#### a.1) Valor Actual Neto

La fórmula del Valor Actual Neto es la siguiente:

$$\begin{aligned}VAN &= -A + \frac{Q_1}{(1+K)^1} + \frac{Q_2}{(1+K)^2} + \frac{Q_3}{(1+K)^3} + \frac{Q_4}{(1+K)^4} + \frac{Q_5}{(1+K)^5} \\VAN &= -110.805,80 + \frac{71.339,86}{(1+0,0664)^1} + \frac{78.175,62}{(1+0,0664)^2} + \frac{85.480,55}{(1+0,0664)^3} \\&\quad + \frac{93.283,05}{(1+0,0664)^4} + \frac{101.386,22}{(1+0,0664)^5} \\VAN &= -110.805,80 + \frac{71.339,86}{1,0664} + \frac{78.175,62}{1,1372} + \frac{85.480,55}{1,2127} + \frac{93.283,05}{1,2932} \\&\quad + \frac{101.386,22}{1,3791} \\VAN &= -110.805,80 + 66.897,84 + 68.743,95 + 70.487,80 + 72.133,51 \\&\quad + 73.516,22\end{aligned}$$

$$\mathbf{VAN = \$238.628,77}$$

$$TMAR = \textit{tasa pasiva} + \textit{inflación}$$

Para el cálculo del VAN se ha tomado en cuenta una TMAR de 6,64%; para el cálculo de la TMAR se tomó la tasa pasiva del año 2018 obtenida del Banco

Central del Ecuador con un 4,99% y la inflación promedio con un 1,65%.

El Valor Actual Neto del proyecto en un periodo de 5 años es de \$238.628,77 siendo mayor a 1, y esto representa que el proyecto es viable.

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

Se puede observar que la TIR es mayor a la TMAR, dando como resultado que el proyecto es rentable, siendo la TIR la tasa de descuento en la que se iguala el valor de la inversión con los flujos siguientes o futuros.

En la siguiente tabla se muestra la Tasa Interna de Retorno para la empresa Fiore Tea:

**Tabla 68 Tasa Interna de Retorno**

<b>Año 0</b>	\$-113.150,55
<b>Año1</b>	\$71.339,86
<b>Año 2</b>	\$78.175,62
<b>Año 3</b>	\$85.480,55
<b>Año 4</b>	\$93.283,05
<b>Año 5</b>	\$101.386,22
<b>TIR</b>	<b>64%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

#### a.4) Beneficio – Costo

La relación beneficio – costo es de 3,11 veces mayor a la inversión inicial, lo que representa de que cada dólar invertido se obtiene una ganancia de \$2,11.

$$R \frac{b}{c} = \frac{\sum FNE / (1 + i)^n}{I_0}$$

$$R \frac{b}{c} = \frac{351.774,34}{113.150,55}$$

$$R \frac{b}{c} = 3,11$$

#### a.5) Periodo de recuperación

En la siguiente tabla se puede observar que el dinero invertido se lo recupera en el año 2, contando con un saldo a favor de \$18,900,13

**Tabla 69 Periodo de recuperación**

INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	SALDO
-113.150,55	62.607,46	69.443,22	18.900,13

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

#### b) Razones

##### b.1) Rentabilidad

Se obtendrá una utilidad del 39% en el primer año.

$$\frac{\text{Utilidad bruta} - \text{Costos de venta}}{\text{Ventas}} \times 100$$

$$\frac{101.903,56}{259.200,00} \times 100$$

$$= 39\%$$

## CONCLUSIONES

- El mercado de alimentos y bebidas es dinámico, lo cual se aprecia en la gran aceptación que se registra en el estudio de mercado debido que existe una tendencia por mantener cuidados no solo de imagen, si no, internos como lo es el cuidado de la salud corporal.
- Existe una demanda insatisfecha que está dispuesta a absorber la producción del nuevo producto, en especial en la zona norte en donde se ha realizado el estudio, siendo esta una gran oportunidad de mercado para la nueva empresa.
- Para un buen funcionamiento empresarial no es necesario una gran estructura, basta con tener una buena planificación de las áreas y las funciones que integran la empresa como lo es el caso de Fiore Tea.
- Los trámites y documentación necesarios para la creación de este tipo de empresas resultan de fácil acceso, siendo relativamente sencillo su cumplimiento y puesta en marcha.
- Aunque la inversión que se requiere para la nueva empresa puede parecer medianamente alta, se compensa con una tasa de retorno representativa que garantiza la recuperación del capital más la generación de una ganancia, permitiendo a la empresa ser competitiva en el mercado que desea intervenir.

## RECOMENDACIONES

- Realizar periódicamente sondeos de mercado que permitan a la empresa establecer las nuevas tendencias de consumo, así como el aprovechamiento de materias primas que garanticen la permanencia de la empresa en el sector.
- Se debe aplicar regularmente sistemas de control y verificación de los procesos productivos a fin de garantizar la calidad de los productos, así como la estandarización del mismo.
- Para garantizar que las actividades en el interior de la empresa se cumplan según la planificación establecida, en primer lugar, se debe contratar a personal calificado, en segundo lugar, establecer un sistema de capacitación periódico o regular que garantice el desempeño personal de todos los colaboradores.
- A fin de evitar inconvenientes es necesario que la nueva empresa cumpla con todos y cada una de las leyes, reglamentos y regulaciones que supervisan este tipo de actividades comerciales y productivas.
- Para garantizar el desempeño financiero se debe mantener un control no solo de materia prima, sino, de proveedores y de precios en el mercado de manera permanente.

## Bibliografía

- Alibaba Group (2017) Equipo CTC
- Banco Centra del Ecuador (2018)
- Barreno (2004) Definición de mercado.
- Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (2017) Tendencia de consumo de infusiones.
- Chiavenato, I (1999). Administración de Recursos Humanos
- Chiavenato, I (2001). Descripción del proceso.
- Control Sanitario (2016). Permiso de funcionamiento.
- Cuerpo de Bomberos de Quito (2018) Permiso de bomberos.
- Deming (1989) Calidad, productividad y competitividad a la salida de la crisis.
- Dirección Metropolitana de Servicios Ciudadanos (2018). Licencia Única de Actividades Económicas.
- EcoAgricultor (2016) Beneficios de la Stevia.
- Ferrel, Para O. C.; Hirt, Geoffrey (2017) Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante.
- Foros Ecuador (2018) Requisitos para patente municipal.
- IEPI (2015) Registro de marca
- Ley de Compañías de la República del Ecuador.
- Lezama, Cruz (2007) Indicadores de Gestión.
- Ministerio del Trabajo.
- Paz y Mailhos (2016) Historia del Té. Revista Los Andes
- Peteraf, Thompson; Strickland, Gamble (2012) Visión de la empresa.
- Porter M. E., (1980) Cinco fuerzas de Michael Porter.
- Quizhpe y Vinueza (2018). Investigación de la Oferta de Té
- Registro Mercantil (2014).
- Revista Los Andes (2016) Bebidas populares del mundo.
- SRI (2017)
- Stweetea (2016) Beneficios de la flor de Jamaica.
- TeBebo (2017) Proceso de la elaboración de té.
- Thompson Iván (2005) La promoción.
- Thompson Iván (2005) La publicidad.