



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS DE FLOR DE JAMAICA EN LA
CIUDAD DE AMBATO EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

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

Autor:

Simisterra Tirado Paul Xavier

Tutor:

Ing. Voroshilov Hernández

AMBATO – ECUADOR

2019

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

Yo, Simisterra Tirado Paul Xavier, declaro ser autor del Proyecto de Tesis titulado “Plan de negocios para la elaboración y comercialización de bebidas de flor de Jamaica en la ciudad de Ambato en la provincia de Tungurahua”, 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, 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 la constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, al día 1 del mes de octubre de 2019, firmo conforme:

Autor: Simisterra Tirado Paul Xavier

Número de Cédula: 1804435228

Dirección: Olmedo 11-57 y Margaritas

Correo electrónico: pxsimisterra@live.com

Teléfono: +593 32820208

Celular: 0998293768 – 0996482123




APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS DE FLOR DE JAMAICA EN LA CIUDAD DE AMBATO EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA” presentado por Paul Xavier Simisterra Tirado, para optar por el Título Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios,

CERTIFICO

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

Ambato, 1 de octubre del 2019



Dr. Hernández Espín Luis Voroshilov M.sc.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

Ambato, 1 de octubre del 2019



PAUL XAVIER SIMISTERRA TIRADO

C.I. 1804435228

APROBACIÓN TRIBUNAL

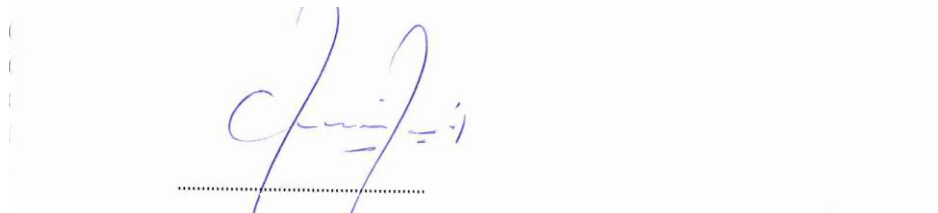
El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS DE FLOR DE JAMAICA EN LA CIUDAD DE AMBATO EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA” previo a la obtención del Título de Ingeniero en administración de empresas y negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.



Ambato, 1 de octubre de 2019

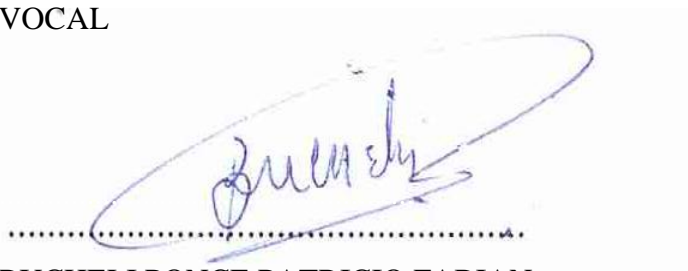
SILVA ORDONEZ CATALINA ALEXANDRA

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



NUÑEZ TORRES LUIS GABRIEL

VOCAL



BUCHELI PONCE PATRICIO FABIAN

VOCAL

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a Dios, que siempre me guía por el buen camino, darme fuerzas de seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia, quienes por ellos soy lo que soy. Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, en los momentos difíciles y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han inculcado los valores, principios, carácter, empeño, y perseverancia.

A mi esposa, ya que ha sido mi pilar fundamental, y mi soporte en cada decisión tomada, por ella me supero y trato de ser mejor persona cada día.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por llenar mi vida de salud y darme las capacidades intelectuales para tratar de alcanzar la culminación de un eslabón en mi vida profesional

A mis padres por brindarme la oportunidad de estudiar en una institución prestigiosa, por su apoyo constante en todos los momentos de la vida sobre todo en aquellos en los que el cansancio y el desánimo se apoderaban de mi potencial.

Agradezco a la Universidad Tecnológica Indoamérica, por haberme abierto las puertas de este prestigioso templo del saber, cuna de buenos profesionales

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	1
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
CERTIFICO	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
INDICE DE TABLAS	xii
INDICE DE GRAFICOS	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1.ÁREA MARKETING.....	2
1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	2
1.1.1. Especificación del servicio o producto.....	2
1.1.2.Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona	2
1.2.DEFINICIÓN DEL MERCADO	5
1.2.1.¿Qué mercado se va a tocar en general?	5
1.2.1.1.Categorización del sujeto	5
1.2.1.2.Estudio de segmentación.....	6
1.2.1.3.Plan de muestreo	8
1.3.ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN	13
1.3.1.Demanda potencial.....	24
1.4.PROYECCIÓN DE LA OFERTA	26
1.5.DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	31

1.6.PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ. (CANALES DE COMUNICACIÓN).....	31
1.6.1.Estrategia de medios	32
1.6.2.Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución).....	33
1.7.SEGUIMIENTO DE CLIENTES	36
1.8.ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS.....	37

CAPITULO II

2.ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	38
2.1.DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	38
2.1.1.Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.....	38
2.1.2.Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	41
2.1.3.Tecnología a aplicar. (Tecnología a utilizar)	43
2.2.FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES	46
2.2.1.Ritmo de producción.	47
2.2.2.Nivel de inventario promedio.....	47
2.2.3.Número de trabajadores	48
2.3.CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	49
2.3.1.Capacidad de Producción Futura.	49
2.4.DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	49
2.4.1.Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.....	49
2.5.CALIDAD.....	50
2.5.1.Método de Control de Calidad.	50
2.6.NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.....	52
2.6.1.Seguridad e higiene ocupacional.....	52

CAPITULO III

3.ÁREA DE ORGANIZACIÓN y GESTION.....	55
3.1.ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	55
3.1.1.Visión de la Empresa.	55
3.1.2.Misión de la Empresa.....	55

3.1.3.Análisis FODA.....	56
3.1.4.Objetivos y estrategias	58
3.2.ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	59
3.2.1.Organización Interna.....	59
3.2.2.Descripción de puestos.....	61
3.3.CONTROL DE GESTIÓN	67
3.3.1.Indicadores de gestión.....	67
3.4.NECESIDADES DE PERSONAL	67

CAPITULO IV

4.ÁREA JURÍDICO LEGAL	69
4.1.DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	69
4.2.PATENTES Y MARCAS	70
4.2.1.Búsqueda fonética y costo de registro de la marca.	71
4.2.2.Proceso para registrar una marca	71
4.2.3.Proceso y Requisitos Para una Patente.....	72
4.3.LICENCIAS NECESARIAS Y DOCUMENTOS LEGALES.....	74

CAPÍTULO V

5.ÁREA FINANCIERA.....	76
5.1.OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FINANCIERO	76
5.2.PLAN DE INVERSIONES.....	76
5.3.PLAN DE FINANCIAMIENTO	78
5.3.1.Forma de financiamiento.	78
5.4.CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	79
5.4.1.Detalle de Costos.....	79
5.4.2.Proyección de Costos	81
5.4.3.Detalle de Gastos.....	84
5.4.4 Proyección de Gastos	85
5.5.MANO DE OBRA	87
5.6.DEPRECIACIÓN	89
5.7.PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN	90

5.8.CÁLCULO DE INGRESOS	91
5.9.PROYECCIÓN DE INGRESOS	92
5.10.FLUJO DE CAJA	92
5.11.ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	96
5.12.EVALUACIÓN FINANCIERA	98
5.12.1.Tasa Interna de Retorno	98
BIBLIOGRAFÍA	100
ANEXOS	103

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Información nutricional.....	4
Tabla 2. Categorización del sujeto	5
Tabla 3. Dimensión conductual (Estudiante Universitario).....	6
Tabla 4 Dimensión geográfica	6
Tabla 5 Dimensión demografica (instrucción superior).....	7
Tabla 6 Dimensión demografica	7
Tabla 7. Fórmula de la muestra.....	9
Tabla 8. Cuadro de necesidades objetivo 1	10
Tabla 9. Cuadro de necesidades objetivo 2.....	11
Tabla 10. Cuadro de necesidades objetivo 3	11
Tabla 11. Pregunta 1	13
Tabla 12. Pregunta 2	15
Tabla 13. Pregunta 3	16
Tabla 14. Pregunta 4	17
Tabla 15. Pregunta 5	18
Tabla 16. Pregunta 6	19
Tabla 17. Pregunta 7	20
Tabla 18. Pregunta 8	21
Tabla 19. Pregunta 9	22
Tabla 20. Pregunta 10	23
Tabla 21. Proyección de la demanda (Promedio Simple).....	25
Tabla 22. AquaLive.....	26
Tabla 23. Fuze téa	27
Tabla 24. Matchá.....	28
Tabla 25. Refresh	28
Tabla 26. Puntos de venta (competencia)	29
Tabla 27. Calculo Sigma	30
Tabla 28. Demanda potencial insatisfecha.....	31
Tabla 29. Demanda potencial insatisfecha.....	31
Tabla 31. Distribuidores.....	36
Tabla 32. Seguimiento de clientes	37

Tabla 33. Actividades.....	42
Tabla 34. Actividades.....	43
Tabla 35. Ritmo de producción.....	47
Tabla 36. Número de trabajadores	48
Tabla 37. Especificación de materias.....	50
Tabla 38. Tipo de defecto.....	51
Tabla 39. Tipo de defecto seguridad e higiene ocupacional	52
Tabla 40. Análisis FODA.....	56
Tabla 41. Descripción de puestos.....	61
Tabla 42. Indicadores de gestión.....	67
Tabla 43. Plan de inversiones.....	77
Tabla 44. Forma de Financiamiento.....	79
Tabla 45. Detalle de costos	80
Tabla 46. Costos Unitarios.....	81
Tabla 47. Detalle de Costos	82
Tabla 48. Proyección de costos.....	83
Tabla 49. Detalle de Gastos (administrativos).....	84
Tabla 50. Proyección de gastos (administrativos).....	86
Tabla 51. Mano de Obra.....	88
Tabla 52. Depreciación	89
Tabla 53. Proyección de la Depreciación.....	90
Tabla 54. Ingresos	92
Tabla 55. Proyección de Ingresos	92
Tabla 56. Flujo de Caja	93
Tabla 57. Dimensión Geografica	103
Tabla 58. Proyección dimensión demografica a 10 años.....	103
Tabla 59. Proyección población escolaridad superior.....	103
Tabla 61. Amortización.....	104
Tabla 62. Costos Fijos.....	106
Tabla 63. Costos Variables	107
Tabla 64. Servicios Básicos	107
Tabla 65. Plan de inversión.....	108

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1. Pregunta #1	14
Grafico 2. Pregunta # 2	15
Gráfico 3. Pregunta #3	16
Grafico 4. Pregunta #4	17
Gráfico 5. Pregunta #5	18
Gráfico 6. Pregunta #6	19
Gráfico 7. Pregunta #7	20
Grafico 8. Pregunta #8	21
Grafico 9. Pregunta #9	22
Grafico 10. Pregunta #10	23
Grafico 11. Demanda Proyectada	25
Gráfico 12. AquaLive.....	26
Gráfico 13. AquaLive.....	27
Gráfico 14. Fuze téa	27
Gráfico 15. Matchá.....	28
Gráfico 16. Refresh	28
Gráfico 17. Proyección oferta	30
Grafico 18. Canales de distribución	34
Grafico 19. Ccanales de distribución	35
Gráfico 20. Distribución de planta de producción	41
Gráfico 21. Tipo de defecto	51

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

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE BEBIDAS DE FLOR DE JAMAICA EN LA CIUDAD DE AMBATO EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

AUTOR: Simisterra Tirado Paul Xavier

TUTOR: Ing. Mg. Voroshilov Hernández

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de caso se orienta a buscar las alternativas y estrategias aplicables por la empresa de Bebidas MIRAFLORES que buscan una adecuada participación y expansión en el mercado desde sus inicios. La investigación es factible por la diversidad de incalculable flora presente en el Ecuador y la expansión actual de industrias ambateñas. El primer producto a presentar es una bebida elaborada a base de Flor de Jamaica (*Hibiscus Sabdariffa*), cuya característica innovadora es su presentación 100 % natural obtenida mediante una infusión, un alto contenido de propiedades medicinales, proteínas, vitaminas y minerales (hierro, fosforo y calcio). La presencia de vitamina C le aporta propiedades ante el envejecimiento prematuro, ante el insomnio e infecciones respiratorias, anemia y fatiga. En base a todas estas características la investigación pretendió enfocarse en la oferta de un producto saludable y natural. Las bebidas con alto grado de aceptación estuvieron elaboradas a base de infusiones de flores y frutos. Se presentaron aspectos como la visión, objetivos y organigramas de la empresa, que permitieron generar una mayor organización estructurada. Los aspectos financieros del proyecto permitieron obtener los valores de inversión inicial, gastos, costos y el punto de equilibrio. Finalmente la presente investigación mostró la existencia de un mercado potencial con atención favorable hacia la bebida presentada, principalmente debido a la creciente tendencia hacia el consumo de productos naturales y nutritivos que contribuyan a un mantenimiento continuo de la salud.

DESCRIPTORES: bebida natural, estudio de mercado, productos naturales, propiedades nutritivas.

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

THEME: “BUSINESS PLAN FOR PROCESSING AND MARKETING HIBICUS FLOWER DRINK IN AMBATO, TUNGURAHUA PROVINCE “

AUTHOR: Simisterra Tirado Paul Xavier

TUTOR: Ing. Mg Voroshilov Hernandez

ABSTRACT

This case study aims to look for new applicable alternatives and strategies by “Bebidas Miraflor” company which seeks for an adequate involvement and expansion in the market from its beginning. The research is feasible because of the incalculable diversity of flora in Ecuador and the current expansion of Ambatenian industries. The first product to present is a drink made from Hibiscus flower (*Hibiscus Sabdariffa*), which has an innovative feature due to its 100% natural; it is obtained through an infusion, a high medicinal properties content, proteins, vitamins and minerals (iron, phosphorus and calcium). The presence of vitamin C provides properties against premature aging, insomnia, respiratory infections, anemia and fatigue. It was focused on proving a healthy and natural product. The high level of acceptance were elaborated based on infusions of flowers and fruits. Aspects such as the vision, objectives and organizational charts of the company were presented; which allowed to generate the largest structured organization. The financial aspects of the project allowed to obtain the initial investment values, expenses, fees and balance point. Finally, the current research showed the existence of a potential market with favorable attention towards the drink; mainly due to the growing trend towards the consumption of natural and nutritious products which contribute to a continuous health maintenance.

KEYWORDS: market research, natural drink, natural products, nutritional properties.

INTRODUCCIÓN

Los hábitos alimenticios de los ecuatorianos presentan cambios frecuentes en función a diversas tendencias crecientes, pues una alimentación tradicional se ha remplazado por alimentos enlatados, con bajo valor nutricional o por comida rápida. Esta mala alimentación ha conllevado al incremento de las enfermedades en los últimos años, el principal factor determinante ha sido el acelerado ritmo de vida, que empuja a la población a estas dietas poco saludables.

Este problema se acentúa por la implicación de las grandes industrias productoras de alimentos, que con el fin de disminuir sus costos de producción emplean productos químicos, que con un consumo elevado resultan desfavorables para la salud por tener alta cantidad de azúcar, sal, grasas o bajos niveles de proteínas, vitaminas y nutrientes que son necesarios para una alimentación equilibrada. Estos aspectos han llevado a presentar una población con problemas de sobrepeso y obesidad en el Ecuador. Ante esta situación, es importante la iniciativa hacia productos naturales enfocados en el cuidado de la salud, con altos valores nutritivos y beneficios para la salud.

Hasta la actualidad, no se tiene una idea total de las características y propiedades que presentan la diversidad de especies vegetales presentes en el Ecuador. En este sentido, se plantea el uso de *Hibiscus sabdariffa*, o llamada también Flor de Jamaica, debido a sus conocidas sus propiedades nutricionales y medicinales, tales como efectos diuréticos, antisépticos, analgésicos, antiinflamatorios, antimicrobianos, cicatrizantes, depurativos, antioxidantes, tonificantes, e inclusive afrodisiacos y vitamínicos.

La propuesta de creación de una empresa productora y comercializadora de bebidas 100% naturales, surge al identificar la necesidad de alimentos y bebidas con valores nutricionales de calidad, la creciente expansión y diversificación del mercado ambateño y la diversidad de especies vegetales poco utilizadas en el Ecuador, cuyo potencial está siendo aprovechado mayoritariamente en el extranjero.

CAPÍTULO I

1. ÁREA MARKETING

1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.1.1. Especificación del servicio o producto

Bebidas Mirafior (Flores y Frutos), es una empresa nueva con identidad Ambateña. Se dedica a la producción y comercialización de bebidas a base de infusiones de flores y frutos, cuidando detalladamente cada proceso de producción y con un estricto control de calidad, la empresa ofrece a nuestros clientes una bebida refrescante 100% Natural, lanzando al mercado “Agua de Jamaica” un refresco placentero que acompañará en las actividades diarias de todos nuestros clientes, generando una satisfacción en el paladar de cada uno de ellos.

1.1.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona

Este plan de negocios busca obtener la información necesaria para la adecuada elaboración y comercialización de una bebida refrescante a base de producto elaborado de la flor de Jamaica, que permita minimizar el consumo de productos que puedan afectar la salud de los consumidores, enfocado en las tendencias mundiales de los individuos “adquirir productos de origen natural”, aportando a mejorar la condición de vida de la sociedad.

La característica innovadora de la bebida a elaborar radica en su implementación con una extensa diversidad de clientes potenciales, pero principalmente hacia el mercado de suplementos deportivos, aprovechando sus propiedades energizantes, adelgazantes y antioxidantes; pues el enfoque actual ha posicionado a esta bebida como un refresco consumido por una proporción limitada de la población, sin tomar en consideración las importantes propiedades para personas que practican actividades deportivas y la importancia del incluir la bebida en las diferentes fases de entrenamiento, con el fin de eliminar los energizantes químicos cuya composición está lejos de ser 100 % natural.

Además, es importante destacar que Bebidas Mirafior es la primera y única empresa ambateña en ofertar este tipo de producto, por lo que este Plan de Negocios permitiría para la empresa un potencial posicionamiento especial dentro de la población y por lo tanto mayor aceptación ante la oferta presentada por los competidores.

Valor nutricional de la Jamaica

Según Food Lipids (2017) en un estudio realizado, se demostró que la Flor de Jamaica constituye uno de los principales cultivos de la zona centro sur del continente americano y se destaca por ser un alimento nutritivo por la cantidad de proteínas, minerales y vitaminas que esta planta ofrece.

Los valores nutricionales que presenta la flor de Jamaica está relacionada directamente con el cuidado y bienestar del ser humano, debido a que en varias culturas del mundo es considerada como una flor milagrosa, que permite cuidar del cuerpo y mejorar malestares que a este le afecten, debido a que contiene muchos nutrientes que pueden ser comparados con varias plantas a la vez, y sus valores nutricionales no son comparables por su cantidad.

En la antigüedad eran muy utilizadas por la cantidad de beneficios que presenta la flor, la cual desde el primer momento que es utilizada demuestra sus múltiples cantidades de beneficios, y mejoras a la persona que utiliza esta flor para solventar

cualquier malestar, o simplemente para cuidar de su salud , y que su sistema inmune se fortalezca.

Mientras que de acuerdo con Renhyd (2017) el valor nutricional de la Jamaica, es considerada como una excelente fuente de minerales, entre los cuales están el magnesio, zinc, hierro. La información nutricional de la bebida se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 1. Información nutricional

Información nutricional	Por ración (g)	% CDO
Valor Calórico	28 kcal	1,40
Grasas	0,4	0,60
Grasas saturadas	-	-
Grasas monosaturadas	-	-
Carbohidratos	6,4	2,40
Azúcares	-	-
Proteína	0,5	0,70
Calcio	0,4	0,60
Hierro	0,3	0,50
Magnesio	0,2	0,40
Fósforo	0,5	0,70
Potasio	0,5	0,70
Zinc	0,2	0,40
Sodio	0,3	0,50
Agua	0,5	0,70

Fuente: Investigador
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Los datos mencionados exponen los altos valores nutricionales presentados por la bebida elaborada a base de la Flor de Jamaica y convierten a este refresco en uno de los alimentos más adecuados para mantener una dieta balanceada, así como ayudar en la prevención de la desnutrición y otras enfermedades.

1.2. DEFINICIÓN DEL MERCADO

1.2.1. ¿Qué mercado se va a tocar en general?

El objetivo de la empresa es brindar un producto saludable, 100% natural e integral, que contiene minerales y vitaminas.

La planta embotelladora se encuentra en la ciudad de Ambato, en las calles Olmedo y Margaritas, en uno de los barrios más tradicionales de la ciudad como lo es el barrio Miraflores. La idea de establecer la planta embotelladora nació hace aproximadamente 1 año, con la principal misión, que es, enfocarse en el bienestar y cuidar de la salud de nuestros clientes y satisfacer un mercado que está enfocado a tener una alimentación sana.

El contenido nutricional del producto está reflejado en la implementación del sistema de etiquetado “semaforización” el cual ha tenido un gran impacto en el consumidor final. Ya que, al indicar la información del contenido nutricional del producto, esto mejora su argumento al momento de adquirir el producto.

1.2.1.1. Categorización del sujeto

Tabla 2. Categorización del sujeto

Categoría	Sujeto
Quien compra ?	Estudiante Universitario
Quien usa ?	Estudiante Universitario
Quien decide ?	Estudiante Universitario
Que influye ?	Estudiante Universitario

Fuente: Investigador
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

1.2.1.2. Estudio de segmentación

Tabla 3. Dimensión conductual (Estudiante Universitario)

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD	FISIOLÓGICA SOCIAL
TIPO DE COMPRA	COMPARACIÓN
RELACIÓN CON LA MARCA	SI
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO	POSITIVA

Tabla 4 Dimensión geográfica

VARIABLE	DESCRIPCION VARIABLE	2010	TCP	TCPA	2019
Pais	Ecuador	14.813.001	1.95%	17,55%	17.412.683
Región	Sierra	6.449.355	1.87%	16,83%	7.534.781
Provincia	Tungurahua	504.583	1.5%	13,50%	572.702
Ciudad	Ambato	329.856	1.47%	13,23%	373.496
Urbana	Ambato	165.185	1.47%	13,23%	187.039

Fuente: Redatan INEC(Censo de Población y Vivienda)
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Nota: Para realizar la proyección del año 2019 se calculó con la tasa de crecimiento poblacional de la región Sierra con 1,87%, el porcentaje de Tungurahua con 1,5% y de Ambato con el 1,47% según los valores estipulados por el censo poblacional 2010 elaborado por el INEC.

Tabla 5 Dimensión demografica (instrucción superior)

Sexo	Nivel de instrucción al que asiste o asistió	Grupos de edad	
		De 15 a 19 años	De 20 a 24 años
Hombre	Superior	1,123	3,487
Mujer	Superior	1,385	4,062
Total	Superior	2,508	7,549

Fuente: Redatan INEC(Censo de Población y Vivienda)
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Tabla 6 Dimensión demografica

VARIABLE	Descripcion Variable	2010	TCP	TCPA	2019
Sexo	Hombre/Mujer	91.860	1,47	13,23	94.740
Edad	15-24	24.000	1,47	13,23	26.880
Escolaridad	Superior	10.057	1,47	13,23	12.892

Fuente: Redatan INEC(Censo de Población y Vivienda)
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Nota: La proyección del año 2019 se calculó con la tasa de crecimiento poblacional estimado para la ciudad de Ambato en 1,47%, del cual se obtuvo datos de REDATAM de escolaridad superior para una edad de entre 15 a 24 años, que permite obtener datos mas concretos con respecto a la proyección hacia el 2019 del censo realizado por el INEC en el año 2010.

El mercado objetivo está constituido por hombres y mujeres, cuyas edades fluctúan entre 19 hasta 29 años de edad, que habitan en la zona urbana de la ciudad de Ambato. Se encuentra como mejor opción este rango de edad considerando el estilo de vida, esto genera a que las personas tienden a preocuparse por una alimentación balanceada y mantener una vida equilibrada y sana.

Según Berger (2015) mediante un estudio realizado por la revista Health People en el año 2015, se comprobó que, en la adultez temprana, considerada entre 19 a 29

años de edad, el 25% pasa grandes cantidades de tiempo fuera de su hogar, por lo que opta por comida rápida, pero trata de mantener un equilibrio, realizando ejercicio como: caminata, mientras que el 30% dedica 30 minutos al día a realizar una actividad física. Lo cual genera una tendencia que va en crecimiento hacia la mejora de las condiciones saludables.

Mientras que para Browman (2019) mediante un estudio realizado en Estados Unidos, los jóvenes, que oscilan en edades de entre 11 a 20 años tienden al consumo de comida rápida en mayor cantidad que personas de mayores edades. En la etapa de adultos, por el contrario, el consumo se orienta a bebidas sin azúcar, comida sin aditivos.

A su vez, para Ensanut (2013) el índice de consumo de comida rápida, bebidas azucaradas, snacks, en la población adolescente de 10 a 19 años es de 81,5% en comparación del total de la población, lo cual es una cifra muy alarmante, y el gobierno mexicano decidió actuar sobre este asunto. Creó un plan de alimentos comunitarios en el cual, la mayoría de establecimientos que distribuyen alimentos, deben dar una opción variada de alimentos saludables y que contengan grandes cantidades de nutrientes. Esta Campaña se la implemento en la mayoría de supermercados, restaurants, escuelas, colegios y universidades. Este Plan permitirá bajar en mayor cantidad los índices de consumo.

1.2.1.3. Plan de muestreo

Según Gamboa (2016) Las ventajas que radican en la simplicidad de su diseño, y la probabilidad de una selección de herramientas elaboradas y que tenga una disminución considerable de costos es el muestreo no probabilístico.

Es un método de gran utilidad por su fácil diseño y costos bajos. Donde se involucran probabilidades de cálculo de valores estimados en los objetivos de estudio y en el cálculo de intervalos de confianza. Facilitando que cada investigador alcance ciertas conclusiones respecto a la muestra esperada (Kotler & Armstrong, 2017)

Para el estudio del muestreo probabilístico se consideró que el investigador se permita estimar con mayor exactitud las características de la población.

Se utilizará la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{Z_2 * P * Q + Ne_2}$$

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)(12.892)}{1,96^2 * 0,5 * 0,5 + 12.892(0,05)^2}$$

$$n = \frac{12381,47}{168.4604}$$

$$n = 380 \text{ personas}$$

Tabla 7. Fórmula de la muestra

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	DATOS
N	Tamaño de la población	12.892
Z	Nivel de confiabilidad con el 95% de confianza	1,96
P	Probabilidad de ocurrencia	0,5
Q	Probabilidad positiva - negativa	(1-p) = 1-0,5=0,5
e	Error de la muestra	5%=0,05

Fuente: Investigador
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

$$PO = \frac{12892}{380}$$

$$PO=33,92$$

El dato del tamaño de la población corresponde al promedio de personas que se muestra en (Tabla 8), valor que se obtiene al dividir el PEA para 4 que es el número promedio de personas que consumen bebidas de estas características.

1.2.1.3.1. Planteamiento de objetivos

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un Plan de Negocios para la elaboración y comercialización de bebidas elaboradas a partir de Flor de Jamaica, en la ciudad de Ambato.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado que defina las preferencias gustativas y nutricionales de los clientes potenciales hacia la bebida de Flor de Jamaica en la ciudad de Ambato. demanda insatisfecha (estudio de mercado)
- Determinar el estilo de vida y los hábitos alimenticios de los consumidores de bebidas en Ambato.
- Establecer las estrategias necesarias para satisfacer las demandas futuras de bebidas naturales y saludables de calidad (Bebidas Mirafior) en la ciudad de Ambato y regiones aledañas.

Tabla 8. Cuadro de necesidades objetivo 1

Objetivo específico 1: Realizar un estudio de mercado que defina las preferencias gustativas y nutricionales de los clientes potenciales hacia la bebida de Flor de Jamaica en la ciudad de Ambato.

Necesidades de Información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
----------------------------	---------------------	---------	--------------

Demanda y mercado potencial	Secundaria	Estudio de segmentación	Sistema de información
Preferencias gustativas y nutricionales	Secundaria	Internet, informes de la Competencia	Bases de datos
Competencia existente	Secundaria	Internet	Banco de datos

Fuente: Investigador
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Tabla 9. Cuadro de necesidades objetivo 2

Objetivo específico 2: Determinar el estilo de vida y los hábitos alimenticios de los consumidores de bebidas en Ambato.

Necesidades de Información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Hábitos alimenticios en Ambato	Secundaria	Internet	Bases de datos e investigaciones anteriores
Preferencias en bebidas	Secundaria	Internet	Bases de datos e investigaciones anteriores
Estado nutricional	Secundaria	INEC	Bases de datos

Fuente: Investigador
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Tabla 10. Cuadro de necesidades objetivo 3

Objetivo específico 3: Establecer las estrategias necesarias para satisfacer las demandas futuras de bebidas naturales y saludables de calidad (Bebidas Miraflores) en la ciudad de Ambato y regiones aledañas.

Necesidades de Información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Estrategias de producción y marketing	Secundaria	Internet	Investigaciones previas
Estimaciones de demanda futura	Secundaria	Internet	Bases de datos
Proyecciones de la competencia	Secundaria	Internet	Bases de datos
Concientización sobre el cuidado de la salud a futuro	Primaria	Consumidores	Encuestas

Fuente: Investigador
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

1.2.1.3.2. Diseño y recolección de información

DESARROLLO DE INSTRUMENTOS

Información secundaria

- Sistema de información

NECESIDAD 1:

ESTUDIOS DE DEMANDA Y MERCADO POTENCIAL

Para Rivera & Garcillan (2012) La demanda está conformada por el conjunto de deseos y necesidades que presenta el mercado en relación a un bien o servicio determinado, estas consideraciones buscan lograr un impacto hacia los costos finales y de venta al consumidor, con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

Estos estudios están determinados por varios factores, entre los que se pueden nombrar la población, preferencias personales, hábitos de consumo, nivel de ingresos, factores externos,

En su trabajo Benavides & Moreno (2017) analizaron una proyección de demanda hacia una bebida alcohólica elaborada a base de Flor de Jamaica, obteniendo un

valor de aproximadamente 8 millones de litros para el año 2019, dato que arrojó gran aceptación y crecimiento frente al de dos millones de litros en el 2011, para una bebida elaborada a base de esta planta.

Por otro lado, Rivera (2015) encontró que a pesar de que las infusiones de Flor de Jamaica no tienen un alto nivel de comercialización en el mercado ecuatoriano, la demanda existente está enfocada hacia marcas ya posicionadas en el mismo sector, pero empleando especies como manzanilla, anís y hierbaluisa.

1.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se recolectó información mediante una encuesta realizada a un sector determinado de la región centro del Ecuador, y se analiza los resultados, y tomar en referencia el número de personas encuestadas para el nivel respectivo de porcentajes.

Pregunta 1: Del siguiente listado de bebidas, indique ¿Cuál es su preferida?

Tabla 11. Pregunta 1

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1.1. Bebidas gaseosas	190	50%
1.2 Jugos nutritivos	91	24%
1.3. Agua mineral	48	10%
1.4. Bebidas energizantes	38	6%
1.5. Té envasado	13	10%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

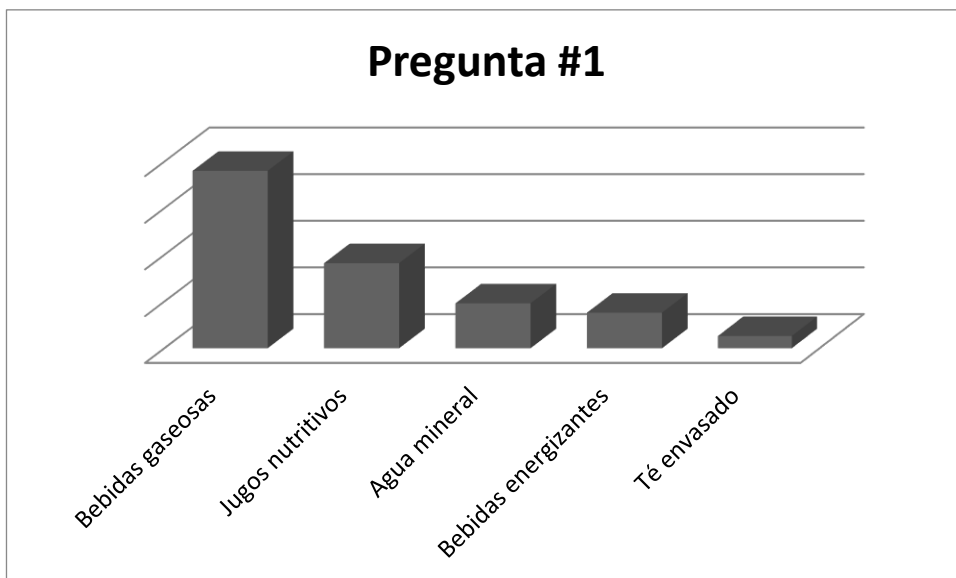


Grafico 1. Pregunta #1

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Análisis:

Las preferencias en cuanto al tipo de bebida corresponden los siguientes resultados. Bebidas gaseosas 50%, jugos nutritivos el 24%, agua mineral el 10%, bebidas energizantes el 6%, te embazado el 10%.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos, las bebidas que predominan son las gaseosas y jugos, puesto que son productos que responden a los gustos de los consumidores respecto a hidratación y sabor.

Pregunta 2: Con qué frecuencia consume bebidas embotelladas?

Tabla 12. Pregunta 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1.1. Diariamente	231	62%
1.2 Dos veces por semana	59	20%
1.3. Cada 15 días	50	14%
1.4. Una vez al mes	20	2%
1.5. Ocasionalmente	20	2%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

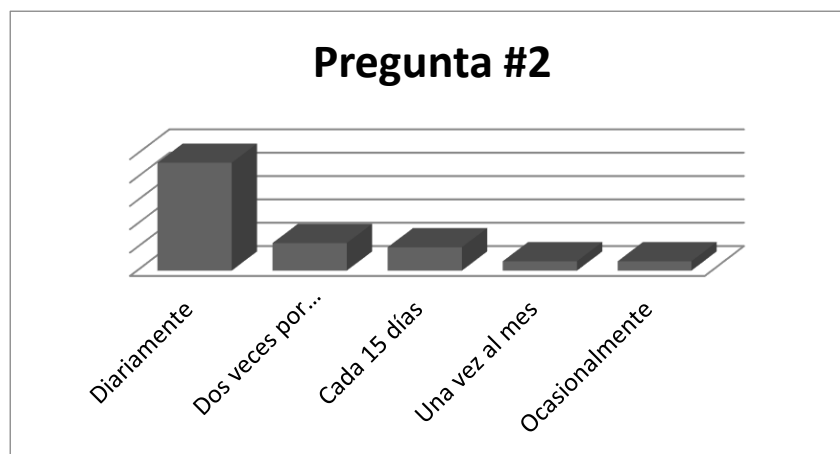


Gráfico 2. Pregunta # 2

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Análisis:

En la pregunta a cerca de la frecuencia de consumo del total de encuestados, 62% consume bebidas diariamente, el 20% dos veces por semana, el 14% cada 15 días, el 2 % una vez al mes y el 2% ocasionalmente.

Interpretación:

Con lo cual se puede concluir que existe un consumo diario en los consumidores y aceptación en cuanto a bebidas, lo cual representa una oportunidad para la nueva bebida.

Pregunta 3: Que envase le gustaría para una bebida de infusión de Flor de Jamaica?

Tabla 13. Pregunta 3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1.1. Tetrapack	78	10%
1.2 Botella de Vidrio	168	68%
1.3. Botella plástica	88	16%
1.4. Lata	46	6%
1.5. Ninguna	0	0%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

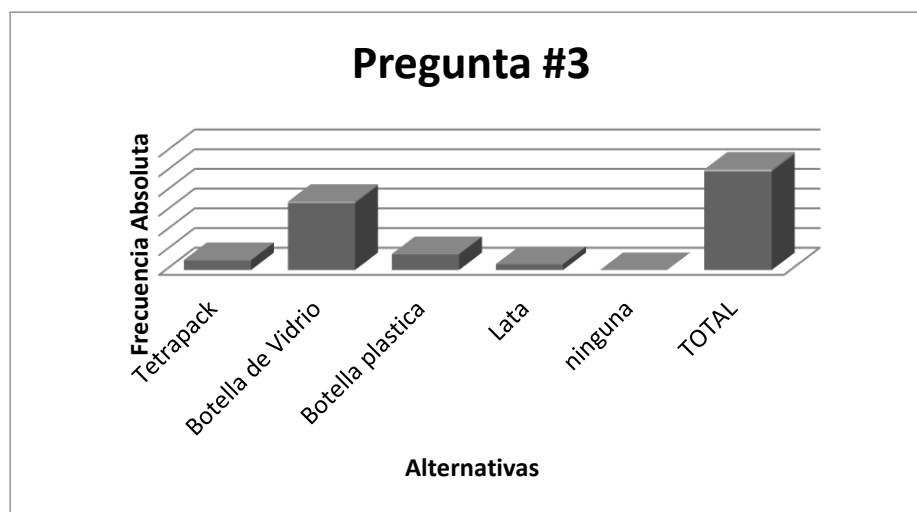


Gráfico 3. Pregunta #3

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Simisterra P.

Análisis:

El mayor porcentaje de los encuestados respondió que el empaque que desean respecto a la bebida es de vidrio con un 68%, el 10% optan por Tetrapack, el 16% elige botella de plástico, y un 6% en lata, y un 0% opto por no elegir ninguna.

Interpretación:

El tipo de empaque que predomina es la botella de vidrio, probablemente por la facilidad en cuanto al uso del producto. Considerando estos resultados, la interrogante ayudaría en el desarrollo del proyecto, puesto que permite analizar cuál de las siguientes presentaciones sería más adecuada para ofertar el producto.

Pregunta 4: Como calificaría la relación calidad precio del producto?

Tabla 14. Pregunta 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1.1. Excelente	284	68%
1.2. Por encima del promedio	48	16%
1.3. Promedio	18	8%
1.4. Por debajo del promedio	16	6%
1.5. Mala	13	2%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paul Simisterra

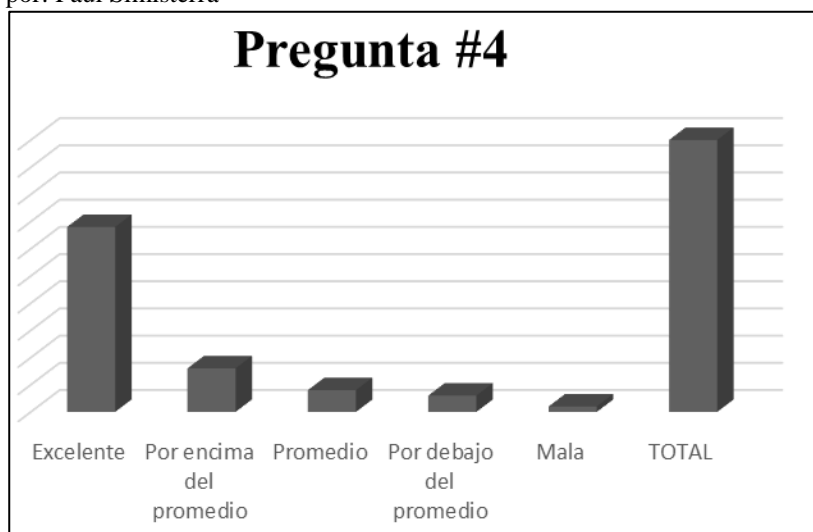


Grafico 4. Pregunta #4

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Simisterra P.

Análisis:

En cuanto a la relación calidad precio del producto se observa que el mayor porcentaje indica que es excelente, con un 68%, 16% encima del promedio, 8% promedio, 6% por debajo del promedio y solo el 2% (una persona) indicó que la relación es mala.

Interpretación:

Se determina que la relación calidad producto, se debe mantener, para poder tener un margen correcto en cuanto a la cantidad de clientes que la empresa pueda tener.

Pregunta 5: Como calificaría la calidad del producto?

Tabla 15. Pregunta 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1.1. Muy alta calidad	137	60%
1.2. Alta Calidad	84	18%
1.3. Ni alta, ni baja	77	10%
1.4. Baja Calidad	82	12%
1.5. Muy baja calidad	0	0%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paul Simisterra

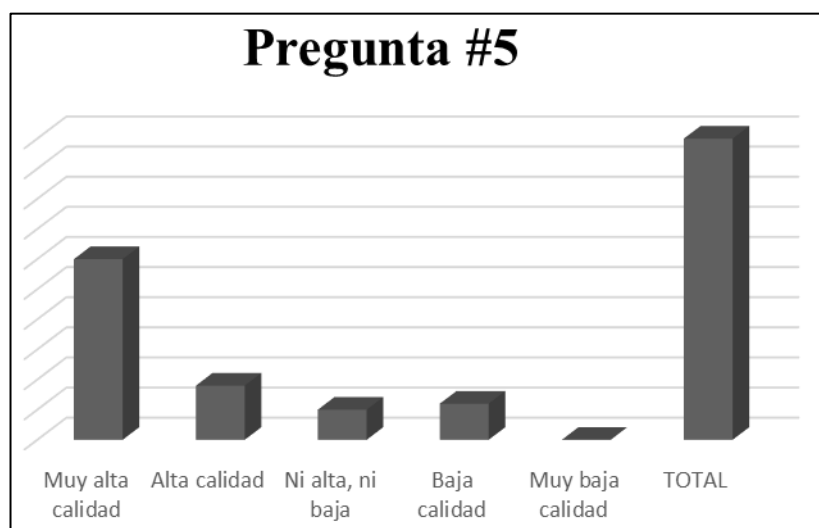


Gráfico 5. Pregunta #5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Simisterra P.

Análisis:

En referencia a la calidad del producto se presentaron resultados favorables, ya que, el 60% indicó “muy alta calidad”, el 18% alta calidad, 12%, ni alta ni baja, u 0% baja calidad.

Interpretación:

Se determina que es importante para la empresa, mantener la calidad de cada uno de los productos que la empresa ofrece, y a su vez, mejorar para satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes, y así obtener gran cantidad de clientes.

Pregunta 6: La bebida de infusión de flor de Jamaica satisface sus necesidades?

Tabla 16. Pregunta 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1.1. Completamente	225	70%
1.2. Parcialmente	82	8%
1.3. Casi siempre	27	6%
1.4. No tan bien	46	16%
1.5. De ninguna manera	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta
por: Simisterra P. (2019)

Elaborado

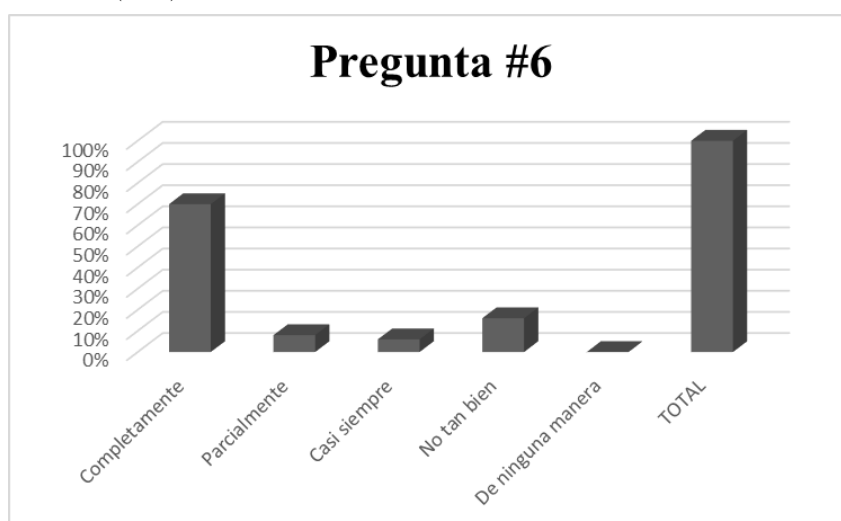


Gráfico 6. Pregunta #6

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Simisterra P.

Análisis:

En cuanto a la satisfacción de las necesidades de los clientes referente a lo que ofrece la bebida de infusión de Jamaica se observa que el 70% de los encuestados afirma que esta bebida es capaz de satisfacer las necesidades de estos, mientras que un 8% dice que de manera parcial cumple las necesidades, un 6% piensa que no tan bien.

Interpretación:

Es importante tomar en cuenta que si bien la mayoría piensa que la bebida es capaz de satisfacer las necesidades, existe un porcentaje medio en el que se observa no

tan bien se cumplen estas necesidades, por lo tanto se debe realizar algún tipo de estrategia con la finalidad de reducir ese porcentaje que no esta conforme.

Pregunta 7: Cuantas botellas de agua ud consume a la semana ?.

Tabla 17. Pregunta 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1.1.	1	0
1.2	2	6%
1.3.	3	23%
1.4.	4	14%
1.5.	5	12%
1.6	6	23%
1.7	7	14%
1.8	8	8%
1.9	9	0%
1.10	10	0%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

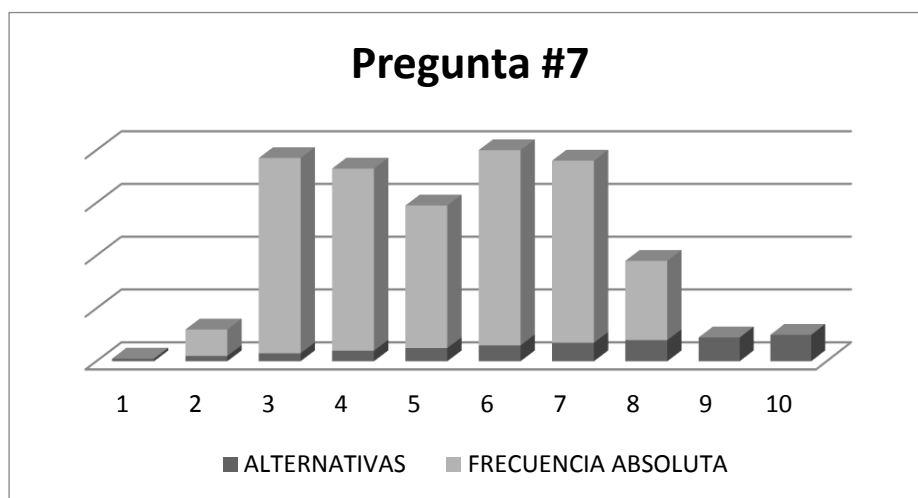


Gráfico 7. Pregunta #7

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Simisterra P.

Análisis:

A través del grafico presentado se puede observar que el 44% de las personas encuestadas afirma que consume la bebida todos los días, mientras que un 29% de estos asegura que 5 veces a la semana ingiera esta bebida, un 15% asegura tomarla

1 vez por semana, y por ultimo con un 13% los encuestados afirman tomarla por lo menos 2 veces por semana.

Interpretación:

Los resultados obtenidos son muy favorables debido a que las personas consumen con frecuencia la bebida, lo cual genera una mayor venta y producción, es necesario tomar en cuenta los porcentajes y de alguna manera intentar aumentarlos para que exista aun mayor producción y crecimiento.

Pregunta 8: Qué medio de comunicación Ud. maneja continuamente.?

Tabla 18. Pregunta 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1.1. Instagram	143	46%
1.2 Facebook	132	44%
1.3. LinkedIn	63	6%
1.4. Televisión	21	2%
1.5. Radio	21	2%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

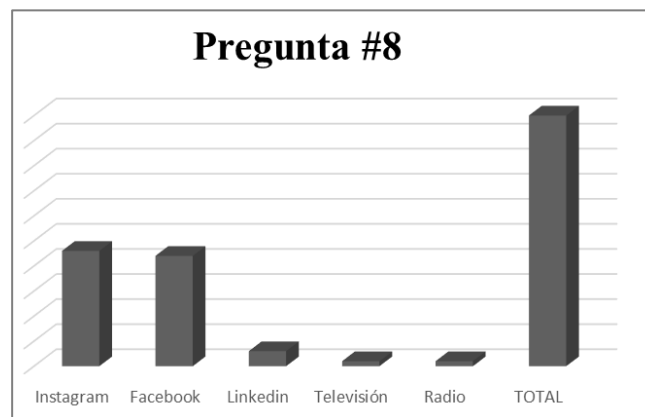


Grafico 8. Pregunta #8

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Simisterra P.

Análisis:

Referente a los medios por los cuales la marca tuvo mayor reconocimiento, los encuestados afirman con un 46% que conocieron la marca a través de Instagram,

mientras que un 44% afirma que lo ha hecho a través de Facebook, un 6% por medio de LinkedIn, un 2% por medio de la televisión y otro 2% a través de la radio.

Interpretación:

Se debe resaltar con mayor importancia los dos medios por los cuales se ha dado a conocer aun mas la marca, dado que Instagram y Facebook se presentan como las mas efectivas al momento de exponer la marca, por lo que introducir mayores estrategias para crecer aun mas a través de estos medios.

Pregunta 9: Recomendaría la bebida de infusión de flor de Jamaica a sus familiares y/o amigos ?

Tabla 19. Pregunta 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1.1. Muy recomendado	198	52%
1.2. Recomendado	162	44%
1.3. Posiblemente	20	4%
1.4. Prefiero otros productos	0	0%
1.5. De ninguna manera	0	0%
TOTAL	380	100%

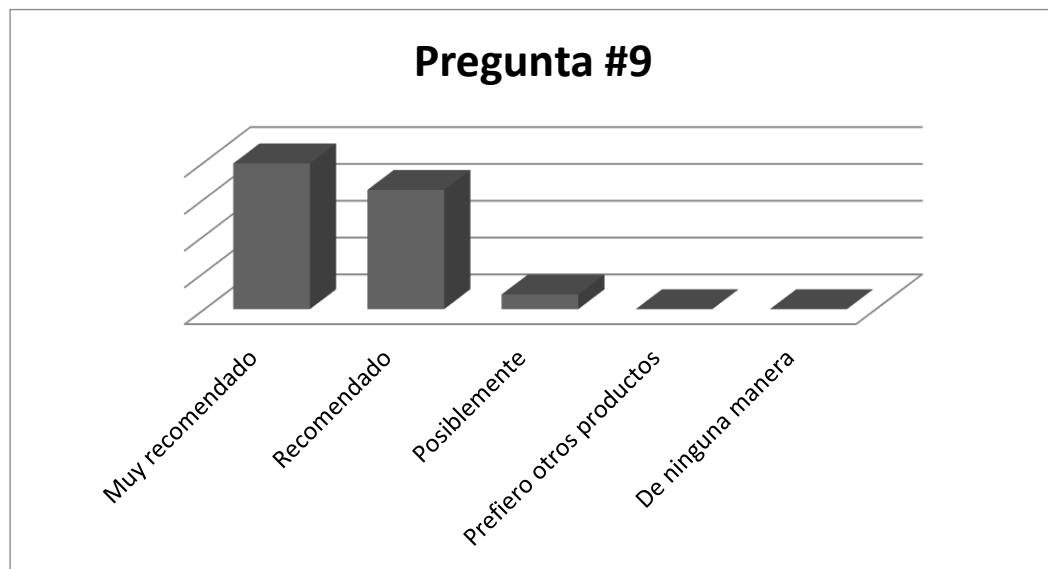


Grafico 9. Pregunta #9

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Simisterra P.

Análisis:

Referente a la encuesta realizada se puede observar que los encuestados afirman con un 52% que la bebida sería muy recomendada, con un 44% afirman que recomendarían la bebida y por ultimo con un 4% dicen que posiblemente recomendarían esta bebida.

Interpretación:

Sin duda alguna los resultados obtenidos se presentan de manera muy favorable puesto que casi en la totalidad de los encuestados afirman que recomendarían la bebida a cualquier persona que conozcan.

Pregunta 10: Con qué facilidad puede conseguir el producto?

Tabla 20. Pregunta 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1.1. Muy fácil	181	46%
1.2. Facilmente	120	38%
1.3. Regularmente	43	8%
1.4. Poco complicado	18	4%
1.5. Muy complicado	18	4%
TOTAL	380	100%

Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Fuente: Encuesta

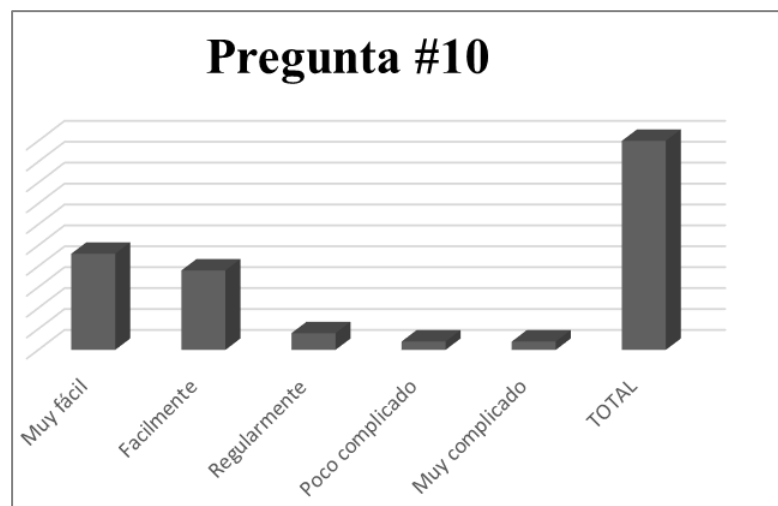


Grafico 10. Pregunta #10

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Simisterra P.

Análisis:

Con respecto a la facilidad para poder conseguir el producto, se observa que el 46% de los encuestados afirman que de manera muy fácil lo pueden conseguir, un 38% piensa que fácilmente se consigue, un 8% afirma que regularmente se puede conseguir el producto, mientras que con 4\$ unos afirman que es poco complicado y otro 4% asegura que es muy complicado.

Interpretación:

Los porcentajes obtenidos hacen referencia a la facilidad que tiene el producto para ser conseguido, sin embargo, es importante resaltar los últimos porcentajes, debido a que algunos piensan que es muy complicado conseguirlo, por lo tanto, se debe establecer alguna estrategia que facilite la adquisición del producto.

1.3.1. Demanda potencial

De acuerdo a la encuesta realizada a 50 personas en la cadena de supermercados “Megamaxi” de la ciudad de Ambato, se recoge la siguiente información: se establece que la principal bebida apreciada por la colectividad con un 50% recae en las bebidas gaseosas y la frecuencia de consumo de bebidas embotelladas es 62% los individuos prefieren que la botella en la que sea envasado el producto flor de Jamaica sea en vidrio más del 60% así lo afirma, la relación entre la calidad y el precio del producto el 68% lo que corresponde a 34 personas, por ende la calidad del producto aborda el 60% y la satisfacción y está completamente de acuerdo con 70% , la frecuencia de consumo de la bebida es de 44%, la mayoría de encuestados conocieron el producto mediante la red social isntagram seguida de facebook, añadiendo que recomiendan el producto a familiares y amigos más del 50%

Para el cálculo de la proyección de la demanda se toma a consideración la tasa de crecimiento 2019 donde se conoce que La economía de Ecuador sufrió una significativa desaceleración durante el 2019 y se proyecta sólo 0,012.

Por medio de la encuesta y con la tasa de crecimiento que asciende a 0,012 en el presente año se determina la demanda. De acuerdo a la encuesta se determina que la demanda proyectada del producto será en promedio más del 50% del total de la demanda para esta segmentación de producto Para el caculo de la demanda se

realiza en base a la pregunta que trata de la recomendación que el consumidor hará a familiares y amigos proyectándose de la siguiente manera

Tabla 21. Proyección de la demanda (Promedio Simple)

Valor Refencial	→	Estudio Segmentación
AÑOS		PROYECCIÓN
2017		12.876
2018	↑	12.884
2019		12.892
Σ		38.652
2020		12.884

Fuente: investigador

Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Nota: El metodo utilizado es de pronostico simple, el cual consiste en atenuar los datos obteniendo la media aritmética de un determinado número de datos historicos y así obtener un pronóstico para el siguiente periodo.

Este calculo tambien contempla la dimensión que podra tener un periodo del cual será usado para calcular el promedio, ya que mientras mas largo sea el periodo que se utilíce, mas suavizado será el resultado, y observaremos una tendencia en la demanda.

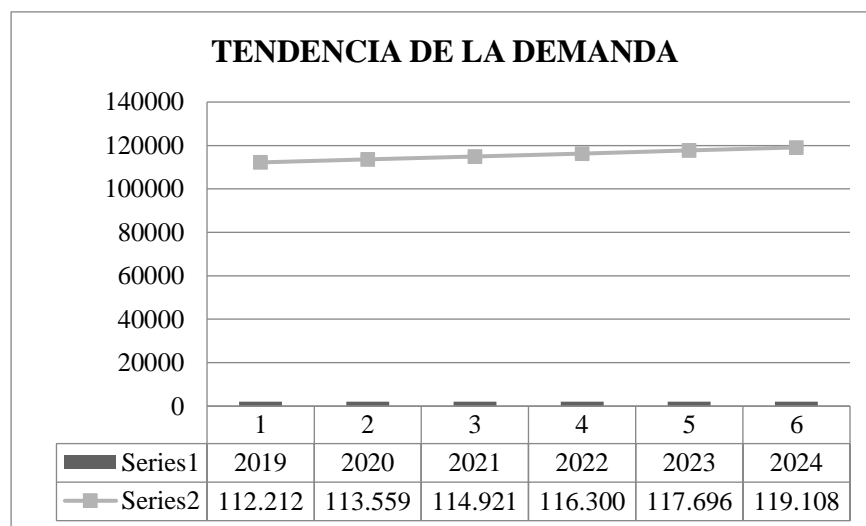


Grafico 11. Demanda Proyectada

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Simisterra P.

1.4. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Considerando que mediante la encuesta se determina la cantidad de productos que se debe ofertar con consideración que cantidad de oferta que se cree se va a obtener

Mediante la estructuración de este plan de negocios se estableció una proyección para los siguientes 5 años tomando en cuenta el crecimiento poblacional. Para la proyección de la oferta se debe considerar el % de crecimiento de la población y más el total de demanda proyectada incrementando un 5% del producto para que los puntos de venta siempre tengan stock

Si se considera que para el año 2019 la cantidad proyectada es de 112212 unidades con un incremento de la tasa poblacional de 0,012 y como política se necesita que este porcentaje del producto un 5% de la oferta

Tabla 22. AquaLive

Producto	Empresa	Unidades vendidas x semana	PVP	Oferta mensual	Ingresos estimados
Agua de Jamaica (AquaLive)	Megamaxi	30	\$1,98	120	\$237,60
	Supermaxi	20	\$1,98	80	\$158,40
	Mi comisariato	15	\$1,98	60	\$118,80
	Santa María	10	\$1,98	40	\$79,20
	Emprovit	15	\$1,98	60	\$118,80
Total		90		360	\$712,80

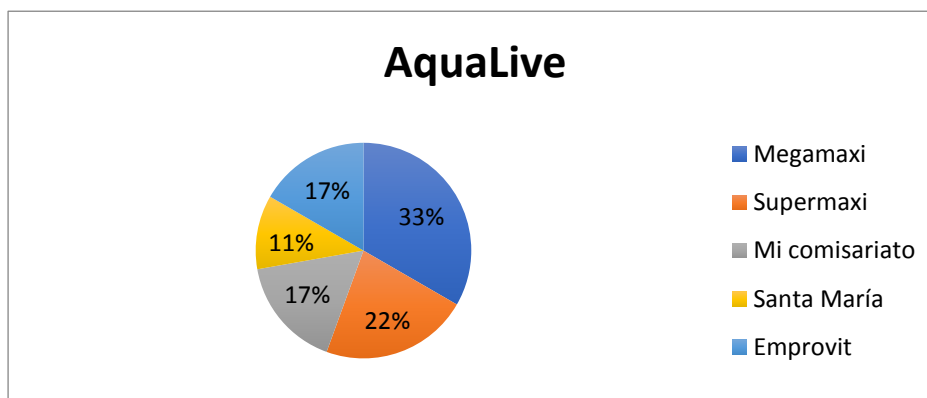


Gráfico 12. AquaLive

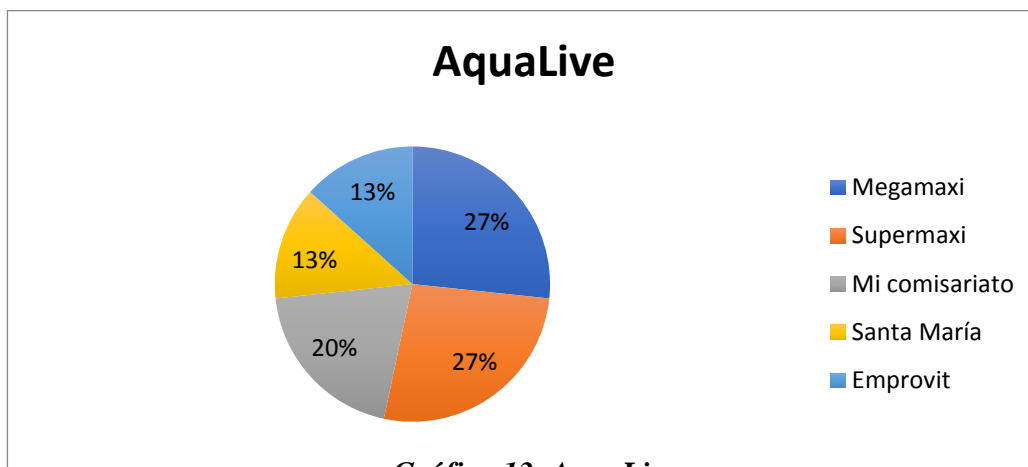


Gráfico 13. AquaLive

Tabla 23. Fuze téa

Producto	Empresa	Unidades vendidas x semana	PVP	Oferta mensual	Ingresos estimados
Fuze téa	Megamaxi	70	\$1,50	280	\$420,00
	Supermaxi	60	\$1,50	240	\$360,00
	Mi comisariato	70	\$1,50	280	\$420,00
	Santa María	30	\$1,50	120	\$180,00
	Emprovit	30	\$1,50	120	\$180,00
Total		260		1040	\$1.560,00

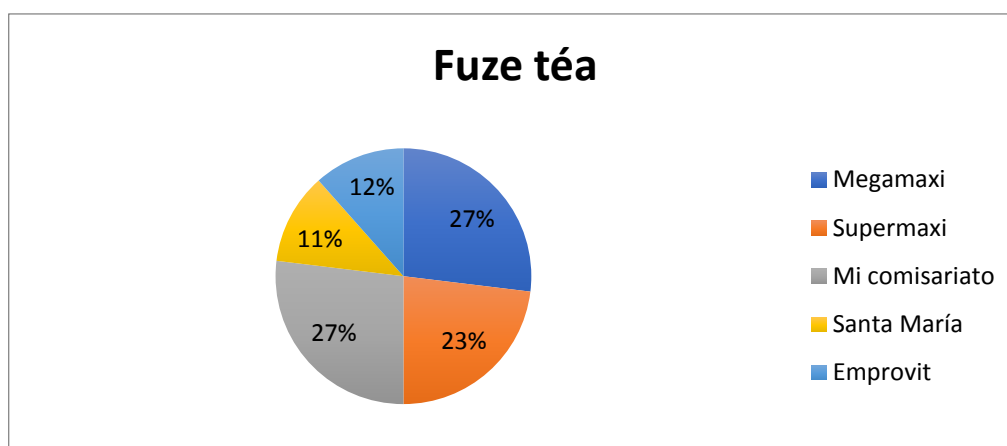


Gráfico 14. Fuze téa

Tabla 24. Matchá

Producto	Empresa	Unidades vendidas x semana	PVP	Oferta mensual	Ingresos estimados
Matchá	Megamaxi	20	\$2,00	80	\$160,00
	Supermaxi	20	\$2,00	80	\$160,00
	Mi comisariato	15	\$2,00	60	\$120,00
	Santa María	10	\$2,00	40	\$80,00
	Emprovit	10	\$2,00	40	\$80,00
Total		75		300	\$600,00

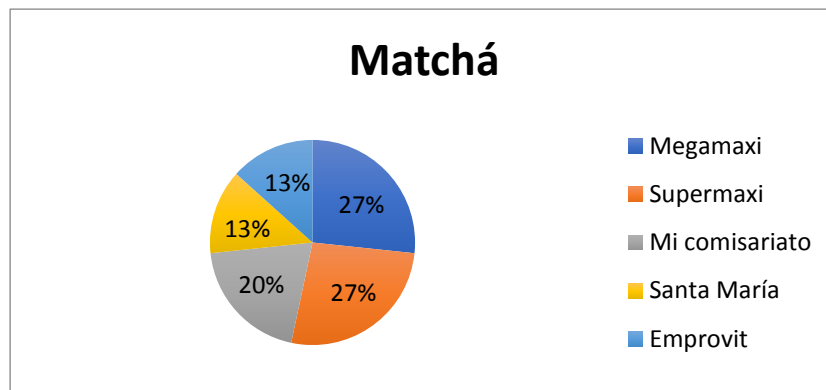


Gráfico 15. Matchá

Tabla 25. Refresh

Producto	Empresa	Unidades vendidas x semana	PVP	Oferta mensual	Ingresos estimados
Refresh	Megamaxi	40	\$2,10	160	\$336,00
	Supermaxi	10	\$2,10	40	\$84,00
	Mi comisariato	40	\$2,10	160	\$336,00
	Santa María	20	\$2,10	80	\$168,00
	Emprovit	20	\$2,10	80	\$168,00
Total		130		520	\$1.092,00

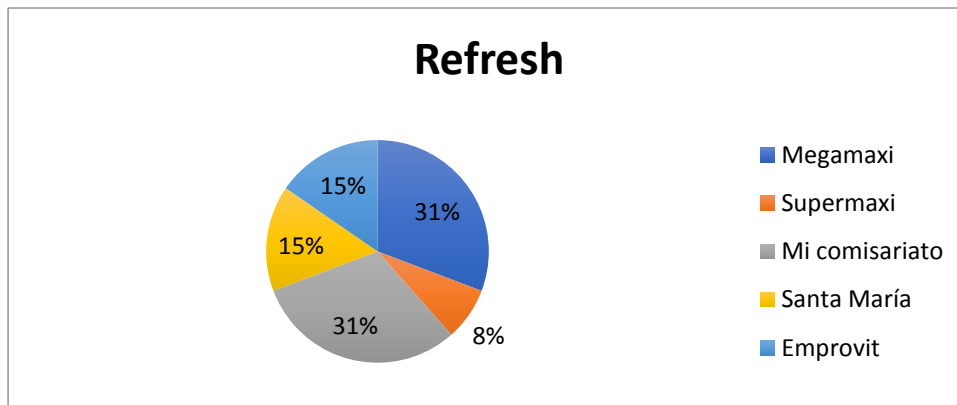


Gráfico 16. Refresh

Tabla 26. Puntos de venta (competencia)

Prod	Merc	Megamaxi		Supermaxi		Mi comisariato		Santa María		Emprovit		Total		PVP	Ingresos estim. (mensual)	Ingresos estim. (anual)	
		semanal	anual	semanal	anual	semanal	anual	semanal	anual	semanal	anual	semanal	anual				
AquaLive		30	1440	20	960	15	712	10	480	15	720	90	4320	1,98	712,8	8553,6	
Fuze Téa		70	3360	60	2880	70	3360	30	1440	30	1440	260	12480	1,5	1560	18720	
Matcha		20	960	20	960	15	720	10	480	10	480	75	3600	2	714,8	8577,6	
Refresh		40	1929	10	480	40	1920	20	960	20	960	130	6240	2,1	1092	13104	
												Total	555	26640	Total	4079,6	48955,2

Fuente: investigador

Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Nota: Se realizó una investigación en los principales puntos de distribución de la ciudad de Ambato, en el cual se pudo obtener datos de la oferta de los principales productos competidores, que permite analizar el posicionamiento que tienen en el mercado.

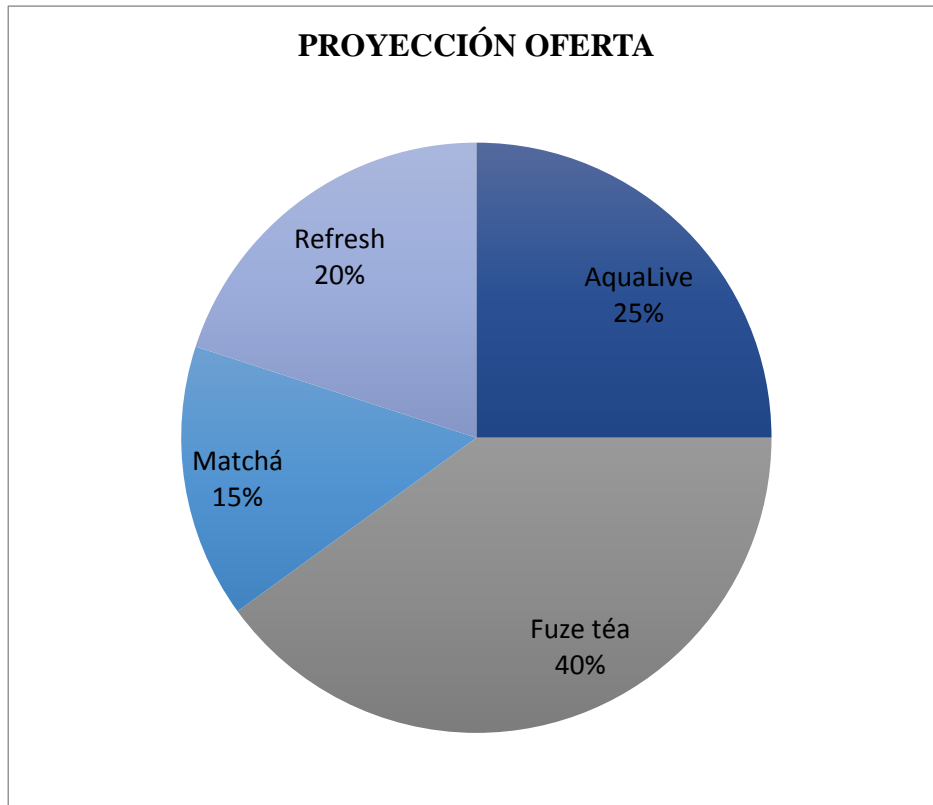


Gráfico 17. Proyección oferta

Tabla 27. Calculo Sigma

Pregunta #7	
Vmin	2
Vmax	8
Total	10
σ	5

$\sigma * 48$

$5 * 48$

Total = 240

Fuente: investigador
 Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Nota: El comportamiento del mercado oscila en mayor indice por la oferta a diferencia de la demanda. La oferta se enfoca en la disponibilidad del producto dentro de un mercado.

Los valores de oferta y demanda nos permitiran analizar cual es el punto de equilibrio y enfocarse en la curva de tendecia que tendría la misma.

1.5. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Tabla 28. Demanda potencial insatisfecha

Oferta 2019 (D – O)

Oferta Unidades		Oferta \$	
Oferta	26.640	Oferta	47.580
Demanda	12.892	Demanda	12.892
Total	13.748	Total	34.688

Fuente: investigador

Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Tabla 29. Demanda potencial insatisfecha

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI / AÑO(unidades)	DPI / \$
2019	12.892	26.640	13.748	\$27.221,04
2020	13.000	27.056	12.056	\$23.870,88
2021	14.000	28.250	12.250	\$24.255,00
2022	15.000	32.584	12.584	\$24.916,32
2023	16.000	36.709	12.709	\$25.163,82
2024	17.000	40.900	12.900	\$25.542,00

Fuente: investigador

Elaborado por: Simisterra P. (2019)

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

Un punto importante en la constitución de este estudio es la publicidad, puesto a que, la misma tiene como objetivo principal dar información, de manera que el mercado potencial reconozca el producto de manera inmediata, sus beneficios y características.

La forma en la cual se dará a conocer la bebida natural es la siguiente:

- Afiches
- Hojas volantes

- Banners
- Medios de Comunicación (escucha y escrito)
- Relaciones Públicas y acciones BLT (below the line o no convencional)
- Redes Sociales:
 - a) Facebook: BebidasMiraflor (Flores y Fruto) (Ambato)
 - b) Instagram: @BebidasMiraflor (Flores&Fruto)
 - c) WhatsApp: 0998293768
 - d) Twitter: @Miraflor F&F

De acuerdo con los autores los medios de difusión no convencionales o BTL incluyen inversiones publicitarias en cuanto a mailings, folletos, marketing telefónico, publicidad en el punto de venta, ferias, catálogos, boletines, guías, redes sociales, etc.

1.6.1. Estrategia de medios

Tabla 30. Estrategias de medios

Objetivo: Estimular a los potenciales clientes a comprar el producto, comunicando los beneficios, precio, promociones.

Medios Publicitarios	Objetivos	Estrategias	Proyectos estratégicos	Presupuesto / tiempo	Responsable
Redes Sociales	Mantener al público informado sobre las novedades de las bebidas.	Utilización de redes sociales para la aplicación del CRM (Customer relationship management)	Desarrollo de aplicaciones web, mediante el uso de instrumentos publicitarios digitales. Monitoreo y seguimiento continuo sobre en número de visitas que realicen los cibernautas.	Enero 2019 (150,00)	Vendedor
Página Web	Establece r vínculos para	Implementación de una página web	Diseño de la página web empleando la filosofía y el Branding.	Enero 2019 (800,00)	Administrador

Relaciones públicas	negocios para negocios e interacción con los usuarios mediante la oferta de nuevos productos	para promoción de productos e información atractiva.	Actualización frecuente los contenidos de la página.		
	Captar clientes a través de la degustación de las bebidas en eventos, ferias, plazas, centros comerciales y otros.	Participación y promoción de las bebidas en eventos o ferias.	Levantamiento de información sobre eventos en los que la empresa pueda participar.		
			Desarrollo de cronograma y planificación de trabajo para cada evento. Diseño de brochures aplicando Branding Diseño de brochures aplicando Branding	Enero 2019 (160,00)	Vendedor

Fuente: investigador
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

1.6.2. Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución)

Luego del análisis de los diferentes canales de distribución, la conclusión es que el canal cumpla con las necesidades y características que la empresa Bebidas Miraflor requiera para la distribución de sus bebidas y para satisfacer a sus consumidores. Sin embargo, también se considera adecuado el canal directo (fabricante a consumidor final) para las bebidas de Flor de Jamaica.

De modo que los consumidores asisten al distribuidor, que en este caso son los Tiendas, micro mercados, supermercados, para adquirir el producto. Los canales de

distribución proporcionan grandes beneficios, por ello es imprescindible seleccionar el canal que esté más acorde a las necesidades de la empresa.

Pueden existir varios niveles de intermediarios entre un fabricante y el consumidor final; sin embargo, la empresa ha reducido a un nivel de intermediarios a causa de los beneficios que este sistema ofrece, entre los cuales están:

Los distribuidores hacen posible que el producto pueda estar a disposición del consumidor y en el momento oportuno a fin de lograr su mayor satisfacción.

Otra de las ventajas radica en que los intermediarios como (tiendas, micro mercados, supermercados) tienen contacto directo con los consumidores lo cual les permite conocer sus gustos y preferencias; y con ello pueden realizar de una forma más eficiente la venta del producto.

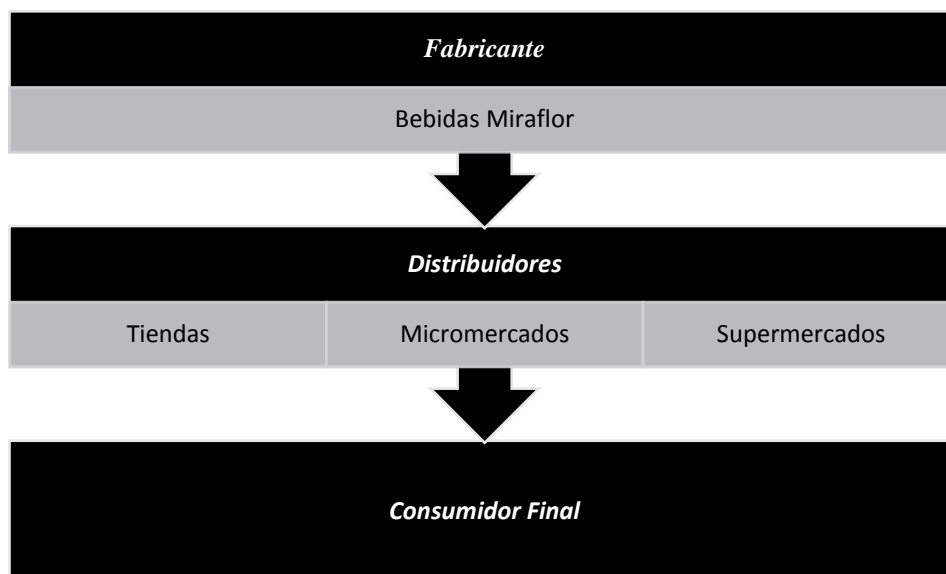


Grafico 18. Canales de distribución

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paul Simisterra

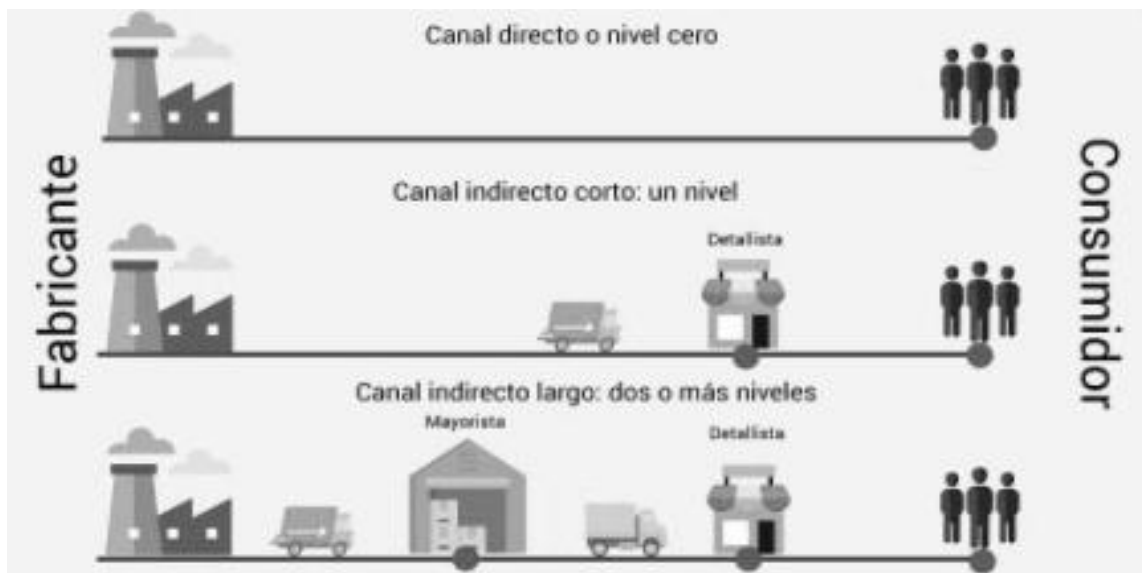


Grafico 19. Ccanales de distribución

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paul Simisterra

El gráfico anterior muestra el sistema de comercialización a utilizarse, el cual comprende la distribución a centros naturistas, supermercados y tiendas, puesto que la investigación de mercado identificar qué estos son los lugares en los que los consumidores desean adquirir el producto.

Las estrategias a seguir en cuanto a la distribución del producto, incluyen:

- Utilización de un canal simple y directo entre distribuidores estratégicos y el destinatario final.
- Seguimiento de los distribuidores para así proveer la cantidad necesaria de las bebidas a fin que la bebida esté disponible cuando el consumidor la demande.
- Establecer una buena relación con los distribuidores es elemental pues las ventas y ganancias en cierta medida dependen de la capacidad de los intermediarios para impulsar la venta de las bebidas, por ello se debe mantener una buena comunicación y llegar a acuerdos sobre políticas de precio, crédito

Tabla 31. Distribuidores

Objetivo: Lograr que el producto esté disponible y accesible para el mercado objetivo, y mediante alianzas estratégicas con distribuidores optimizar costos de comercialización.

Objetivo	Estrategias	Proyectos estratégicos	Presupuesto / tiempo	Responsable
Evaluar las aptitudes de los intermediarios, para una selección de los más adecuados con los objetivos de la empresa	Búsqueda y selección de intermediarios que permitan que el producto esté a disposición de los consumidores	Contacto con los distribuidores o intermediarios con los cuales se pueda plantear negociaciones. Alianzas estratégicas con los distribuidores en cuanto a precios, políticas de crédito. Monitoreo y seguimiento sobre la satisfacción de los clientes.	Enero 2019 (50,00)	Vendedor
Facilitar una adecuada cobertura, mediante la mejor utilización de los recursos en el traslado de los producto.	Plan de rutas para realizar la distribución directa para los clientes, que permita	Esquema del flujo del proceso para la distribución. Programa de rutas en conformidad con el sector en que se encuentran los distribuidores	Enero 2019 (50,00)	Administrador /Vendedor

Fuente: Investigador

Elaborado por: Paul Simisterra

1.7. SEGUIMIENTO DE CLIENTES

Es fundamental tener un seguimiento de nuestros clientes, por lo cual se dispondrá de una base de datos de los mismos, con la información más relevante.

Un buen manejo del historial de los clientes, nos asegura mejorar la confianza hacia los mismos, así, de esta manera se puede mantener un control y orden de la información que tenga a la disposición al momento de agendar o rescatar algún tipo de información de manera inmediata y agil.

Tabla 32. Seguimiento de clientes

Seguimiento de Clientes				
Código	Nombre	Dirección	Teléfono	Correo Electrónico
a1b1	Emprovit	Sucre s/n y Olmedo	0997457594	SeguraEmpro78@gmail.com
a2b2	Comma	Montalvo y Bolívar	0984352738	Astudillori2@hotmail.com
a1b2	Tienda "Montalvo"	Montalvo y Bolívar	0998324244	lyly22@gmail.com
	Destuidora "La			
a2b3	auténtica"	Daquilema y Capelli	0993650403	cesarcaizat@gmail.com
a2b4	"Dona Patty"	Guaytambos s/n y los datiles	0987465739	villacis.andrea@yahoo.es
a1b4	"El Jardín"	Guaytambos s/n y avellanas	0998423244	ivonecito@hotmail.com, alexandra.alcivar.aguirre@gmail.c
a2b5	"Tienda verde"	Guaytambos s/n y babacos	0985937462	om
a1b5	Bar UTI	Agramontes y Manuela Saenz Manuela Saenz y Remigio	0996739222	nicolastisalema@outlook.com>
a2b6	Bar PUCE	Crespo	0998693739	alitacaiza@gmail.com>
a1b6	Bar UTA	Av. Chasquiz y Rio Payamino	0998879402	tamayoerick78@yahoo.es>
a2b7	"Don Zura"	Victor Hugo y De la cuadra	0998899331	skrlot_1984@hotmail.com,
a1b7	"El kioskito"	Av. Chasquiz y rio Cutuchi	0976573884	myriammaliza@hotmail.es,
a2b8	"Ponche suizo"	Av. Chasquiz y rio papallacta	0984284950	xlrjimenez1990@hotmail.com
a1b8	"Mocka"	Av. Chasquiz y rio Cutuchi	0981123758	effmalanec@hotmail.com,

Fuente: Investogador

Elaborado: Paúl Simisterra

1.8. ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS.

En caso de que la bebida de infusión de Flor de Jamaica no tenga una acogida prevista en el mercado, se planea varias alternativas, la cual se pretende mantener la misma línea de las bebidas naturales, como las plantas: Manzanilla, Romero, Laurel, Llantén, Cedrón, Canela, etc., ya que han sido estudiados en el proceso de capitalizar la idea en la infusión de la flor de Jamaica, que se enfocarían en cuidar y proteger la salud del cliente final.

CAPITULO II

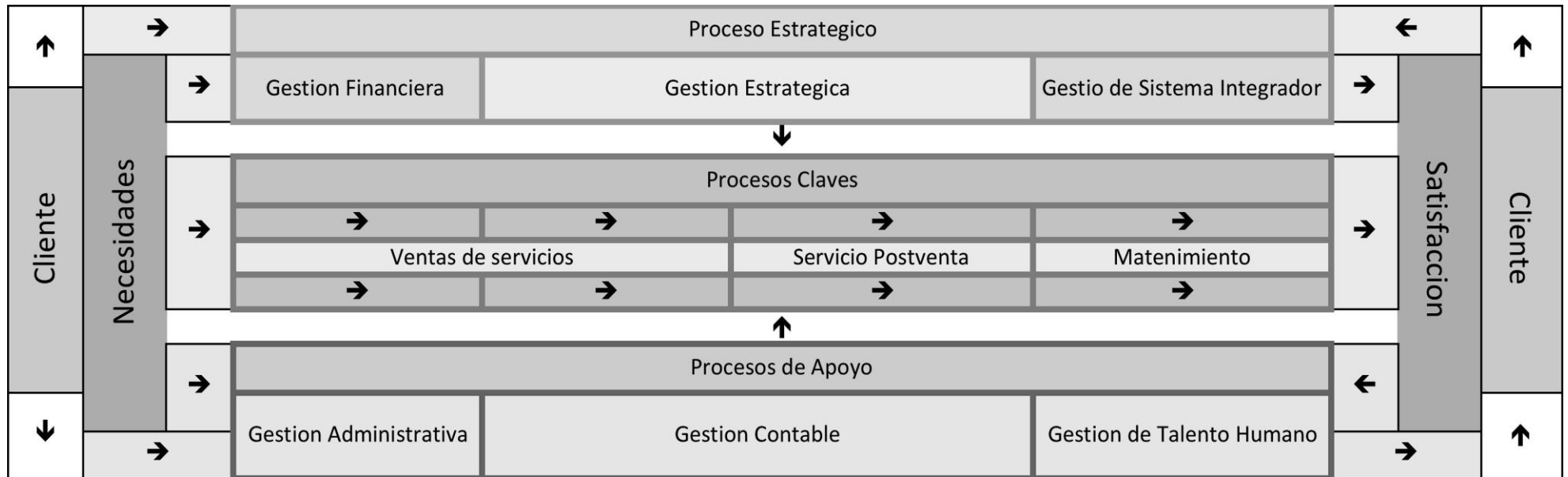
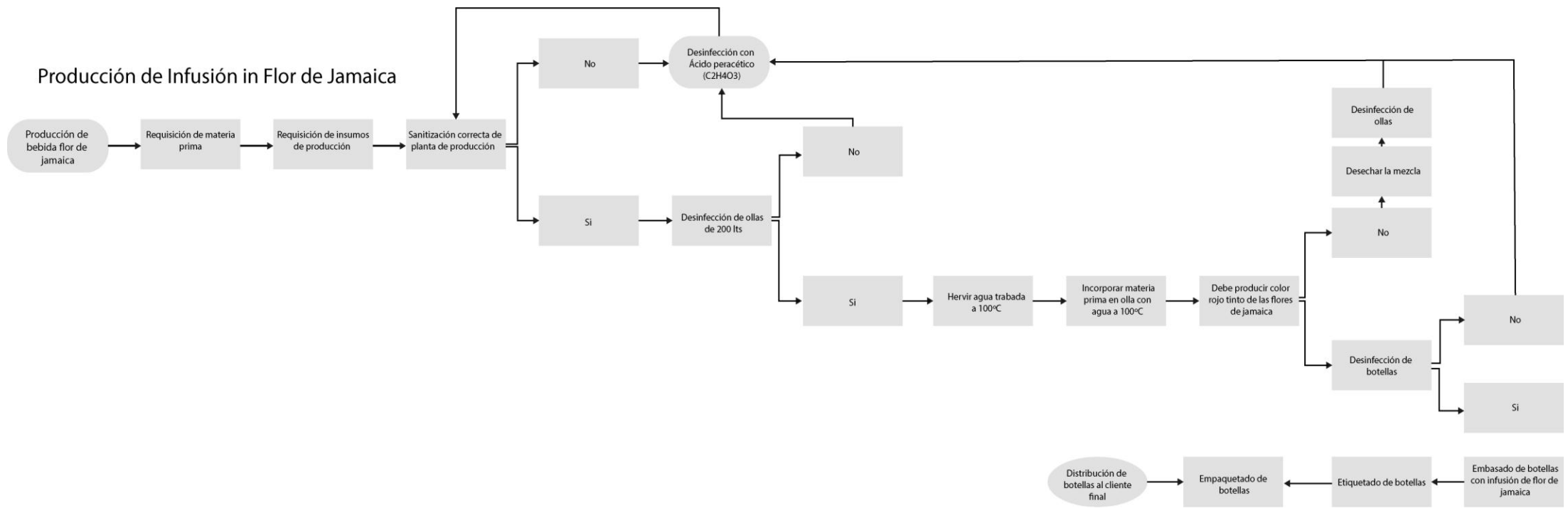
2. ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

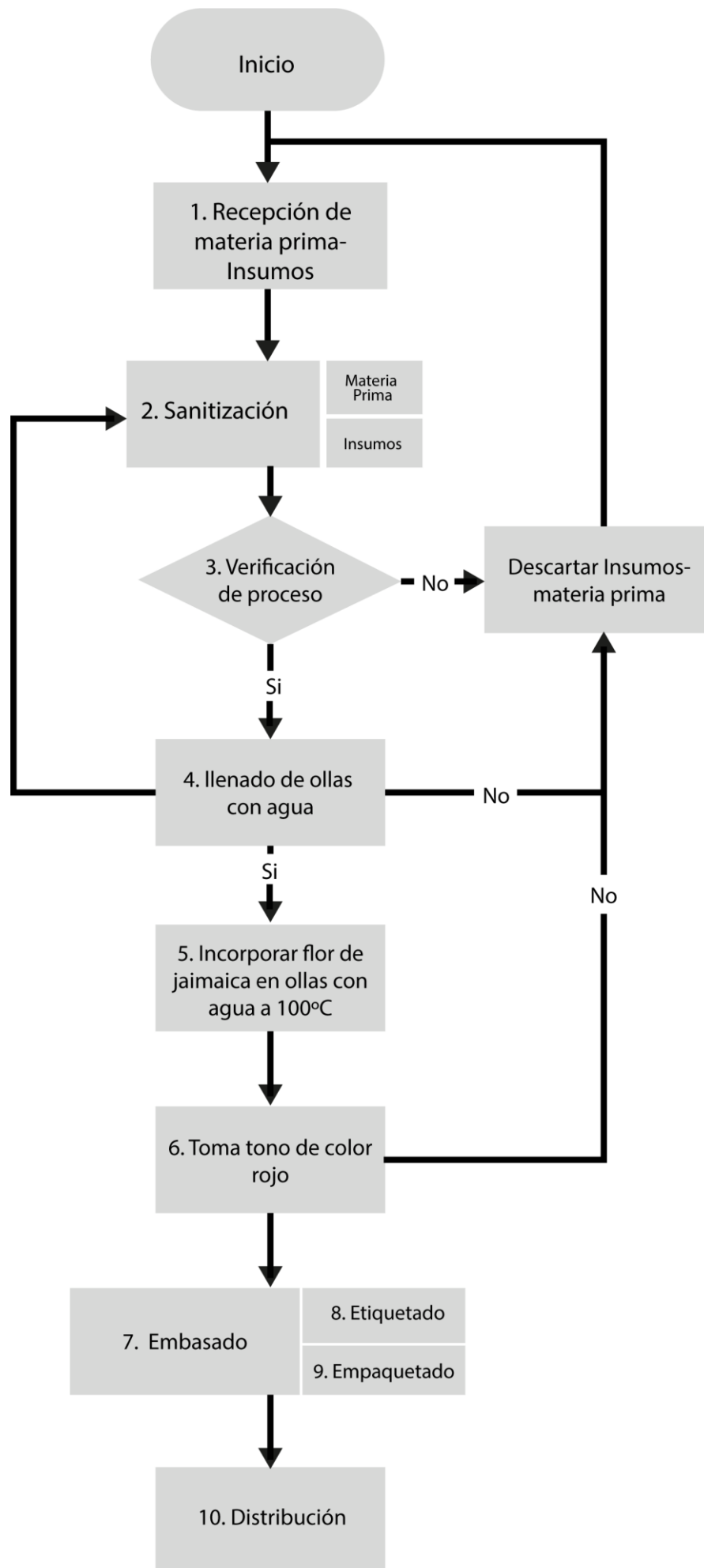
2.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.1.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

El proceso comienza con la recepción de varios de los insumos y materia prima necesaria para cumplir la producción por completo; una vez que llega a la planta se realiza el proceso de sanitación del nuevo producto para realizar el ingreso a la fábrica, una vez cumplido este paso se realiza la higiene y asepsia para mantener las condiciones adecuadas de manipulación de los diferentes insumos, materiales, útiles de trabajo necesarios para la producción y la higiene personal de todos los empleados. Una vez realizada la respectiva higiene del 100% de la planta y de los útiles necesarios, se procede con el encendido de las maquinas necesarias para comenzar con la producción. Se procede a llenar las marmitas de 200 lts. de capacidad con agua tratada; posterior a esto se encienden los calderos a una temperatura de 100°C por el periodo de 50 min. Se procede con el pesaje de la materia prima a utilizar (Flor de Jamaica), se cuantifica la dosificación con el propósito de agregar el porcentaje de la materia prima necesario para los 200 lts. Posterior a los 50 min. se incorpora en la marmita llenada con agua tratada y sonetizada que debe estar en punto de ebullición. La cocción de la flor se produce por un lapso de 45 min, a una temperatura de 50°C. Luego de este lapso, mediante agitación mecánica cumple con tiempo de 10 min y posterior de 20 min. de reposo. Una vez cumplido el reposo se abren las llaves respectivas de cada marmita y comienza a llenarse paulatinamente la marmita embazadora. Las Botellas de vidrio son desinfectadas con unos aditivos que reacciona al calor, el cual es incorporado a un recipiente que calienta el agua hasta 100°C; la cual permite una limpieza profunda de cada botella de vidrio. Posterior a este paso, la botella de vidrio ingresa en una banda transportadora la cual se junta con la marmita embazadora, y vierte la infusión dentro el embace y es sellada con una tapa que presuriza. Al finalizar este proceso llena a la zona de etiquetado, y se coloca un sello de seguridad en la tapa manualmente.

Producción de Infusión in Flor de Jamaica





2.1.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.

En la planta se cuenta con varios equipos de tecnología necesarios para elaborar un producto de cálida, los cuales están ubicados en lugares estratégicos, de fácil acceso y que permitan el manejo correcto de los diferentes insumos necesarios en el momento de la producción.

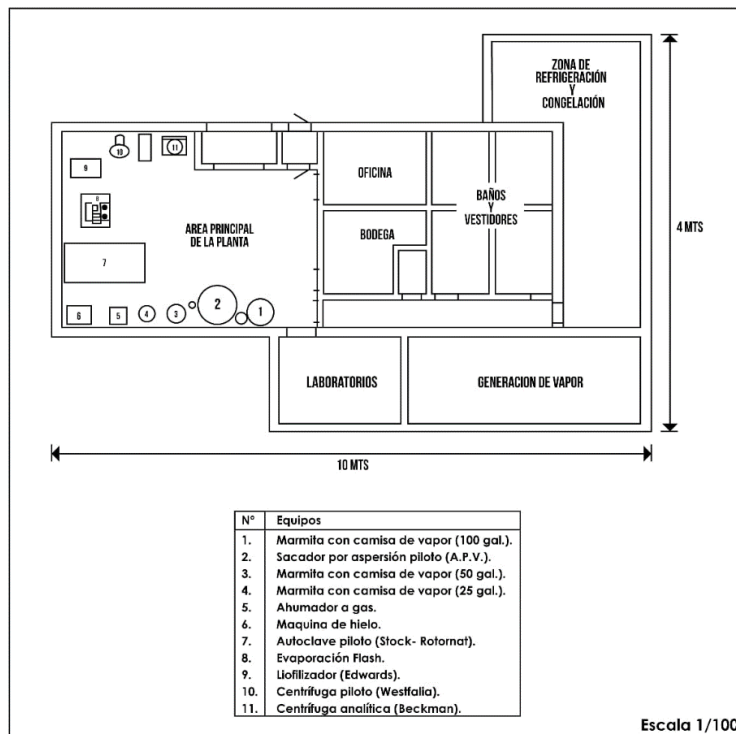


Gráfico 20. Distribución de planta de producción

Tabla 33. Actividades

Actividad	Equipo	Velocidad nominal	Costo
Calentar agua a 100°C	Marmita con camisa de vapor 100 gl		\$520,00
Calentar agua a 100°C	Marmita con camisa de vapor 50 gl		\$360,00
Calentar agua a 100°C	Marmita con camisa de vapor 25 gl		\$170,00
Mezclado de materia prima	Secador por aspersion piloto	65 RPM	\$160,00
Desinfección de botellas	Ahumador a gas		\$15,00
Esterilización y Pasteurización	Autoclave Piloto		\$45,00
Paso de liquido	Evaporación flash	30 RPM	\$12,00
Deshidratador de flor	Liofilizador		\$20,00
Mezcla infusión	Centrifuga piloto	60 RPM	\$40,00
Reposo de infusión	Centrifuga analítica		\$40,00

Fuente: Investigador

Elaborado: Paúl Simisterra

Se define como un área de responsabilidad un centro de actividad que desarrolla un conjunto de funciones, que pueden o no coincidir con una unidad organizativa o subdivisión estructural dentro de la empresa, al frente de la cual se encuentra un responsable facultado para desplegar acciones encaminadas a que las tareas asignadas al área se desarrollen de forma eficiente. El área de responsabilidad constituye la base del esquema de dirección de las empresas, por lo cual deben estar bien definidas en cada entidad. Una premisa básica para la determinación de un área de responsabilidad es que su jefe pueda controlar y accionar sobre los gastos que en la misma se originan y consecuentemente responder por su comportamiento.

Tabla 34. Actividades

Actividad	Tiempo	No. Personas	Horas Hombre
Recepción de insumos	1:30 min	1	160 hrs
Desinfección de insumos	0:30 min	1	160 hrs
Llenado de Marmitas	0:45 min	1	160 hrs
Pesado de insumos	0:30 min	1	160 hrs
Mezclado de insumos	0:15	1	160 hrs
Envasado	3:00 min	2	320 hrs
Etiquetado	2:00 min	2	320 hrs
Sellado	1:00 min	1	160 hrs
Empaquetado	1:00 min	1	160 hrs
Distribución	3:00 min	1	160 hrs

Fuente: Investigador

Elaborado: Paúl Simisterra

2.1.3. Tecnología a aplicar. (Tecnología a utilizar)

En el proceso de producción, incurren varios equipos tecnológicos, los cual están programados de la mejor manera para que elaboren un producto de la más alta calidad, y l cual permita al cliente final, disfrutar de una bebida que, a la vez de satisfacer la sed, le beneficia con diferentes tipos de vitaminas y nutrientes que mejoraran el bienestar de la persona en su día a día.

Uno de los equipos tecnológicos utilizados, es un Marmita con camisa de vapor de 100 gl, el cual permite calentar el agua tratada a una temperatura de 100°C.

Otro equipo tecnológico es un Secador por aspersion piloto que funciona a 65 RPM el cual permite que la materia prima se mezcle de manera homogénea y permita una mejor cocción.

Se utiliza también un Liofilizador que permite deshidratar la flor de la Jamaica, y libera de bacteria, manteniéndolo a una temperatura ambiente sin que permita la descomposición de la misma.

Un Centrifugador piloto que gira a 60 RPM que se encarga de fusionar los diferentes ingredientes a utilizar de manera homogénea, posterior a que pase a su reposo en una Centrifuga analítica.

Hoy en día, el e-Business abarca todo el espectro de venta del mercado. Cada vez más personas realizan sus compras por Internet, sobre todo en los países desarrollados ya que en los que están en desarrollo no tienen gran aceptación debido a que existen restricciones tecnológicas y miedo con respecto a la transacción financiera.

Una de las maneras de atraer consumidores en esta herramienta es estableciendo precios alternativos y más atractivos para quien compra por Internet, ya que si la persona compara el precio por lo general es más elevado en la tienda. No cabe duda que el comercio electrónico ha venido a revolucionar todo el sistema de compra y venta de artículos, incluso Internet es el canal con los mejores costos en cuanto a publicidad.

Un medio tecnológico utilizado posterior a la fase de producción serían las nuevas formas de hacer negocios, lo cuales podemos encontrarnos con que el Marketing que está enfocado a los dispositivos móviles, ya que tiene un mayor grado de penetración hacia los usuarios finales y cuenta con la ventaja de que es una publicidad dirigida a los compradores potenciales del producto que se está promocionando.

Haciendo uso de la tecnología móvil, existen 5 herramientas básicas con las cuales podemos incrementar las ventas. Estas tecnologías permiten reducir los costos de publicidad, con la ventaja de tener un mejor impacto en las ventas:

Proximity Marketing: Incrementa la presencia de las empresas a través del envío de información a dispositivos móviles en un perímetro cercano utilizando Bluetooth.

Marketing SMS, MMS: Puede explotarse en cualquier región del país utilizando mensajería como canal de comunicación para dar a conocer sus servicios o productos, así como para lanzar promociones, recordatorios, etcétera.

Couponing: Se basa en el principio de que se pueden otorgar, de manera personalizada, descuentos, puntos o monederos electrónicos. El instrumento de canjeo es el propio móvil que al presentarlo a la tienda, restaurante o empresa se otorga el descuento u oferta que se recibió en el celular.

Mobile Advertising: Se refiere a desplegar anuncios publicitarios en los dispositivos móviles.

Advergaming: Es una modalidad en que los juegos para móviles incluyen anuncios como parte de los mismos.

En Ecuador, se avanza muy rápido en el uso del marketing móvil. Los dispositivos móviles como medio publicitario pueden establecer un canal de comunicación comercial entre sus usuarios y el anunciante; el cual ofrece ventajas como el costo reducido de las campañas, la posibilidad de segmentación y el feedback en la comunicación. Además, su alcance es mayor y los usuarios pueden llevarlas consigo en todo momento.

Las empresas utilizan la mercadotecnia móvil para atraer nuevos clientes, crecer su base de datos, vender más productos y servicios y generar posicionamiento de la marca, entre otras actividades. La mercadotecnia móvil se puede integrar a su estrategia comercial ya que gracias a la tecnología se facilita el desarrollo de tácticas más enfocadas al consumidor, lealtad a la empresa y/o productos o servicios que se le ofrecen.

Dentro del e-Business podemos encontrar siete pasos o reglas indispensables para tener una buena gestión de negocios. A estas se les llaman las 7 C's del e-Business que a continuación se desglosan para tener un mejor panorama:

7 C's del e-Business

1. Comunidad

El concepto de comunidad hace referencia a la oferta de valor que la empresa ofrece a los consumidores potenciales de los artículos y los intereses de los futuros miembros.

2. Contenido

El contenido es importante porque constituye la oferta de valor para los miembros de la comunidad. Los contenidos son los elementos que ocasionan el establecimiento de una relación duradera y efectiva.

3. Colaboración

Mediante este elemento se identifican cuáles serán los aliados de negocio que permitirán agregar valor y contribuir al desarrollo del modelo de negocio.

4. Capacidad

Este elemento identifica las necesidades tecnológicas para la implantación del negocio, su base es el plan estratégico de TI de la empresa.

5. Competencia

Todo negocio debe conocer cómo se mueve la competencia, cuáles son sus avances y cuáles las tendencias del sector.

6. Compañía

Define el equipo de trabajo, las habilidades necesarias de cada miembro y los requerimientos de personal para completarlo.

7. Cambio

Mediante él se identifican los nuevos roles y competencias de la empresa, los beneficios que traerá la implementación de E-Business en ella y cómo deberá comportarse toda la organización para operar en forma efectiva el nuevo modelo de negocios.

2.2. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

Durante el proceso de fabricación de cualquier tipo de producto podrían recurrir varios tipos de problemas, los cuales deben ser planificados para contrarrestar el nivel y el grado en el cual puedan afectar a medida de que suceda un infortunio.

Toda empresa debe por normativa tener un plan de contingencia en caso de que exista algún inconveniente en el proceso de producción. por lo que en su mayoría crean un departamento de control de riesgos, los cuales deben estar atentos y prestos a solucionar brevemente los problemas que ocurran durante el proceso de producción.

2.2.1. Ritmo de producción.

Tabla 35. Ritmo de producción

Actividad	N* persona	Tiempo Promedio		Tiempo normal		Ritmo de trabajo
		Diario (min)	Mensual (min)	Diario (min)	Mensual (min)	
Recepción de insumos	1	70	1400	90	1800	Normal
Desinfección de insumos	1	10	200	30	600	Medio
Llenado de Marmitas	1	25	500	45	900	Normal
Pesado de insumos	1	10	200	30	600	Normal
Mezclado de insumos	1	5	100	15	300	Normal
Envasado	2	160	3200	180	3600	Intenso
Etiquetado	2	100	2000	120	2400	Normal
Sellado	1	40	800	60	1200	Normal
Empaquetado	1	40	800	60	1200	Normal
Distribución	1	160	3200	180	3600	Normal

Fuente: Investigador

Elaborado: Paúl Simisterra

2.2.2. Nivel de inventario promedio.

En el Capítulo I, mediante el cálculo de la demanda insatisfecha se determinó que 312 personas no estarían dispuestas a adquirir el producto .

Este valor fue importante para Miraflores, permitió establecer que el nivel de inventario promedio de bebidas para la empresa con el que debe contar es de 120000 al año, dado que se producirán 10.000 bebidas mensual, 2500 semanalmente y 500 diariamente.

Se considera este nivel de stock porque es una bebida de alto impacto en el mercado nutricional, estas bebidas son demandadas debido a sus principales beneficios, entre los cuales se puede mencionar, ayuda en la digestión y desnutrición; debido a las propiedades nutritivas, minerales, y vitaminas que contienen sus componentes.

2.2.3. Número de trabajadores

Tabla 36. Número de trabajadores

N*	CARGO	FUNCIONES	CONTRATO
1	Administrador	<p>Planificar, organizar, dirigir todas las actividades, fijar políticas y objetivos de la organización a corto y largo plazo.</p> <p>Revisar y verificar los movimientos contables, estados de cuentas, cierres de cuentas y balances.</p> <p>Dirigir, supervisar, controlar y capacitar al personal a su cargo.</p> <p>Administrar eficientemente los recursos humanos, financieros e informáticos de la empresa.</p>	Fijo
1	Operario de planta	<p>El operario se encargará de la recepción e inspección del mezclado de ingredientes, cocción, sonorización, envasado, y etiquetado y almacenamiento. materia prima, pesaje, dosificación,</p> <p>Manejar de máquinas y herramientas de la empresa.</p> <p>Revisar el estado de los equipos y máquinas e informar cualquier anomalía.</p> <p>Velar por el orden y aseo del lugar.</p> <p>Preparar pedidos y verificar el despacho respectivo.</p>	Fijo
1	Vendedor	<p>Ejecutar las estrategias de promoción e impulso de ventas en las unidades comerciales (eventos, concursos, ferias).</p> <p>Registrar y monitorear las transacciones derivadas de las ventas.</p> <p>Realizar toma de inventarios y chequeo en los puntos de venta.</p>	Fijo

Fuente: Investigador

Elaborado: Paúl Simisterra

2.3. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.3.1. Capacidad de Producción Futura.

Es necesario La capacidad de producción de bebidas de La flor de Jamaica serán 500 botellas diarias, su cálculo procede de una producción semanal de 5 días y al mes que comprendería 20 días calendario.

Producción de Bebidas	Diario	500
	Semanal	2500
	Mensual	10000
	Anual	120000

PROYECCIÓN FUTURA

La empresa Miraflores inicialmente tiene una producción de 120000 unidades, para la proyección futura de las bebidas se toma como indicador la tasa de inflación del año 2018 del 3,38%, alcanzado en el 2019 una cantidad anual de 124056 unidades, para el siguiente año la cantidad asciende a 128250 y así hasta la proyección hasta el año 2022.

Producción de Bebidas	2019	120000
	2020	124056
	2021	128250
	2022	132584
	2023	136709
	2024	140903

2.4. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

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

Tabla 37. Especificación de materias

Materia Prima	Importancia	Sustitución	Proveedor	
			1	2
Flor de Jamaica	La flor de Jamaica suele ser reconocida por sus propiedades terapéuticas o medicinales. Esto se debe a que, como la mayoría de las plantas, concentra múltiples vitaminas, minerales y compuestos bioactivos llamados fitoquímicos, con diversas propiedades antioxidantes, antiinflamatorias e antihipertensivas.	La flor de Jamaica es particularmente rica en hierro y calcio, dos minerales relevantes para la salud, particularmente durante la infancia, adolescencia y la en general edad reproductiva. Por su naturaleza la flor es fuente de fibra, situación que promueve la salud digestiva y cardiovascular, al promover la reducción de colesterol y azúcar en sangre.	Paki's Roselle: (Guayaquil)	Micol: (Patate)

2.5. CALIDAD

2.5.1. Método de Control de Calidad.

El gestionar la calidad constituye un factor fundamental para toda organización, dado que contribuye a contar con procesos adecuados a fin de alcanzar un óptimo funcionamiento.

Para mejorar la calidad de las bebidas de La flor de Jamaica, se recurrirá a herramientas que posibilitaran llevar a cabo una inspección adecuada durante el proceso de elaboración, logrando con ello que el producto y los procesos cumplan con las especificaciones.

En el caso de la materia prima, el control de calidad toma lugar puesto que una adecuada elección de la materia prima significa un menor número de desperdicios, buena calidad de las bebidas, así como una elevada seguridad durante el proceso de elaboración de la bebida de La flor de Jamaica.

La inspección de producto terminado incluye los atributos que la bebida debe cumplir en cuanto a color, olor, sabor, textura; garantizando de esta manera otorgar al consumidor un producto acorde a sus necesidades.

La herramienta a utilizarse para la gestión de calidad será la lista de verificación, mediante la cual se podrá llevar un registro de los problemas en los procesos con sus respectivas frecuencias, en este caso se analizará los problemas presentados en un mes del periodo agosto–septiembre 2016.

Para un análisis más profundo que permita identificar los problemas más significativos que están afectando al proceso de elaboración de bebidas de La flor de Jamaica y con ello realizar esfuerzos para mejorarlos, se construirá un diagrama de Pareto, para lo cual es necesario utilizar la información que se obtenga en la lista de verificación en el periodo establecido.

Tabla 38. Tipo de defecto

TIPO DE DEFECTO	FRECUENCIA	TOTAL
Color del producto		73
Aroma del producto		54
Consistencia		22
Sabor		30
TOTAL		179

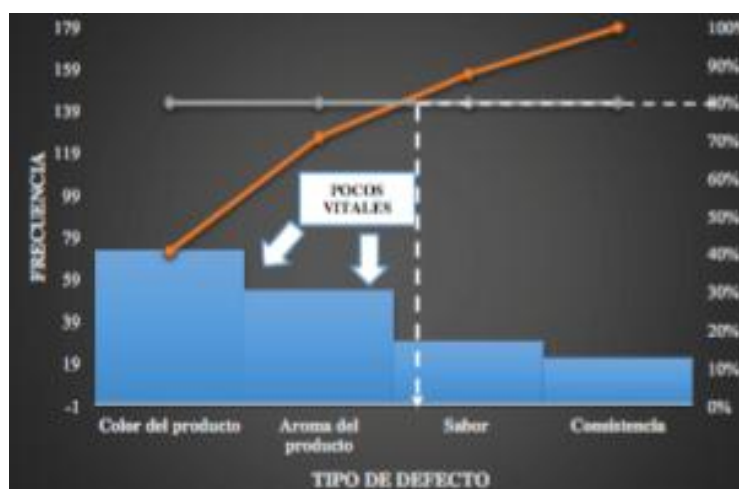


Gráfico 21. Tipo de defecto

2.6. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

2.6.1. Seguridad e higiene ocupacional

Tabla 39. Tipo de defecto seguridad e higiene ocupacional

TIPO DE DEFECTO	FRECUENCIA	% ACUMULADO	% RELATIVO	80-20
Color del producto	73	40,78%	40,78%	80%
Aroma del producto	54	70,95%	30,17%	80%
Sabor	30	87,71%	16,76%	80%
Consistencia	22	100,00%	12,29%	80%
TOTAL	179		100%	

En los últimos años, se ha evidenciado un gran desarrollo y mejora de la economía ecuatoriana, para lo cual ha sido clave el ofrecer calidad en la producción nacional, a través de una Institución que lo respalda como es el Servicio Ecuatoriano de Normalización, que es el organismo que a más de crear normas para los productos adicionalmente es quien garantiza la Normalización de las INEN, quienes tienen la competencia técnica, y los responsables de validar que los productos de las empresas cumplan con todos los requisitos, entre ellos lo de gestión de la calidad, envase, materias primas, procesos, entre otros. **INEN 2337:2008 y 2304:2016 establece:**

1. Objetivo

Esta norma establece los requisitos que debe cumplir la Flor de Jamaica destinada al consumo humano.”

2. Referencias Normativas

Los siguientes documentos, en su totalidad o en parte, son referidos y son indispensables para su aplicación. Para referencias fechadas, solamente aplica la edición citada. Para referencias sin fecha, aplica su última edición del documento de referencia (incluyendo cualquier enmienda).

NTE INEN-ISO 1842, Productos vegetales y de frutas – Determinación de PH

NTE INEN-ISO 750, Productos vegetales y de frutas – Determinación de la acidez titulable

NTE INEN-ISO 17240, Productos vegetales y de frutas – Determinación del contenido de estaño – Método de espectrometría de absorción atómica de llama

NTE INEN-CODEX 192, Norma general del Codex para los aditivos alimentarios

CPE INEN CODEX CAC-GL-50, Directrices generales sobre muestreo.

NTE INEN 1108, Agua potable. Requisitos

NTE INEN 1334-1, Rotulado de productos alimenticios para consumo humano. Parte 1: Requisitos

NTE INEN 1334-2, Rotulado de productos alimenticios para consumo humano. Parte 2: Rotulado nutricional. Requisitos

NTE INEN 1334-3, Rotulado de productos alimenticios para consumo humano. Parte 3: Requisitos para declaraciones nutricionales y declaraciones saludables

3. Definiciones:

Flor de Jamaica procesada: La Flor de Jamaica que han sido sometidos a procesos de limpieza y selección (despedrado, clasificado y escarificado, o lavado con un secado posterior) resultando en un producto destinado al consumo.

4. Requisitos

4.1 Requisitos generales

4.1.1 La flor de Jamaica procesada utilizada para la elaboración de harina debe estar sana, limpia y debe cumplir con los requisitos de la norma NTE INEN 1673.

4.1.2 La flor de Jamaica podrá contener los aditivos alimentarios autorizados en la NTE

4.2 Requisitos específicos

4.2.1 Aspecto: exenta de toda sustancia o cuerpo extraño a su naturaleza. **4.2.2 Color:** Roja 4. **4.2.3 Olor y sabor:** La flor de Jamaica debe estar exenta de olores y sabores herbal. **4.2.4 Consistencia:** La flor de Jamaica debe ser un racimo homogéneo sin aglomeraciones o grumos.

5. Inspección 5.1 Muestreo

La toma de muestras debe hacer de acuerdo a la NTE INEN-ISO 1842. El muestreo de aceptación se debe hacer de acuerdo a la NTE INEN-ISO 750 para lotes continuos y, para lotes aislados de acuerdo a la NTE INEN-CODEX 192.

6. Envasado y rotulado

6.1 Envasado

El material de envase debe ser resistente a la acción del producto y no alterar las características del mismo. La flor de Jamaica se debe envasar en recipientes que aseguren su integridad e higiene durante el almacenamiento, transporte y expendio.

6.2 Rotulado

El rotulado del producto contemplado en esta norma debe cumplir con lo especificado en las NTE INEN 1334-1, NTE INEN 1334-2, NTE INEN 1334-3,

CAPITULO III

3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN y GESTION

3.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.1.1. Visión de la Empresa.

“Liderar el mercado de productos naturales, brindando un producto de calidad y que sea nutritivo a un precio accesible, que permita cubrir las necesidades del cliente final en la zona centro de Ecuador”

3.1.2. Misión de la Empresa

“Instituir y promover bebidas sanas y orgánicas con altos contenidos nutricionales enfocándonos en la honestidad e integridad con la cual son elaboradas, pensadas en la sustentabilidad y satisfacción del cliente.”

3.1.3. Análisis FODA

Tabla 40. Análisis FODA

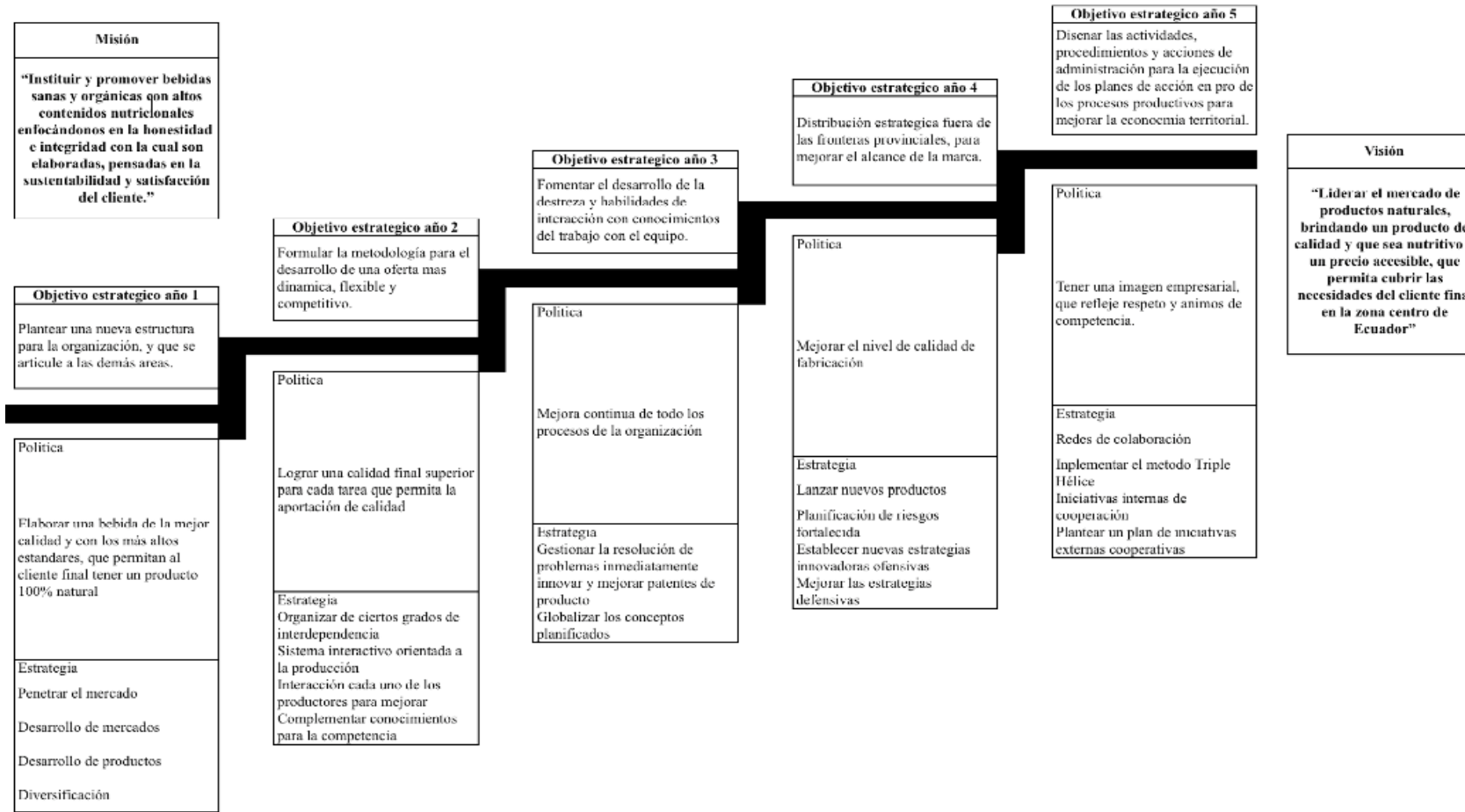
		Fortalezas	Debilidades	
	F1	Promover el desarrollo laboral	D1	No disponer de personal experimentado en el área de producción
	F2	Negocio rentable	D2	Restricción de salida de la empresa en horarios laborales
	F3	Estar a la par de nuevas tecnologías	D3	No consultarles a los empleados acerca de métodos de adaptabilidad
	F4	Puntualidad en cada una de las actividades	D4	Retraso en entrega por parte de proveedores e insumos
	F5	Emprendimiento profesional	D5	Retraso en el pago de sueldos
Oportunidades				
O1	Buena preparación académica para prestar un servicio de calidad	F104	Resaltar capacidades laborales para ayudar en el crecimiento laboral y personal	D202
O2	Generación de cambios en la gestión diaria			Acuerdo de empleado y empleador para poder implementar una solución para petición de permisos y ausentarse por un tiempo específico

O3	Obtención de prestigio bajo el conocimiento de virtudes		Implementación de tecnología que permita facilitar la realización de un proceso que agilite la labor de un empleado		Generar soluciones a corto plazo para beneficiar el estilo de vida del trabajador, lo cual permitirá un desempeño óptimo del mismo
O4	Fomentación para superar obstáculos	F305		D505	
O5	Implementación de un cómodo ambiente laboral				
Amenazas					
A1	Carácter del trabajador	F1A4	Perdida de comunicación con directivos por inseguridad personal.	D1A5	Análisis del proceso laboral que determine el nivel en el cual se ubica el empleado con respecto a las expectativas de la organización
A2	Falta de tiempo para cumplimiento de sus tareas				
A3	Falta de conocimiento en el área de operación				
A4	No percibir apoyo del personal administrativo	F4A2	A pesar de lo complejo que se establezca el desarrollo de una actividad, cumplirla en el momento antes establecido.	D5A1	Puntualizar el pago de las obligaciones hacia el empleado, para que él se pueda desempeñar de una manera correcta en su cargo
A5	Generar productividad menor a la esperada				

Fuente: Investigador

Elaborado: Paúl Simisterra

3.1.4. Objetivos y estrategias



Fuente: Investigador

Elaborado: Paúl Simisterra

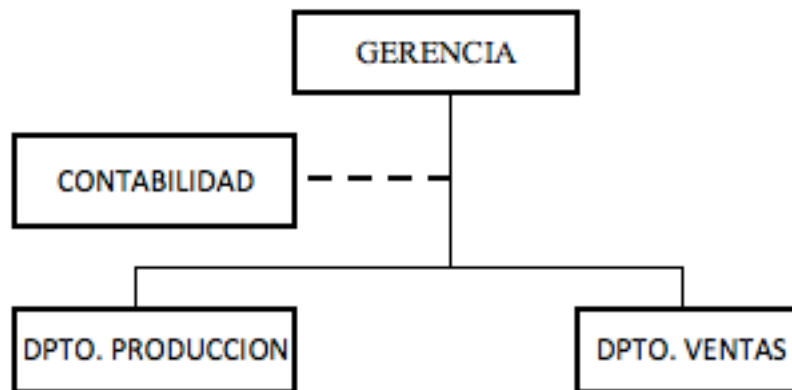
3.2. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA



3.2.1. Organización Interna.

Una estructura organizacional se enfoca en poner en practica todo lo necesario con sus colaboradores, los cuales fomentan un proceso correcto de producción y comercialización de la bebida a base de la flor de Jamaica.

EMPRESA “BEBIDAS MIRA FLOR”

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



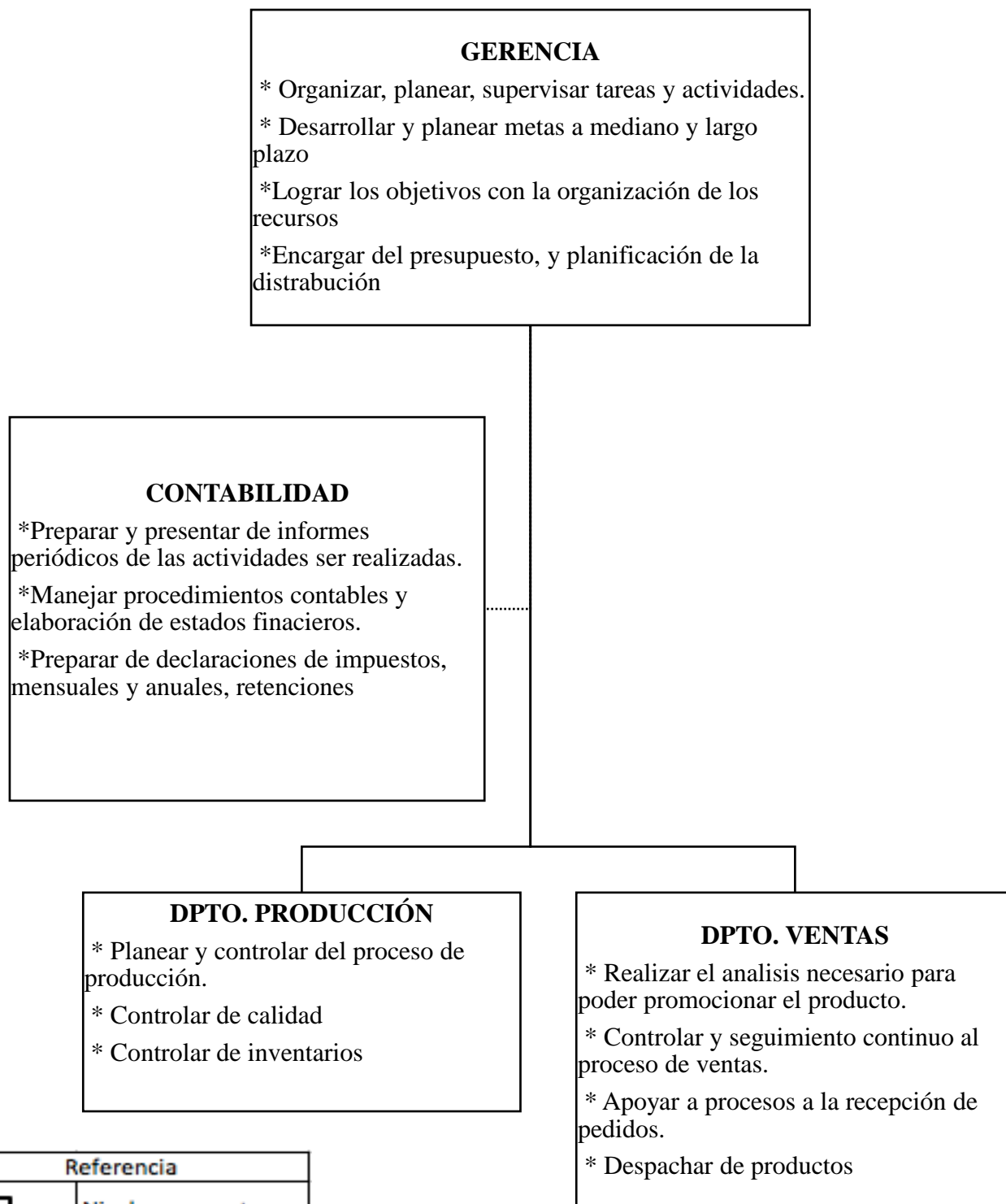
Referencia	
	Nivel asesor externo
	Dpto. Interno

Fuente: Investigador

Elaborado: Paúl Simisterra

EMPRESA “BEBIDAS MIRA FLOR”

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



3.2.2. Descripción de puestos.

Tabla 41. Descripción de puestos

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Administrador
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Ninguno
SUPERVISA A	*Operario de planta * Vendedor

II NATURALEZA DEL PUESTO:

Coordinación y planificación al momento de dirigir y vigilar las actividades relativas al área administrativa, comercial, financiera y operativa que desarrollan la efectividad de los objetivos de la empresa.

III FUNCIONES

- 1- Planificación estratégica de las actividades de la empresa, con la elaboración de políticas y objetivos organizacionales a corto, mediano y largo plazo.
- 2- Evaluación de la productividad, utilidad y rentabilidad que se espera alcanzar, sino se establecen medidas correctivas en caso de no ser alcanzadas.
- 3- Administración eficiente de los recursos humanos, informáticos y financieros de toda la empresa.
- 4- Control y supervisión de cotización, compras y pagos a proveedores.
- 5- Dirección, control, supervisión y capacitación del personal al que está a cargo

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

TITULO PROFESIONAL	Titulo Tercer Nivel registrado en Senescyt
EXPERIENCIA	*Ejecución de funciones relacionadas con el área * 2-3 años de experiencia laboral <ul style="list-style-type: none">• Dinamismo y liderazgo• Toma de decisiones en marcha
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none">• Trabajo en equipo• Capacidad de analizar la interpretación de los datos y de la información] <p>*Conocimientos de computación</p> <p>*Comercialización y ventas</p>
FORMACIÓN	* Conocimiento de idioma ingles * Titulo en Administración de Empresas

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

PUESTO	Contador (externo)
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administrador
SUPERVISA A	Ninguno

II NATURALEZA DEL PUESTO:

Apoyar externamente a la empresa en servicios contables para la planeación, organización, presupuesto y toma de decisiones.

III FUNCIONES

1- Preparar y presentar informes periódicos de las actividades realizadas, y otros exigidos por organismos reguladores.

2- Preparar los respectivos análisis de cuentas, los detalles necesarios para respaldar las cifras expuestas en los diversos informes y estados financieros.

3- Preparar declaraciones de impuestos mensuales y anuales, retenciones. 4. Mantener en orden y actualizado el archivo de documentos contables. 5. Presentar de obligaciones tributarias

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

	Título profesional
TITULO PROFESIONAL	Licenciado en contabilidad o contador público registrado en Senescyt
EXPERIENCIA	*Ejecución de funciones relacionadas con el área * 2-3 años de experiencia laboral
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none">• Excelente organización• Preparar informes técnicos• Análisis• Iniciativa
FORMACIÓN	*Conocimientos de computación (sistemas operativos de Word) * Clasificación y análisis de información contable

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

PUESTO	Operario de planta
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administrador

II NATURALEZA DEL PUESTO:

Conocer las normas y estándares establecidos por la empresa para un correcto manejo y aplicación de los procesos; así como realizar las actividades concernientes al área con la mayor eficiencia para evadir que se presenten errores o desperdicios.

III FUNCIONES

- 1- Receptar materia prima, pesar, cuantificar porcentajes de materia prima, mezclar, cocinar, sabor izar, enfriar, envasar, etiquetar, y almacenar.
- 2- Manejar maquinaria y herramientas de la empresa.
- 3- Revisar el estado de máquinas e informar de cualquier anomalía que se presente.
- 4- Velar por el orden y aseo del lugar.
5. Llevar al día los registros requeridos para el control de producción.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

TITULO PROFESIONAL	Técnico medio o bachiller
EXPERIENCIA	*Ejecución de funciones relacionadas con el área * 1 año de experiencia laboral
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none">• Pro actividad y dinamismo• Preocupación por el orden y calidad• Destreza manual y visual

- Trabajo en equipo y orientación a resultados Capacidad de seguir instrucciones orales y escritas

*Manejo de productos alimenticios

FORMACIÓN

Manejo de herramientas y procesos de producción

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

PUESTO	Vendedor
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administrador
SUPERVISA A	Ninguno

II NATURALEZA DEL PUESTO:

Elaborar reportes, clasificar, ordenar y dar seguimiento de las ventas, así también llevar a cabo actividades promoción y publicidad de los productos, y elaboración de presupuestos que se necesiten; contribuyendo con eficiencia para el logro de objetivos.

III FUNCIONES

1- Apoyar a la gerencia administrativa en la atención y satisfacción de los clientes en el proceso de la venta desde la recepción del pedido hasta el despacho de la mercancía.

2- Realizar las actividades requeridas para la promoción de los productos y beneficios, disponiendo de los suministros necesarios.

3- Realizar toma de inventarios y chequeo en los puntos de venta.

4- Ejecutar las estrategias de promoción e impulso de ventas en las unidades comerciales (eventos, concursos).

5- Registrar y monitorear las transacciones derivadas de las ventas.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

TITULO PROFESIONAL	Título Tercer Nivel registrado en Senescyt
EXPERIENCIA	Técnico supervisor universitario en publicidad y mercadeo *Ejecución de funciones relacionadas con el área * 2-3 años de experiencia laboral <ul style="list-style-type: none">• Disposición para el trabajo en equipo• Toma de decisiones en marcha• Actitud proactiva, capacidad de análisis• Excelente actitud de servicio• Trabajo en equipo
HABILIDADES	*Publicidad y mercadeo
FORMACIÓN	* Atención al cliente * Manejo de paquetes de office

Fuente: Empresa Bebidas Miraflores

Elaborado: Paúl Simisterra

3.3. CONTROL DE GESTIÓN

3.3.1. Indicadores de gestión.

Tabla 42. Indicadores de gestión

Áreas	Indicadores
Comercial	Satisfacción del cliente
	Quejas generadas
	Promoción y publicidad
	Participación del mercado
	Fidelidad del cliente
	Calificación a proveedores
Administrativa	Eficacia
	Productividad
	Rotación de personal
	Cumplimiento de objetivos
	Ambiente laboral
Producción	Rotación de inventarios
	Procesos
	Nivel de calidad
	Mano de obra
	Innovación
Financieros	Compras netas
	Ventas netas
	Costos de ventas
	Utilidad bruta en ventas
	Rentabilidad sobre el patrimonio

3.4. NECESIDADES DE PERSONAL

En la empresa Bebida Miraflor, las necesidades del personal se basarán en la capacidad y demanda de producción de bebidas, el análisis se concluye que existe una relación

directamente proporcional, a mayor demanda de producción de bebidas de Flor de Jamaica en un futuro, mayor será las necesidades de implementar el personal en la empresa. Además, la necesidad del personal en el presente proyecto es de tres personas, estas se encuentran eficientemente coordinadas para desarrollar sus actividades

o funciones dentro de la organización, a partir del siguiente año por la proyección de la demanda y que existe un incremento en la misma, se prevé o se proyecta que se requerirá de una persona adicional, esto quiere decir que, para el siguiente año la totalidad de personas que conformaran serán mayor al año pasado.

Año	Necesidad	Puestos
2019	3	2 obreros – 1 ventas
2020	5	3 obreros – 2 ventas
2021	10	5 obreros – 5 ventas
2022	12	6 obreros – 6 ventas
2023	15	8 obreros – 7 ventas

CAPITULO IV

4. ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

Jurídicamente la empresa se establecerá como Unipersonal de Responsabilidad Limitada, que por defecto deberá cumplir:

Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la Ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello. (Artículo 1 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada).

Como se observa, estas Empresas solo pueden tener un titular o gerente propietario, designación con la que lo identifica la Ley, que debe necesariamente ser una persona natural. No pueden constituir estas Empresas las personas jurídicas ni las personas naturales que según la ley no pueden ejercer el comercio. (Artículo 5 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada). Así lo propusimos nosotros también en nuestro Proyecto de 1979.

Empresario unipersonal de responsabilidad limitada es el gerente propietario de ella.

La Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada deberá siempre pertenecer a una sola persona y no podrá tenerse en copropiedad, salvo el caso de la sucesión por causa de muerte a que se refiere el artículo 37 de la Ley. La persona natural a quien pertenece una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada se llama “gerente-propietario” y no titular como lo propusimos nosotros (Artículo 4 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada).

En este aspecto la Ley exige en el constituyente dos calidades: El ser el empresario y el ser el administrador y representante legal de la Empresa como lo establece, con claridad, el artículo 38. La proposición en nuestro Proyecto de Ley era que el titular o constituyente podía ser el representante legal de la Empresa, pero podía también entregar esa representación a un tercero. Esto nos parece más conveniente. (Salgado Valdez, 2015)

4.2. PATENTES Y MARCAS

La capacidad para diferenciarse de la competencia es una de las claves del éxito empresarial. Y ¿Qué es lo que logra esa diferenciación de la empresa?, lo logran aquellas herramientas que proporcionan la “Propiedad Intelectual”. Para este caso son las herramientas de la Patente y marca las que nos van a ayudar.

Marca: Signo que se puede representar de forma gráfica y que se utiliza para diferenciar los servicios y productos de la demás empresa, con eso en mente es fácil descifrar que la marca es un punto fundamental para la diferenciación empresarial Maqueda et al., (2003)

Patente: Es aquel título que un estado reconoce con el objetivo de explotar exclusivamente un producto, privando a otros de su uso, venta y/o fabricación, a menos que el dueño de la Patente lo autorice. Concede el derecho de explotación en exclusiva, un carácter de diferenciación muy importante. OEPM, (2010)

Las marcas y patentes son un activo intangible para la empresa, en especial las patentes pueden llegar a ocupar hasta un 90% del valor empresarial si se explota correctamente.

4.2.1. Búsqueda fonética y costo de registro de la marca.

Es el proceso por el cual verificamos si existe en Ecuador marcas idénticas o similares a la que queremos registrar como nuestra.

¿Cuánto cuesta la búsqueda Fonética?

- Informe de búsqueda general de Signo Distintivo \$ 16,00
- Informe de búsqueda especial con base en cualquiera de los siguientes criterios: titular, clase internacional, año de registro y solicitudes en trámite en determinado período (por cada signo distintivo encontrado) \$ 2,00.

Una vez hecho la búsqueda fonética procedemos a registrar la marca, proceso que tiene un costo de \$208 USD. Al momento del registro la protección de la marca tiene una durabilidad de 10 años, pero es renovable indefinidamente, esta renovación puede hacerse 6 meses antes de la fecha de vencimiento.

Este registro lo puede hacer cualquier persona natural o jurídica nacional o extranjera.

4.2.2. Proceso para registrar una marca

1. Búsqueda fonética
2. Apertura de casillero virtual.
3. Presentación de solicitud en el sistema en línea.
4. Pago de tasa de solicitud de registro correspondiente al valor de \$208.00.
5. Examen de forma: en el mismo se verifica que se ha cumplido con todos los requisitos necesarios para la publicación de la marca solicitada en gaceta. Entiéndase por requisitos a los siguientes: poder en el caso de que un tercero autorizado solicite la marca, nombramiento de Representante Legal en el caso de personas jurídicas que presenten la solicitud sin un apoderado, naturaleza del signo, tipo de signo, etc.
6. Publicación de la marca solicitada en la Gaceta de Propiedad Industrial: esta publicación sirve para que terceros que se crean afectados por el posible

registro de la marca solicitada presenten oposición, en el caso de que el signo tenga algún parecido con su marca registrada.

7. Oposición: Dentro del término de treinta días hábiles siguientes a la fecha de la publicación, quien tenga legítimo interés podrá presentar oposiciones fundamentadas
8. Examen de registrabilidad: en caso de que no exista oposición, se efectúa el examen de registrabilidad en el cual se resuelve aceptar o rechazarla marca.
9. Emisión del título (siempre y cuando la marca haya sido concedida).

Este proceso fue extraído directamente de la página Servicio Nacional de Derechos Intelectuales ubicados en la Av. República E-197 y Diego de Almagro, Edificio Forum 300 de Quito.

4.2.3. Proceso y Requisitos Para una Patente

Para que el IEPI otorgue una patente se deberá cumplir tres condiciones:

Novedad: Debe ser considerado nuevo al no formar parte del estado de la técnica anterior. No debe hacerse pública de ninguna manera y en ningún lado antes de la fecha de presentación de la solicitud de patente.

Nivel Inventivo: No debe derivarse de manera evidente del estado de técnica.

Aplicación Industrial: El invento puede ser utilizado o producido en cualquier actividad productiva, además de sus servicios.

A esta solicitud deberá acompañarle los datos siguientes;

1. El Título de la invención con su correspondiente descripción que explique de forma clara y completa de lo que trata el material.
2. Cuando la invención se refiera a materia viva se deberá incluir el depósito de la misma en una Institución depositaria autorizada por las oficinas nacionales competentes.
3. Una o más reivindicaciones que precisen la materia
4. Dibujos que fuesen necesarios
5. Un resumen con los objetivos y finalidad

6. El Comprobante de Pago de la tasa
7. Copia certificada, traducida y legalizada de la primera solicitud de patente que se hubiere presentado en el exterior.
8. Documento que acredite la Cesión de la invención
9. Nombramiento del Representante Legal
10. Poder que faculte al apoderado el tramitar la solicitud de registro de la patente, en el caso de que el solicitante no lo haga el mismo

SOLICITUD DE PATENTE

- a) La solicitud debe ir firmada por el solicitante o su apoderado.
- b) Datos que deben agregarse a la solicitud una vez cumplido los requisitos mencionados con anterioridad:
- c) Nombre, apellidos, domicilio, ciudad, nacionalidad, teléfono y demás datos del solicitante.
- d) Designación del inventor/es. Si el solicitante no es el inventor debe señalar en la solicitud el modo de adquisición del derecho
- e) Título de la invención que se desea proteger. Debe ser claro, conciso.
- f) Prioridad.
- g) Copia de contrato de acceso, en casos específicos.
- h) Copia del documento que acredite la licencia o autorización de usar los conocimientos tradicionales de las comunidades indígenas afro-americanas, en casos específicos.
- i) Certificado de depósito de material biológico, de ser necesario.
- j) Representante legal.
- k) Relación de documentos
- l) Firmas de solicitante y del abogado encargado.

Estos datos fueron extraídos directamente de la página Servicio Nacional de Derechos Intelectuales ubicados en la Av. República E-197 y Diego de Almagro, Edificio Forum 300 de Quito.

4.3. LICENCIAS NECESARIAS Y DOCUMENTOS LEGALES

a) Requisitos para la obtención del RUC:

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

b) Requisitos para la obtención de la patente municipal:

- R.U.C. completo
- Copia de cédula y papeleta de votación
- Formulario de declaración inicial de la actividad económica

d) Certificado de uso de suelo

- Solicitud dirigida al alcalde
- Copia del RUC

e) Requisitos para la obtención del certificado del cuerpo de bomberos:

- Copia RUC y RISE
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación
- Permiso de funcionamiento del año anterior
- Copia impuesto predial
- Copia contribución de bomberos
- Informe de inspección.

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

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

g) Requisitos para la obtención del permiso funcionamiento del Ministerio de Salud Pública

- Solicitud para permiso sanitario dirigido al Jefe Provincial de Salud del Tungurahua en el lugar que pertenezca la jurisdicción de la empresa en el cantón Ambato
- Aprobada por la solicitud, el Inspector de Salud realiza la inspección respectiva a la empresa a fin de otorgar el permiso.
- Permiso de funcionamiento para locales establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario (Acuerdos Ministeriales 4712 y 4907)
- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros del Ministerio de Salud.

Todos estos datos fueron rescatados de la página oficial del Instituto Ecuatoriano de seguridad Social con fecha de modificación del 2017.

CAPÍTULO V

5. ÁREA FINANCIERA

5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FINANCIERO

Identificar las generalidades de financiamientos y recursos que fueron necesarios para llevar a cabo este tema de investigación.

5.2. PLAN DE INVERSIONES

De acuerdo con CFN, (2018) “todo proyecto o negocio requiere de la adquisición y/o aportación de una serie de recursos para ponerlo en funcionamiento. Dichos recursos dependen de las características y tamaño de la empresa”. De tal manera podemos observar que es el paso más importante para que la empresa empiece su curso.

Además que es un requisito indispensable para incursionar en un nuevo negocio o en una empresa, ya que es una parte importante del plan de negocios, lo que nos permite analizar de manera anticipada si se deben realizar correcciones realistas para minimizar riesgos durante el proceso empresarial.

Al inicio de una planificación se debe tener bien planteado el rumbo que se quiere tomar, principalmente plasmando la idea del plan de negocio, y encontrar la mejor estrategia para poder iniciar ese nuevo proyecto.

Las necesidades y materiales que se utilizaran para llevar a cabo esta empresa los hemos considerado de la siguiente manera:

Tabla 43. Plan de inversiones

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total (USD)
1	Local	200,00	200,00
1	Instalaciones y remodelaciones	3000,00	3000,00
1	Instalaciones eléctricas	1000,00	1000,00
	Total terreno e instalaciones	4200,00	4200,00
	Muebles y Enseres		
3	Sillas giratorias	80,00	240,00
3	Escritorios	180,00	540,00
3	Exhibidores para almacén	120,00	360,00
3	Mostradores grandes	170,00	510,00
1	Mesa de corte flor de Jamaica	120,00	120,00
2	Mesa para producción de Jamaica	150,00	300,00
2	Teléfonos	70,00	140,00
3	Extintores de incendios	80,00	240,00
2	Mesas de embotellamiento	290,00	580,00
3	Estanterías para bodega	150,00	450,00
2	Escobas	2,50	5,00
5	Soportes de metal para maquinaria	95,00	475,00
3	Soportes de metal pequeños	60,00	180,00
2	Pizarrones	110,00	220,00
5	Basureros clasificadores	100,00	500,00
8	Lámparas	25,00	200,00
3	Botellones de agua	12,00	36,00
3	Archivadores	160,00	480,00
	Total muebles y enseres	1974,50	5576,00
	Herramientas		
	Recipientes de metal para lavar		
6	Jamaica	75,00	450,00
6	Recipientes para receptor la fruta	115,00	690,00
5	Cuchillos	11,00	55,00
6	Bandejas de metal	55,00	330,00
	TOTAL	256,00	1525,00
	Total de herramientas		
	Maquinarias y Equipo		
1	Embaladora automática de líquidos	5000,00	5000,00
3	Marmita de 200 lts	3500,00	10500,00
2	Caldero	3600,00	7200,00
2	Mamita envasadora	5000,00	10000,00
1	Tapadora rotativa	4000,00	4000,00

2 Tapadora de botellas	950,00	1900,00
1 Etiquetadora de botellas	3500,00	3500,00
1 Máquina para rellenar	25000,00	25000,00
Total de Maquinaria y Equipo	50550,00	67100,00
Vehículo		
1 Chvrolet Luv D-max 2016	19000,00	19000,00
Total de vehículos	19000,00	19000,00
Equipo de oficina		
1 Computadora HP CORI 5	600,00	600,00
Total de Equipo de oficina	600,00	600,00
Costos de Constitución		
1 Constitución de la empresa	250,00	250,00
2 Patente y marca	240,00	480,00
1 Obtención del RUC	15,00	15,00
1 Permiso de funcionamiento	35,00	35,00
1 Registro sanitario	104,00	104,00
1 Promoción y publicidad	415,00	415,00
Total de Costos de Constitución	1059,00	1299,00
<hr/> TOTAL		99300,00

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P.

Podemos observar que para llevar a cabo la conformación de la empresa Bebidas Miraflores necesitaremos cubrir con las necesidades expuestas en la tabla anterior necesitando 99300 dólares.

5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Para cubrir las necesidades de inversión las realizaremos de la siguiente manera teniendo en cuenta que serán cubiertas en efectivo y con bienes que serán aportados por terceras personas de la siguiente manera:

5.3.1. Forma de financiamiento.

El financiamiento para llevar a cabo la empresa está ligada a la actividad del proyecto, de esto dependerá el valor o necesidad, es así como hemos buscado la manera adecuada de financiar este proyecto de la manera más adecuada y la hemos propuesto de la siguiente manera:

Tabla 44. Forma de Financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios	74,300	74,82%	74,82%
Recursos de terceros	25,000	25,17%	25,17%
TOTAL	99,300	1,00	1,00

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P.

Como podemos observar el capital aportado por terceras personas es de 30,000.00 que fueron realizados en bienes y 25 000,00 en efectivo por la venta de un terreno de herencia y un vehículo por el valor de 19300,00 que fueron aportados por recursos propios, lo que nos ayudara a cubrir las necesidades más importantes para poder cumplir con el valor de la inversión es necesario hacer un préstamo privado de 25 000,00 para 48 meses, lo que nos permite cubrir con el valor total de 99300,00 que es el valor de la inversión.

5.4. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

Hay que tomar en cuenta que actualmete la mayoría de los mercados son competitivos, por lo que se deben estructurar muy bien las estrategias para marcar las diferencias con nuestros competidores.

Todo este conocimiento no asegura tampoco el éxito en nuestro negocio, ya que si tomamos malas decisiones estrategicas corremos el riesgo de tener perdidas y darnos cuenta muy tarde. por este motivo es necesario evaluar los intervalos de producción para tener, así un control mas optimo de cada uno de las inversiones, procesos que se realicen dentro de nuestra organización, y así plantear mejoras a tiempo.

5.4.1. Detalle de Costos

Los costos que se detallaran a continuación son los que están ligados de manera directa con la producción o a la actividad propia del negocio que este caso es la elaboración de Agua de Jamaica.

Tabla 45. Detalle de costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costo anual
Producto A:					
Materia prima					6240
Flor hidratada de Jamaica	Quintales	10	14,5	145	1740
Azúcar procesada	Quintales	10	7	70	840
Agua Purificada	Litros	600	0,5	300	3600
Ácido cítrico	Kilos	5	1	5	60
Mano de Obra					13426,32
Producción	Personas	1	559,43	559,43	6,713,16
Costos Indirectos					40800
Depreciacion					\$412,16
Luz	KW	0	0	104	1248
Agua	Litros	0	0	80	960
Teléfono	Minutos	0	0	16	192
Botellas	Palets (10000 botellas)	10000	0,5	3200	38400
Mano de Obra Indirecta					
TOTALES		628	3782,43	4479,43	60466,32

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P.

Como podemos notar en el anexo 2 se muestran los materiales y necesidades requeridos directamente para la producción, mostrando detalladamente costo de materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación ya que estamos hablando de un negocio de transformación, con un costo mensual de 5038,86 y 60466,32 anual que creemos poder ir optimizando los costos al conocer afondo el manejo del mercado.

5.4.2. Proyección de Costos

Tabla 46. Costos Unitarios

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad unitaria requerida	Costo Unitario
Producto A:			
Materia prima			
Flor hidratada de Jamaica	Quintales	0,33	0,06
Azúcar procesada	Quintales	0,33	0,05
Agua Purificada	Litros	0,75	0,05
Ácido cítrico	Kilos	0,17	0,06
Mano de Obra			
Producción	Personas	0,07	0,11
Costos Indirectos			
Luz	KW		0,06
Agua	Litros		0,06
Teléfono	Minutos		0,02
Botellas	Palets (10000 botellas)		0,10
Mano de Obra Indirecta			
TOTALES			0,57

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P.

El costo unitario por botella de jugo de Jamaica es de 0,57 en la que se determina que la ganancia es de 0,43 ctvs ya que el PV al público es de \$ 1,00.

Tabla 47. Detalle de Costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costo anual
Producto A:					
Materia prima					6240
Flor hidratada de Jamaica	Quintales	10	14,5	145	1740
Azúcar procesada	Quintales	10	7	70	840
Agua Purificada	Litros	600	0,5	300	3600
Ácido cítrico	Kilos	5	1	5	60
Mano de Obra					13426,32
Producción	Personas	2	559,43	1118,86	13426,32
Costos Indirectos					40800
Luz	KW	0	0	104	1248
Agua	Litros	0	0	80	960
Teléfono	Minutos	0	0	16	192
Botellas	Palets (10000 botellas)	1	3200	3200	38400
Mano de Obra Indirecta					
TOTALES		628,00	3782,43	5038,86	60466,32

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P.

Después de haber detallado los costos mensuales podremos hacer una proyección para nuestros costos anuales de los siguientes cinco años y para esto se mostrarán los datos en el anexo 1.

Como muestra en el anexo 4 los servicios básicos han sido considerados con un valor total mensual de 200 en donde su mayor valor es de la luz con el 52% y seguido del agua con un 40%, considerándolos a los servicios básicos de mayor importancia para la producción.

Teniendo en cuenta los datos antes mencionados podemos proceder a realizar nuestra proyección para los cinco años posteriores.

Tabla 48. Proyección de costos

Descripción	Costo mensual	COSTO			COSTO			COSTO			COSTO			COSTO		
		fijos	variables	Total año 1	fijos	variables	Total año 2	fijos	variables	Total año 3	fijos	variables	Total año 4	fijos	variables	Total año 5
Producto A:																
Materia prima	520		\$6.240,00	6240		6253	6253		6266	6266			6279			6292
Mano de Obra	1118,86	13427		13427	13454		13454	13481		13481	13508		13508	13535		13535
Costos Indirectos	3400		\$40.800,00	40800		44882	44882		40964	440		410460	41046			41128
Depreciación		\$5.055,00		\$5.055,00	\$5.065,00		\$5.065,00	\$5.075,00		\$5.075,00	\$5.085,00		\$5.085,00	\$5.095,00		\$5.095,00
TOTALES	\$5.038,90	\$22.402,00	\$47.040,00	\$65.522,00	\$18.519,00	\$51.135,00	\$69.654,00	\$18.556,00	\$47.230,00	\$28.222,00	\$22.545,00	\$417.531,00	\$65.918,00	\$18.630,00	\$47.720,00	\$66.050,00

Fuente: Investigador
 Elaborado: Simisterra P.

Como podemos notar deseamos obtener un 30% más que el año anterior de incremento en ventas anual de tal manera los costos aumentaran en un 2% anualmente teniendo en cuenta que llegaremos en el año 2020 y 2021 lograr optimizar los costos cuando hayamos conocido el movimiento del mercado para no tener pérdidas ni desperdicios en nuestros costos.

5.4.3. Detalle de Gastos

Los desembolsos que hemos considerados necesarios para nuestra producción son los siguientes teniendo en cuenta que es una empresa que se va a crear por tal motivo tomaremos en cuenta a los más indispensables como suministros de oficina y publicidad para dar a conocer nuestro producto y la creación de la empresa Bebidas Miraflores.

Debemos tener en cuenta que no tenemos gastos administrativos como sueldos y otros porque el dueño señor Paúl Simisterra será el gerente de la empresa y administrador general de la misma.

Dejando claro todos estos puntos realizamos el detalle de gastos de la siguiente manera:

Tabla 49. Detalle de Gastos (administrativos)

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldos del personal	Unidad	559,43	2	1118,86	\$13.426,32
Depreciaciones (area administrativa)		0	0	0	0
SUMINISTROS DE OFICINA					
Papel	Resmas	3,5	2	7	84
Esfero	Unidades	0,35	3	1,05	12,6
Grapas	Cajas	0,5	2	1	12
Depreciacion				34,65	415,18
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		563,78	9	1127,91	13950,1
GASTOS DE VENTAS					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad	Unidad	60	1	\$60,00	720
Depreciacion area ventas				\$316,66	3800
TOTAL GASTOS DE VENTA		60	1	\$376,66	4520
GASTOS FINANCIEROS					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
interes	unidad	144	1	129,16	1550
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		60	1	129,16	1550
TOTAL DE GASTOS				1.633,73	20020,1

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P.

5.4.4 Proyección de Gastos

Después de obtener los gastos mensuales podemos realizar una proyección para nuestros gastos en los siguientes cinco años (largo plazo).

En el tercer año realizaremos un préstamo bancario con el fin de incrementar la producción, el préstamo lo realizaremos en la cooperativa Cámara de Comercio de Ambato o en la Cooperativa Oscus por los intereses que son accesibles, el préstamo bancario será de 20 0000 a una tasa de interés del 6,9% para 48 meses (4 años) con una letra mensual de 478, datos que los mostraremos en la siguiente tabla de amortización:

Tabla 50. Proyección de gastos (administrativos)

Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
		Fijos	Var.		Fijos	Var.		Fijos	Var.		Fijos	Var.		Fijos	V ar.	
Sueldos del personal	\$1.118,86	\$13.426,30	-	\$13.426,30	\$1.188,00	-	\$13.453,00	\$1.188,00	-	\$13.480,00	\$1.188,00	-	\$13.507,00	\$1.584,00	-	\$13.534,00
Papel	\$7,00	\$84,00	-	\$84,00	\$84,16	-	\$84,16	\$84,33	-	\$84,33	\$84,50	-	\$84,50	\$84,67	-	\$84,67
Esfero	\$1,05	\$12,60	-	\$12,60	\$12,62	-	\$12,62	\$12,65	-	\$12,65	\$12,67	-	\$12,67	\$12,70	-	\$12,70
Grapas	\$1,00	\$12,00	-	\$12,00	\$12,02	-	\$12,02	\$12,04	-	\$12,04	\$12,07	-	\$12,07	\$12,09	-	\$12,09
Depreciación	\$34,65	\$415,18	-	\$415,18	\$415,18	-	\$415,18	\$415,18	-	\$415,18	\$415,18	-	\$415,18	\$415,18	-	\$415,18
TOTAL	\$1.162,56	\$13.950,08	-	\$13.950,08	\$1.711,98	-	\$13.976,98	\$1.712,20	-	\$14.004,20	\$1.712,42	-	\$14.031,42	\$2.108,64	-	\$14.058,64
GASTOS DE VENTAS																
Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
		Fijos	Var.		Fijos	Var.		Fijos	Var.		Fijos	Var.		Fijos	V ar.	
Publicidad	\$60,00	\$720,00	-	\$720,00	\$721,44	-	\$721,44	\$722,88	-	\$722,88	\$724,32	-	\$724,32	\$725,77	-	\$725,77
Sueldos vendedores	\$559,43	\$6.708,00	-	\$6.708,00	\$6.721,00	-	\$6.721,00	\$6.734,00	-	\$6.734,00	\$6.748,00	-	\$6.748,00	\$6.762,00	-	\$6.762,00
Depreciación	\$316,66	\$3.800,00	-	\$3.800,00	\$3.800,00	-	\$3.800,00	\$3.800,00	-	\$3.800,00	\$3.800,00	-	\$3.800,00	\$3.800,00	-	\$3.800,00
TOTAL	\$936,09	\$11.228,00	-	\$11.228,00	\$11.242,44	-	\$11.242,44	\$11.256,88	-	\$11.256,88	\$11.272,32	-	\$11.272,32	\$11.287,77	-	\$11.287,77
GASTOS FINANCIEROS																
Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
		Fijos	Var.		Fijos	Var.		Fijos	Var.		Fijos	Var.		Fijos	V ar.	
Interés Préstamo bancario	\$478,00	\$-	-	\$1.550,00	\$-	-	\$1.150,00	\$478,00	-	\$721,00	\$478,00	-	\$262,00	\$478,00	-	
TOTAL	\$478,00	\$-	-	\$1.550,00	\$-	-	\$1.150,00	\$478,00	-	\$5.736,00	\$478,00	-	\$262,00	\$478,00	-	
TOTAL GASTOS	\$2.576,65	\$25.178,08	\$-	\$26.728,08	\$12.954,42	\$-	\$26.369,42	\$13.447,08	\$-	\$30.997,08	\$13.462,74	\$-	\$25.565,74	\$13.874,41	\$-	\$25.346,41

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P. (2019)

5.5. MANO DE OBRA

Nuestra mano de obra será directamente para la producción que constara de dos operarios, los que estarán asegurados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y serán acreedores a todos los beneficios que dispone la ley entre los que tenemos decimo tercer sueldo, decimo cuarto sueldo, fondos de reserva, y otros a los que se haga acreedor el trabajador ya sean bonos, comisiones y horas extras de acuerdo al trabajo que desempeñen y la manera que desempeñen sus actividades encomendadas.

Tabla 51. Mano de Obra

CARGO	SUELDO	TOTAL INGRESOS	AP. PATRONAL 12.15%	RECARGOS LEGALES				TOTAL RECARGOS LEGALES	COSTO TOTAL
				13 SUELDO	14 SUELDO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES		
Operario	\$ 396,00	\$ 396,00	\$ 48,11	\$ 33,00	\$ 32,83	\$ 32,99	\$ 16,50	\$ 163,43	\$ 559,43
Operario	\$ 396,00	\$ 396,00	\$ 48,11	\$ 33,00	\$ 32,83	\$ 32,99	\$ 16,50	\$ 163,43	\$ 559,43
TOTAL MENSU AL	\$ 792,00	\$ 792,00	\$ 96,22	\$ 66,00	\$ 65,66	\$ 65,98	\$ 33,00	\$ 326,86	\$ 1.118,86
TOTAL ANUAL	\$ 9.504,00	\$ 9.504,00	\$ 1.154,64	\$ 792,00	\$ 787,92	\$ 791,76	\$ 396,00	\$ 3.922,32	\$ 13.426,32

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P. (2019)

5.6. DEPRECIACIÓN

Conocemos a la depreciación como al desgaste de los activos fijos en nuestra empresa depreciaremos la maquinaria que está valorada en 70 000 y el vehículo de 19 000, lo cual lo detallaremos de la siguiente manera:

Tabla 52. Depreciación

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual	Depreciación mensual
Muebles y Enseres					
Sillas giratorias	10,00	80,00	0,10	8,00	0,67
Escritorios	10,00	180,00	0,10	18,00	1,50
Exhibidores para almacén	10,00	120,00	0,10	12,00	1,00
Mostradores grandes	10,00	170,00	0,10	17,00	1,42
Mesa de corte flor de Jamaica	10,00	120,00	0,10	12,00	1,00
Mesa para producción de Jamaica	10,00	150,00	0,10	15,00	1,25
Teléfonos	10,00	70,00	0,10	7,00	0,58
Extintores de incendios	10,00	80,00	0,10	8,00	0,67
Mesas de embotellamiento	10,00	290,00	0,10	29,00	2,42
Estanterías para bodega	10,00	150,00	0,10	15,00	1,25
Soportes de metal para maquinaria	10,00	95,00	0,10	9,50	0,79
Soportes de metal pequeños	10,00	60,00	0,10	6,00	0,50
Pizarrones	10,00	110,00	0,10	11,00	0,92
Basureros clasificadores	10,00	100,00	0,10	10,00	0,83
Lámparas	10,00	25,00	0,10	2,50	0,21
Botellones de agua	10,00	12,00	0,10	1,20	0,10
Archivadores	10,00	160,00	0,10	16,00	1,33
Herramientas					
Recipientes de metal para lavar Jamaica	10,00	75,00	0,10	7,50	0,63
Recipientes para receptor la fruta	10,00	115,00	0,10	11,50	0,96
Cuchillos	10,00	11,00	0,10	1,10	0,09
Bandejas de metal	10,00	55,00	0,10	5,50	0,46

Maquinarias y Equipo

Embaladora automática de

líquidos	10,00	5000,00	0,10	500,00	41,67
Marmita de 200 lts	10,00	3500,00	0,10	350,00	29,17
Caldero	10,00	3600,00	0,10	360,00	30,00
Mamita envasadora	10,00	5000,00	0,10	500,00	41,67
Tapadora rotativa	10,00	4000,00	0,10	400,00	33,33
Tapadora de botellas	10,00	950,00	0,10	95,00	7,92
Etiquetadora de botellas	10,00	3500,00	0,10	350,00	29,17
Máquina para rellenar	10,00	25000,00	0,10	2500,00	208,33

Vehículo

Chevrolet Luv D-max 2016	5,00	19000,00	0,20	3800,00	316,67
--------------------------	------	----------	------	---------	--------

Equipo de oficina

Computadora HP CORI 5	3,00	600,00	0,33	200,00	16,67
-----------------------	------	--------	------	--------	-------

TOTAL				9277,80	773,15
--------------	--	--	--	----------------	---------------

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P. (2019)

5.7. PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN

Como podemos notar en la siguiente tabla el valor de depreciación será el mismo.

Tabla 53. Proyección de la Depreciación

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres								
Sillas giratorias	\$10,00	\$80,00	\$0,10	\$8,00	\$8,03	\$8,06	\$8,07	\$8,09
Escritorios	\$10,00	\$180,00	\$0,10	\$18,00	\$18,08	\$18,13	\$18,16	\$18,19
Exhibidores para almacén	\$10,00	\$120,00	\$0,10	\$12,00	\$12,05	\$12,08	\$12,11	\$12,13
Mostradores grandes	\$10,00	\$170,00	\$0,10	\$17,00	\$17,07	\$17,12	\$17,15	\$17,18
Mesa de corte flor de Jamaica	\$10,00	\$120,00	\$0,10	\$12,00	\$12,05	\$12,08	\$12,11	\$12,13
Mesa para producción de Jamaica	\$10,00	\$150,00	\$0,10	\$15,00	\$15,06	\$15,10	\$15,14	\$15,16
Extintores de incendios	\$10,00	\$80,00	\$0,10	\$8,00	\$8,03	\$8,06	\$8,07	\$8,09
Mesas de embotellamiento	\$10,00	\$290,00	\$0,10	\$29,00	\$29,12	\$29,20	\$29,26	\$29,31
Estanterías para bodega	\$10,00	\$150,00	\$0,10	\$15,00	\$15,06	\$15,10	\$15,14	\$15,16
Soportes de metal para maquinaria	\$10,00	\$95,00	\$0,10	\$9,50	\$9,54	\$9,57	\$9,59	\$9,60
Soportes de metal pequeños	\$10,00	\$60,00	\$0,10	\$6,00	\$6,03	\$6,04	\$6,05	\$6,06
Pizarrones	\$10,00	\$110,00	\$0,10	\$11,00	\$11,05	\$11,08	\$11,10	\$11,12
Basureros clasificadores	\$10,00	\$100,00	\$0,10	\$10,00	\$10,04	\$10,07	\$10,09	\$10,11

Lámparas	\$10,00	\$25,00	\$0,10	\$2,50	\$2,51	\$2,52	\$2,52	\$2,53
Botellones de agua	\$10,00	\$12,00	\$0,10	\$1,20	\$1,21	\$1,21	\$1,21	\$1,21
Archivadores	\$10,00	\$160,00	\$0,10	\$16,00	\$16,07	\$16,11	\$16,11	\$16,14
Total Muebles y enseres	\$160,00	\$1.902,00	\$1,60	\$190,20	\$191,00	\$0,00	\$191,88	\$192,21
Herramientas								
Recipientes de metal para lavar Jamaica	\$10,00	\$75,00	\$0,10	\$7,50	\$7,53	\$7,55	\$7,57	\$7,58
Recipientes para receptor la fruta	\$10,00	\$115,00	\$0,10	\$11,50	\$11,55	\$11,58	\$11,60	\$11,62
Cuchillos	\$10,00	\$11,00	\$0,10	\$1,10	\$1,10	\$1,11	\$1,11	\$1,11
Bandejas de metal	\$10,00	\$55,00	\$0,10	\$5,50	\$5,52	\$5,54	\$5,54	\$5,55
Total Herramientas	\$40,00	\$256,00	\$0,40	\$25,60	\$25,70	\$0,00	\$25,82	\$25,86
Maquinarias y Equipo								
Embaladora automática de líquidos	\$10,00	\$5.000,00	\$0,10	\$500,00	\$502,08	\$503,48	\$504,53	\$505,37
Marmita de 200 lts	\$10,00	\$3.500,00	\$0,10	\$350,00	\$351,46	\$352,43	\$353,17	\$353,76
Caldero	\$10,00	\$3.600,00	\$0,10	\$360,00	\$361,50	\$362,50	\$363,26	\$363,86
Mamita envasadora	\$10,00	\$5.000,00	\$0,10	\$500,00	\$502,08	\$503,48	\$504,53	\$505,37
Tapadora rotativa	\$10,00	\$4.000,00	\$0,10	\$400,00	\$401,67	\$402,78	\$403,62	\$404,29
Tapadora de botellas	\$10,00	\$950,00	\$0,10	\$95,00	\$95,40	\$95,66	\$95,86	\$96,02
Etiquetadora de botellas	\$10,00	\$3.500,00	\$0,10	\$350,00	\$351,46	\$352,43	\$353,17	\$353,76
Máquina para rellenar	\$10,00	\$25.000,00	\$0,10	\$2.500,00	\$2.510,42	\$2.517,39	\$2.522,63	\$2.526,84
Total Maquinaria y equipos	\$80,00	\$50.550,00	\$0,80	\$5.055,00	\$5.076,07	\$0,00	\$5.100,77	\$5.109,27
Vehículo								
Chevrolet Luv D-max 2016	\$5,00	\$19.000,00	\$0,20	\$3.800,00	\$3.831,67	\$3.852,95	\$3.869,01	\$3.881,90
Total Vehículo	\$5,00	\$19.000,00	\$0,20	\$3.800,00	\$3.831,67	\$0,00	\$3.869,01	\$3.881,90
Equipo de oficina								
Computadora HP CORI 5	\$3,00	\$600,00	\$0,33	\$200,00	\$202,75	\$204,61	\$206,02	\$207,15
Total Equipo	\$3,00	\$600,00	\$0,33	\$200,00	\$202,75	\$0,00	\$206,02	\$207,15
TOTAL				\$9.277,80	\$9.334,21	\$9.372,07	\$9.400,56	\$9.423,47

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P. (2019)

5.8. CÁLCULO DE INGRESOS

La finalidad de nuestra empresa es que el producto que deseamos ofrecer al mercado sea aceptado de esta manera nuestros ingresos esperados mensualmente son de 2000 y con una utilidad de 3600, deseamos llegar a esta utilidad de la siguiente manera:

Tabla 54. Ingresos

Producto	Unidad de medida	Costo + Gasto Total	Margen de Utilidad		Ingresos mensuales	Unidades producidas	Precio de venta unitario
			%	\$			
Agua de Jamaica	Unidad	7615,15	0,43	3274,51	10889,66	10000	1

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P. (2019)

5.9. PROYECCIÓN DE INGRESOS

Esta herramienta nos permitirá ver los números en los que la empresa se encaminará en un futuro, pronosticando ventas, gastos e inversiones dentro de un periodo determinado, los cuales serán traducidos en un estado financiero básico.

A continuación, mostraremos los ingresos esperados a largo plazo.

Tabla 55. Proyección de Ingresos

Productos	Cant.	Precio unit.	Total año 1	Cant.	Precio unit.	Total año 2	Cant.	Precio unit.	Total año 3	Cant.	Precio unit.	Total año 4	Cant.	Precio unit.	Total año 5
Agua de Jamaica	120000	1	120000	120000	1,10	132000	120000	1,20	144000	120000	1,25	150000	120000	1,30	156000
TOTAL INGRESOS			30000			33600			37200			39600			43200

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P.

5.10. FLUJO DE CAJA

Mediante el flujo de caja demostraremos los movimientos de ingresos y egresos, lo que nos sirve para tomar decisiones apropiadas en la empresa en los cinco próximos años en donde podemos notar que tenemos una liquidez y un equilibrio.

Tabla 56. Flujo de Caja

Descripción		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A.	INGRESOS OPERACIONALES		\$120.000,00	\$132.000,00	\$144.000,00	\$150.000,00	\$156.000,00
	Ingresos por ventas		\$120.000,00	\$132.000,00	\$144.000,00	\$150.000,00	\$156.000,00
B.	EGRESOS OPERACIONALES		\$90.700,08	\$90.873,42	\$91.046,08	\$91.220,74	\$91.395,41
	Costos		\$65.522,00	\$65.654,00	\$65.785,00	\$65.917,00	\$66.049,00
	Gastos Administrativos		\$13.950,08	\$13.976,98	\$14.004,20	\$14.031,42	\$14.058,64
	Gastos de Ventas		\$11.228,00	\$11.242,44	\$11.256,88	\$11.272,32	\$11.287,77
C.	FLUJO OPERACIONAL (A-B)	0	\$29.299,92	\$41.126,58	\$52.953,92	\$58.779,26	\$64.604,59
D.	INGRESOS NO OPERACIONALES	0	0	0	0	0	0
	Créditos a contratarse a corto plazo	25000	0	0	0	0	0
	Recursos propios	74300	0	0	0	0	0
E.	EGRESOS NO OPERACIONALES	0	\$12.584,98	\$15.977,58	\$19.235,95	\$21.454,05	\$16.230,91
	Inversion realizada	99300	0	0	0	0	0
	Pago de intereses	0	\$1.550,00	\$1.150,00	\$721,00	\$262,00	0
	Pago Credito		\$5.621,00	\$6.021,00	\$6.451,00	\$6.909,00	0
	Pago de participación de utilidades	0	\$4.162,35	\$5.996,00	\$7.834,00	\$8.777,00	\$9.690,00
	Pago de impuestos	0	\$1.251,63	\$2.810,58	\$4.229,95	\$5.506,05	\$6.540,91
	Otros egresos						
F.	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	0	\$-12.584,98	\$-15.977,58	\$-19.235,95	\$-21.454,05	\$-16.230,91
G.	FLUJO NETO GENERADO (C-F)	0	\$16.714,94	\$25.149,00	\$33.717,97	\$37.325,21	\$48.373,68
H.	SALDO INICIAL DE CAJA	0	0	\$22.128,92	\$56.084,50	\$101.866,42	\$153.474,68

I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	0	\$22.128,92	\$56.084,50	\$101.866,42	\$153.474,68	\$218.079,27
-------------------------------------	---	-------------	-------------	--------------	--------------	--------------

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P. (2019)

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

DETALLE VARIABLE	TOTALES	FIJOS	VARIABLES
INGRESOS	\$120.000,00		
Costos		\$22.402,00	\$44.040,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$13.950,00	0
GASTOS VENTAS		\$11.228,00	0
GASTOS FINANCIEROS		\$1.550,00	0
Total Gastos		\$49.130,00	\$44.040,00
NUMERO DE UNIDADES	\$120.000,00		
PRECIO UNITARIA DE VENTA	\$1,00		
COSTOS VARIABLE UNITARIO	\$0,37		

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P.

$$PE\% = 39010,90$$

En porcentaje de producción

$$PE\% = \frac{\$77,614.53}{\$120.000,00} \times 100$$

$$PEPE\% = 64,67\%$$

Punto de Equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio lo calculamos en tres ámbitos que son los siguientes:

- Valores monetarios
- Unidades vendidas
- Porcentajes de producción

Valores monetarios

$$\text{Punto de equilibrio monetario} \frac{CF}{\frac{1 - CV}{IT}}$$

$$\text{Punto de equilibrio monetario} \frac{\$49.130,00}{\frac{1 - \$44.040,00}{\$120.000,00}}$$

$$\text{Punto de equilibrio monetario} \frac{49130,00}{0,633}$$

$$P\text{Punto de equilibrio monetario} = 77,614.53$$

En unidades vendidas:

$$PEu \frac{\$49.130,00}{1 - \$0,37}$$

$$PEu \frac{49130.00}{0,63}$$

$$PEu = 77984$$

Podemos notar que el punto de equilibrio en unidades monetarias para no perder ni ganar es de \$ 77,614.53 que se cubre con 120.000 unidades producidas aproximadamente

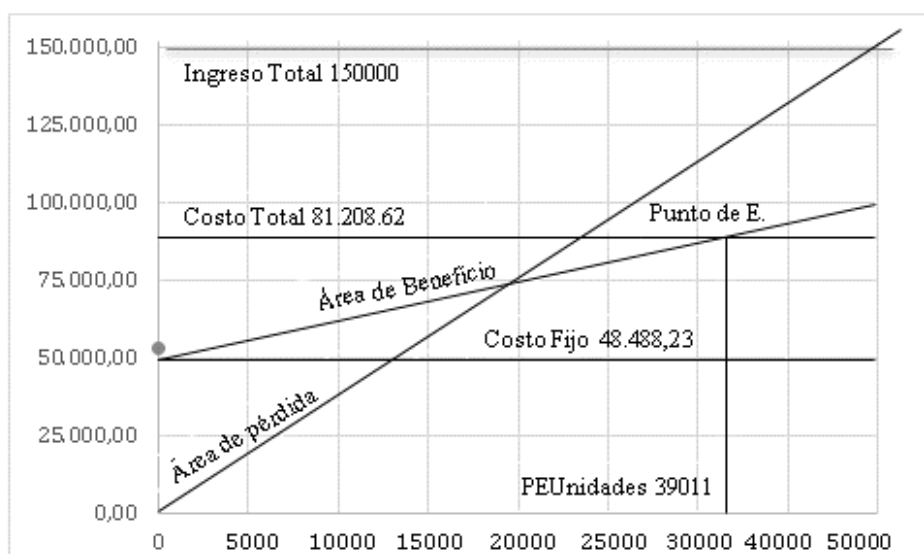


Gráfico: Flujo de caja

Fuente: Empresa Bebidas Mirafior

Elaborado: Paúl Simisterra

5.11. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Mediante este instrumento pudimos comprobar que nuestro producto tendrá rentabilidad en su vida útil esto se da por la aceptabilidad del producto. El cuadro que mostraremos a continuación encontraremos el resumen de las actividades, en donde se muestran la rentabilidad que se obtendrán en los cinco siguientes años.

Tabla 56. Estado de resultados proyectado

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos por ventas	\$120.000,00	\$132.000,00	\$144.000,00	\$150.000,00	\$156.000,00
(-)	Costos de Ventas	\$65.522,00	\$65.654,00	\$65.785,00	\$65.917,00	\$66.049,00
(=)	UTILIDAD BRUTA Y VENTAS	\$54.478,00	\$66.346,00	\$78.215,00	\$84.083,00	\$89.951,00
(-)	Gastos de venta	\$11.228,00	\$11.242,44	\$11.256,88	\$11.272,32	\$11.287,77
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$43.250,00	\$55.103,56	\$66.958,12	\$72.810,68	\$78.663,23
(-)	Gastos Administrativos	\$13.950,08	\$13.976,98	\$14.004,20	\$14.031,42	\$14.058,64
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	\$29.299,92	\$41.126,58	\$52.953,92	\$58.779,26	\$64.604,59
(-)	Gastos Financieros	\$1.550,00	\$1.150,00	\$721,00	\$262,00	\$-
(+)	Otros Ingresos	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
(-)	Otros Egresos	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$27.749,92	\$39.976,58	\$52.232,92	\$58.517,26	\$64.604,59
(-)	15% Participación trabajadores	\$4.162,35	\$5.996,00	\$7.834,00	\$8.777,00	\$9.690,00
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$23.587,57	\$33.980,58	\$44.398,92	\$49.740,26	\$54.914,59
(-)	Impuesto a la renta	\$1.251,63	\$2.810,58	\$4.229,95	\$5.506,05	\$6.540,91
(=)	UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$22.335,94	\$31.170,00	\$40.168,97	\$44.234,21	\$48.373,68

Fuente: Investigador

Elaborado: Simisterra P. (2019)

5.12. EVALUACIÓN FINANCIERA

Para sustentar financieramente los puntos antes mencionados a lo largo de su planeación y ejecución, utilizaremos los instrumentos y técnicas de Evaluación Financiera y las detallamos a continuación:

5.12.1. Tasa Interna de Retorno

Para el cálculo de TIR se toman en cuenta la tasa de rendimiento y la tasa de interés del préstamo bancario. Tasa de rendimiento:

CALCULO DE TMAR

	% PARTICIPACIÓN	TASA DE RENTABILIDAD	PROMEDIO PONDERADO
FONDOS PROPIOS	74,83%	17%	12,72%
FONDOS TERCEROS (BCO.)	25,17%	6,9%	1,74%
TMAR			14,46%

Después de haber calculado la tasa TMAR podemos calcular la tasa de rendimiento global tomando en cuenta la tasa de interés del Banco Central del Ecuador.

La tasa de 31,67% es la que utilizamos para calcular el valor neto de nuestro ejercicio.

a.2) Valor Actual Neto

$$VAN = -99,300 \Sigma \frac{\$16.714,94}{(1+0,14)^1} + \frac{\$25.149,00}{(1+0,14)^2} + \frac{\$33.717,97}{(1+0,14)^3} + \frac{\$37.325,21}{(1+0,14)^4} + \frac{\$48.373,68}{(1+0,14)^5}$$

$$VAN = 4694,71$$

a.3) Tasa Interna de Retorno

$$TIR = TMAR(1) + (TMAR2 - TMAR1) \left[\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right]$$

$$TIR = 0,071 + (0,10 - 0,071) \left[\frac{16441,39}{16441,39 - 5615,83} \right]$$

$$TIR = 0,071 + (0,029) \left[\frac{16441,39}{10.825,56} \right]$$

$$TIR = 0,071 + (0,029) [1,5187565355]$$

$$TIR = 0,071 + (0,029) [1,5187565355]$$

$$TIR = 0,15187565$$

$$TIR = 15,65\%$$

a.4) Beneficio Costo

$$\text{Relación } \frac{B}{C} = \frac{V}{VAC}$$

$$\text{Relación } \frac{B}{C} = \frac{103994}{99300}$$

$$\text{Relación } \frac{B}{C} = 1,04$$

Podemos observar que el beneficio costo tiene una relación de 1,04 lo que nos permite identificar que es superior a 1 y esto concluye que el Plan de Negocios tiene aceptación.

a.5) Período de Recuperación

$$\text{Payback } \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{Flujo de Caja}}$$

$$\text{Payback } \frac{99.300}{103.994}$$

$$\text{Payback} = 0,95 * 5 = 4,75$$

Después de analizar el Payback podemos observar que el 4,75 es el número de periodos que se recupera dentro de la inversión.

BIBLIOGRAFÍA

- Algarra, Gallegos & Reyes. (05 de Mayo de 2017). Dieta y nutrición en la actualidad. (E. Madrid, Ed.) *Revista academica de investigación Tlatemoami*, 5(60), 30.
- Benavides, E., & Moreno, D. (2017). *Propuesta para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de vino artesanal Flor de Jamaica, en el cantón Quito, provincia de Pichincha período 2017-2022*. Quito: Universidad Central del Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16246/1/T-UCE-0005-CEC-055.pdf>
- Berger, J. (2015). Vida Saludable. *Health People*.
- Browman, V. (2019). Temas de salud. *Medline Plus*.
- Ensanut. (2013). Comida Saludable. *Salud*.
- Gamboa, L. (2016). *Cambios sustanciales* (Vol. 1). (Girasol, Ed.) Paris, Francia: Girasol.
- Journal of Food Lipids. (2017). *Expo Business*. (M. Sonora, Ed.) Recuperado el 27 de Marzo de 2016, de Journal of Food Lipids : <http://www.expobusiness.com.mx>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Fundamentos de Marketing* (Vol. 8). (P. educación, Ed., & M. G. Gay, Trad.) Pearson.
- Koziol. (s.f.). Fao. *Fao*. Fao.
- Renhyd. (2017). Nutricion humana y dietetica. (Madrenut, Ed.) *Revista Espanola de nutricion humana y dietetica*, 4(14), 36.
- Rivera, C. (2015). *Estudio de mercado para la producción y comercialización de infusiones de té extraídas de la Flor de Jamaica*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/3281/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-148.pdf>

Rivera, J., & Garcillan, M. (2012). *Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones*. España: Esic Editorial.

Algarra, Gallegos & Reyes. (2017). Dieta y nutrición en la actualidad. (E. Madrid, Ed.) *Revista academica de investigación Tlatemoami* , 5 (60), 30.

Journal of Food Lipids. (2017). *Expo Business*. (M. Sonora, Ed.) Recuperado el 27 de Marzo de 2016, de Journal of Food Lipids :
<http://www.expobusiness.com.mx>

Renhyd. (2017). Nutricion humana y dietetica. (Madrenut, Ed.) *Revista Espanola de nutricion humana y dietetica* , 4 (14), 36.

Koziol. Fao. *Fao*. Fao.

Berger, J. (2015). Vida Saludable. *Health People* .

Browman, V. (2019). Temas de salud. *Medline Plus* .

Ensanut. (2013). Comida Saludable. *Salud* .

Gamboa, L. (2016). *Cambios sustanciales* (Vol. 1). (Girasol, Ed.) Paris, Francia: Girasol.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de Marketing* (Vol. 8). (P. educación, Ed., & M. G. Gay, Trad.) Pearson.

Rivera, J., & Garcillan, M. (2012). *Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones*. España: Esic Editorial.

Benavides, E., & Moreno, D. (2017). *Propuesta para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de vino artesanal Flor de Jamaica, en el cantón Quito, provincia de Pichincha período 2017-2022*. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Rivera, C. (2015). *Estudio de mercado para la producción y comercialización de infusiones de té extraídas de la Flor de Jamaica*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Salgado Valdez, R. (2015). *EMPRESA UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA*. Quito: DerechoEcuador.

Maqueda, J., Olamendi, G., & Parra, F. (2003). *Tu Propia Empresa: Un Reto Personal, Manual útil para Emprendedores*. España: ESIC Editorial.

OEPM. (2010). *Oficina Española de Patentes y Marcas*. Madrid.

ANEXOS

Tabla 57. Dimensión Geografica

PAIS	PROVINCIA	CANTÓN	Año	Pobla. Ecu.	Pobla. Amb.	TCP Ecu.	TCPA Ecu.	TCP.A mb	TCPA Amb.
Ecuador	Tungurahua	Ambato	2010	14.813.001	178.538	1,95	1,95	1,47	1,47
			2011	15.055.986	199.963	1,95	1,95	1,47	1,47
			2012	15.298.387	223.958	1,95	3,9	1,47	2,94
			2013	15.540.403	250.833	1,95	5,85	1,47	4,41
			2014	15.782.114	280.933	1,95	7,8	1,47	5,88
			2015	16.023.640	314.645	1,95	9,75	1,47	7,35
			2016	16.272.968	352.402	1,95	11,7	1,47	8,82
			2017	16.526.175	374.068	1,95	13,65	1,47	10,29
			2018	16.783.322	382.941	1,95	15,6	1,47	11,76
			2019	17.044.470	411.550	1,95	17,55	1,47	13,23

Fuente: Redatan INEC(Censo de Población y Vivienda)
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Tabla 58. Proyección dimensión demografica a 10 años

PAIS	PROVINCIA	CANTÓN	año	Pobla. Ecu.	Pobla. Amb.	TCP Ecu.	TCPA Ecu.	TCP.A mb	TCPA Amb.
Ecuador	Tungurahua	Ambato	2020	17.335.642	460.936	1,95	19,5	1,47	14,7
			2025	18.478.372	829.685	1,95	29,25	1,47	22,05
			2030	19.554.856	995.622	1,95	39	1,47	29,4

Fuente: Redatan INEC(Censo de Población y Vivienda)
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Tabla 59.5 Proyección población escolaridad superior

PAIS	PROVINCIA	CANTÓN	año	Pobla. Estud. Amb.	TCP.Amb	TCPA Amb.
Ecuador	Tungurahua	Ambato	2010	24.000	1,47	1,47
			2011	26.880	1,47	1,47
			2012	30.106	1,47	2,94
			2013	33.718	1,47	4,41
			2014	37.764	1,47	5,88
			2015	42.296	1,47	7,35
			2016	47.372	1,47	8,82
			2017	53.056	1,47	10,29
			2018	59.423	1,47	11,76
			2019	67.000	1,47	13,23

Fuente: Redatan INEC(Censo de Población y Vivienda)
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Tabla 60. Proyección población escolaridad superior a 10 años

PAIS	PROVINCIA	CANTÓN	año	Pobla. Estud. Amb.	TCP.Amb	TCPA Amb.
Ecuador	Tungurahua	Ambato	2020	75.040	1,47	14,7
			2025	135.072	1,47	22,05
			2030	162.086	1,47	29,4

Fuente: Redatan INEC(Censo de Población y Vivienda)
Elaborado por: Simisterra P. (2019)

Tabla 61. Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN CUOTA FIJA PARA FINANCIAMIENTO

Cooperativa Oscus/ Cámara de Comercio

Año 2021 - 2024

Datos de entrada	
Capital	25.000,00
Tasa anual	6,90%
Periodos	48

Tasa periodica	0,58%
Cuota a pagar	597,50

Periodo	Saldo inicial	Intereses	Abono a capital	Cuota a pagar	Saldo final
1	25.000	144	454	597,50	24.546,25
2	24.546	141	456	597,50	24.089,90
3	24.090	139	459	597,50	23.630,92
4	23.631	136	462	597,50	23.169,30
5	23.169	133	464	597,50	22.705,02
6	22.705	131	467	597,50	22.238,08
7	22.238	128	470	597,50	21.768,45
8	21.768	125	472	597,50	21.296,13
9	21.296	122	475	597,50	20.821,08
10	20.821	120	478	597,50	20.343,31
11	20.343	117	481	597,50	19.862,78

12	19.863	114	483	597,50	19.379,50
13	19.379	111	486	597,50	18.893,43
14	18.893	109	489	597,50	18.404,57
15	18.405	106	492	597,50	17.912,90
16	17.913	103	494	597,50	17.418,40
17	17.418	100	497	597,50	16.921,06
18	16.921	97	500	597,50	16.420,86
19	16.421	94	503	597,50	15.917,78
20	15.918	92	506	597,50	15.411,81
21	15.412	89	509	597,50	14.902,94
22	14.903	86	512	597,50	14.391,13
23	14.391	83	515	597,50	13.876,38
24	13.876	80	518	597,50	13.358,68
25	13.359	77	521	597,50	12.837,99
26	12.838	74	524	597,50	12.314,31
27	12.314	71	527	597,50	11.787,62
28	11.788	68	530	597,50	11.257,90
29	11.258	65	533	597,50	10.725,14
30	10.725	62	536	597,50	10.189,31
31	10.189	59	539	597,50	9.650,40
32	9.650	55	542	597,50	9.108,40
33	9.108	52	545	597,50	8.563,27
34	8.563	49	548	597,50	8.015,02
35	8.015	46	551	597,50	7.463,61
36	7.464	43	555	597,50	6.909,02
37	6.909	40	558	597,50	6.351,25
38	6.351	37	561	597,50	5.790,28
39	5.790	33	564	597,50	5.226,07
40	5.226	30	567	597,50	4.658,63
41	4.659	27	571	597,50	4.087,92
42	4.088	24	574	597,50	3.513,93
43	3.514	20	577	597,50	2.936,63
44	2.937	17	581	597,50	2.356,02

45	2.356	14	584	597,50	1.772,07
46	1.772	10	587	597,50	1.184,77
47	1.185	7	591	597,50	594,08
48	594	3	594	597,50	-0,00

Fuente: Empresa Bebidas Miraflor

Elaborado: Paúl Simisterra

Tabla 62. Costos Fijos

COSTOS FIJOS MENSUAL				
Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Total
Local	Unidad	1	200,00	200
Luz	Unidad	1	291,2	291,2
Agua	Unidad	1	224	224
Teléfono	Unidad	1	44,8	44,8
Mantenimiento de maquinaria	Unidad	1	90	90
TOTAL COSTOS FIJOS				850

Fuente: Empresa Bebidas Miraflor

Elaborado: Paúl Simisterra

Tabla 63. Costos Variables

COSTOS VARIABLES MENSUAL				
Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Total
Flor hidratada de Jamaica	Quintales	10	14,5	145
Azúcar procesada	Quintales	10	7	70
Agua Purificada	Litros	200	0,5	100
Agua destilada	Litros	400	0,5	200
Ácido cítrico	Kilos	5	1	5
Mano de Obra	Personas	2	396	792
TOTAL DE COSTOS VARIABLES				1312

Fuente: Empresa Bebidas Miraflor

Elaborado: Paúl Simisterra

Tabla 64. Servicios Básicos

Servicios Básicos		560
Detalle	Porcentaje	Valor
Luz	52%	291,2
Agua	40%	224
Teléfono	8%	44,8
Total		560

Tabla 65. Plan de inversión

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total (USD)
1	Local	200	200
1	Instalaciones y remodelaciones	3000	3000
1	Instalaciones eléctricas	1000	1000
	Total terreno e instalaciones	4200	4200
	Muebles y Enseres		
3	Sillas giratorias	80	240
3	Escritorios	180	540
3	Exhibidores para almacén	120	360
3	Mostradores grandes	170	510
1	Mesa de corte flor de Jamaica	120	120
2	Mesa para producción de Jamaica	150	300
2	Teléfonos	70	140
3	Extintores de incendios	80	240
2	Mesas de embotellamiento	290	580
3	Estanterías para bodega	150	450
2	Escobas	3	6
5	Soportes de metal para maquinaria	95	475
3	Soportes de metal pequeños	60	180
2	Pizarrones	110	220
5	Basureros clasificadores	100	500
8	Lámparas	25	200
3	Botellones de agua	12	36
3	Archivadores	160	480
	Total muebles y enseres	1975	5577

Herramientas

6	Recipientes de metal para lavar Jamaica	75	450
6	Recipientes para receptor la fruta	115	690
5	Cuchillos	11	55
6	Bandejas de metal	55	330
	TOTAL	256	1525

Total de herramientas

Maquinarias y Equipo

1	Embaladora automática de líquidos	5000	5000
3	Marmita de 200 lts	3500	10500
2	Caldero	3600	7200
2	Mamita envasadora	5000	10000
1	Tapadora rotativa	4000	4000
2	Tapadora de botellas	950	1900
1	Etiquetadora de botellas	3500	3500
1	Máquina para rellenar	25000	25000
	Total de Maquinaria y Equipo	50550	67100

Vehículo

1	Chevrolet Luv D-max 2016	19000	19000
	Total de vehículos	19000	19000

Equipo de oficina

1	Computadora HP CORI 5	600	600
	Total de Equipo de oficina	600	600

Costos de Constitución

1	Constitución de la empresa	250	250
2	Patente y marca	240	480
1	Obtención del RUC	15	15

1	Permiso de funcionamiento	35	35
1	Registro sanitario	104	104
1	Promoción y publicidad	415	415
	Total de Costos de Constitución	1059	1299
1	Capital de trabajo	10000	10000
<hr/>			
	TOTAL		109301
<hr/>			

Fuente: Empresa Bebidas Miraflor

Elaborado: Paúl Simisterra