



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE CIENCIAS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TÉ Y ACEITE DE FRUTA
DE LIMA UBICADA EN EL VALLE DE LOS CHILLOS.

Trabajo de investigación para la obtención del título de ingeniero en Administración
de Empresas y negocios

Autora:

Carmen Susana Caiza Quinga

Tutor:

Ing. Fredy Bravo Quezada

Quito – Ecuador

2020

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

Yo Caiza Quinga, Carmen Susana; declaro ser el autor del Proyecto de tesis titulado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TÉ Y ACEITE DE FRUTA DE LIMA UBICADA EN EL VALLE DE LOS CHILLOS”, como requisito optar al grado de “Ing. En 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 RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales las universidades tengan convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

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

Para la constancia de esta autorización, en la Ciudad de Quito a los 26 días del mes de septiembre

Del año 2020, firmo conforme:

Autor: Caiza Quinga, Carmen Susana;

Firma:

Número de Cédula: 175173936-6

Dirección: Pichincha, Quito, Conocoto, Barrio San José de la Salle

Correo electrónico: caizacarmen25@gmail.com

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TÉ Y ACEITE DE FRUTA DE LIMA UBICADA EN EL VALLE DE LOS CHILLOS” presentado por Caiza Quinga Carmen Susana, para optar por el Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios,

CERTIFICO

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

Quito, 26 de septiembre del 2020

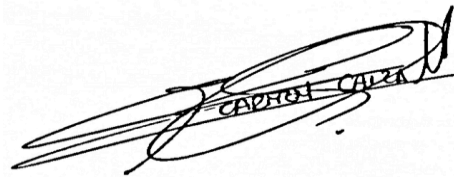
TUTOR

Ing. Freddy Bravo Quezada MBA

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD

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

Quito, 26 de septiembre del 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'CAROL CAIZA', is written over a faint, circular stamp or watermark.

Caiza Quinga Carmen Susana

CI: 175173936-6

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión empastado, sobre PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TÉ Y ACEITE DE FRUTA DE LIMA UBICADA EN EL VALLE DE LOS CHILLOS”, previo a la obtención del Título de Ingeniería 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.

Quito, 09 de septiembre de 2020

Ing. Marcelo Ríos, MBA
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Viviana Cajas, Msc
VOCAL

Ing. Andrés Palacio, MBA
VOCAL

DEDICATORIA:

Mi tesis se las dedico con todo mi amor mis padres Luis Caiza y Janeth Quinga, por el apoyo, sacrificio y esfuerzo por brindarme la oportunidad de prepararme por darme una carrera para mi futuro y por creer en mi capacidad, y obtener el día de hoy el sueño que como familia hemos esperado, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado brindándome su comprensión, cariño y amor

A mi hermano Steven Caiza, por cada momento que me brindo palabras de aliento no me dejaban decaer para que siguiera adelante y siempre sea una mujer perseverante y cumpla con mis ideales.

La autora

AGRADECIMIENTOS

Primero agradezco a Dios que fue el quién decidió cada paso de mi vida para ingresar a la excelencia académica de la Universidad Tecnológica Indoamérica y que gracias a la voluntad de Dios se pudo cumplir un meta tan ansiada y esperada en mi vida, agradezco a mi tutor Ing. Freddy Bravo Q, que con su paciencia y estima se encuentra plasmado su conocimiento de trabajo; a mis profesores y compañeros que con sus valiosas enseñanzas hicieron el día de hoy una profesional de bien y para bien

A mi madre, quien fue que me enseñó a no rendirme a luchar por lo que quiero y merezco, por haber sido mi compañía en mi etapa Universitaria.

Gracias

ÍNDICE DE CONTENIDOS

.....	i
PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL; Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD	iii
Aprobación del tribunal.....	iv
Dedicatoria:	v
Agradecimientos	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
INDICE DE TABLAS	xii
INDICE DE GRÁFICOS	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xviii
ABSTRACT	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN	xx
CAPÍTULO I.....	1
1.1 Objetivos de estudio de mercado	1
1.2 Definición del producto.....	1
1.2.1 Especificación del producto.	1
1.2.2 Aspectos innovadores que proporciona	2
1.3 Definición del mercado.	3
1.3.1 Mercado objetivo.....	3
1.3.1.1 Categorización del sujeto	4
1.3.1.2 Estudio de Segmentación	4
1.3.1.3 Plan de muestreo	6
OBJETIVO ESPECÍFICO 1	7
OBJETIVO ESPECÍFICO 2	8

OBJETIVO ESPECÍFICO 3	8
1.3.1.4 Diseño y recolección de la información	9
1.3.2. Demanda Potencial	26
1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	28
1.4.1. Análisis del micro ambiente.	28
1.4.2. Análisis del Macro ambiente.	31
1.4.2.1. Análisis externo	31
1.4.2.2. Análisis interno	34
1.4.3. Proyección de la oferta	36
<i>1.5 Demanda potencial insatisfecha.</i>	37
1.6. Sistema de distribución a utilizar (Canales de distribución).....	39
1.7. Seguimiento de clientes.....	39
CAPÍTULO II.....	41
2. ÁREA DE PRODUCCION (OPERACIONES).....	41
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	41
2.2.1 Descripción del proceso de transformación del servicio	41
2.2.1.2 Proceso de adquisición de la materia prima para la elaboración del aceite y té de lima	43
2.2.1.3 Proceso de la extracción del aceite de lima	45
2.2.1.4 Proceso de la elaboración del té de lima	48
2.2.1.5 Proceso de entrega de producto al cliente	51
2.2.2 Descripción de las instalaciones, equipos y personas	53
2.2.2.1 Descripción de las instalaciones	53
2.2.2.2 Descripción de equipos	54
2.2.2.3 Requerimiento del personal	58
2.2.3 Tecnología aplicar	59
2.3 Factores que afectan el plan de producción	59
2.3.1 Ritmo de producción	59
2.3.2 Nivel de inventario promedio	60
2.3.3 Número de trabajadores	61
2.4 Capacidad De Producción	61
2.4.1 Capacidad de producción futura	61

2.5 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCION.....	63
2.5.1 Especificación de las materias primas y grado de sustitución que se pueden presentar	63
2.6 Calidad	64
2.6.1 Métodos de control de calidad.....	65
2.6.1.2 Hoja de verificación.....	66
2.7 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN A SUS INSTALACIONES	68
2.7.1 Seguridad e higiene ocupacional.....	68
2.7.1.1 Buenas prácticas de manufactura (BMP).....	69
CAPÍTULO III	71
3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	71
3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	71
3.1.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	71
3.1.2.1 Visión de la Empresa	71
3.1.2 Misión de la Empresa	71
3.1.3 Análisis FODA.....	71
3.2. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	75
3.2.1 Organización Estructural de la Empresa	75
3.2.2 Descripción de los puestos de los organigramas.....	77
3.3 CONTROL DE GESTIÓN	87
3.3.1. Indicadores de gestión	87
3.4. Necesidades del personal	88
CAPÍTULO IV.....	89
4. Área jurídica legal.....	89
4.1 Objetivos de estudio jurídico legal	89
4.2 Determinación de forma jurídica.....	89
4.2.1 Razón social	90
4.2.2 logotipo de la empresa.....	90
4.2.3 Slogan	90
4.2.1 Emisión del RUC	91
4.2.2 Patente Municipal.....	92
4.2.3 Registro de marca SINADI	92

4.3 Licencias para Funcionar y Documentos Legales.....	94
4.3.1 Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ (LUAE).....	94
4.3.2 Permiso de Cuerpo de Bomberos	96
4.3.3 Puntos a inspeccionar para locales de categoría 2 y 3(excepto distribuidores de GLP y gasolineras	96
4.3.4 Permiso Funcionamiento del Ministerio del Interior o PAF (Permisos Anuales de Funcionamiento).....	99
4.3.5 Permiso de Funcionamiento de Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).....	99
4.3.6 Permiso de funcionamiento del ministerio del medio ambiente.....	100
CAPÍTULO V.....	101
5. Área financiera.....	101
5.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO	101
5.2. Plan de Inversiones.....	101
5.3. Plan De Financiamiento	103
5.3. Cálculo de costos y gastos	104
a) Detalle de costos	104
5.3.2 Proyección de Costos	105
b) Proyección de costos	106
c) Detalle de Gasto	107
Proyección de gastos	108
5.3.5 Mano de Obra	108
5.4 Depreciaciones.....	110
5.5 Cálculo de Ingresos.....	111
5.6 Flujo de caja	112
5.7 Punto de Equilibrio.....	114
5.8 Estado de Resultados Proyectado	116
5.9 Evaluación Financiera	117
Conclusiones	121
Recomendaciones	122
<i>Bibliografía</i>	<i>123</i>

INDICE DE TABLAS

Tabla N. 1	Categorización de sujetos	4
Tabla N 2:	Dimensión conductual	5
Tabla N 3:	Dimensión Geográfica del consumidor	5
Tabla N 4:	Población demográfica del consumidor	6
Tabla N 5:	Datos para el cálculo de la muestra	6
Tabla N 6:	Cuadro de necesidades objetivos 1	7
Tabla N 7:	Cuadro de necesidades objetivos 2	8
Tabla N 8:	Cuadro de necesidades objetivos 3	8
Tabla N 9:	Edad de los encuestados	13
Tabla N 10:	Género de los encuestados	14
Tabla N 11:	Beneficios del producto	15
Tabla N 12:	Adquisición del producto	16
Tabla N 13:	Preferencia del consumidor	17
Tabla N 14:	Frecuencia del consumidor	18
Tabla N 15:	Preferencia del consumidor	20
Tabla N 16:	Tiempo del consumidor	21
Tabla N 17:	Distribución al consumidor	22
Tabla N 18:	Precio al consumidor	23
Tabla N 19:	Prueba al consumidor	24
Tabla N 20:	Medios de publicidad preferidos	25
Tabla N 21:	Nivel de consumo de aceite de fruta de lima	26
Tabla 22:	Nivel de consumo de té de fruta de lima	27
Tabla N 23:	Demanda proyectada de consumo de aceite fruta de lima	27
Tabla N 24:	Demanda proyectada de consumo de té de fruta de lima	28
Tabla N 25:	Análisis de las 5 fuerzas de Porter	29
Tabla N 26:	Ponderación	32
Tabla N 27:	Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)	32

Tabla N 28: Ponderación MPC	33
Tabla N 29: Matriz de Perfil Competitivo (MPC)	33
Tabla N 30: Perfil de Ponderación EFI.....	34
Tabla N 31: Matriz de Evolución de Factores Internos (EFI).....	35
Tabla N 32: Oferta de los consumidores aceite de fruta de lima.....	36
Tabla N 33: Proyección de la oferta de aceite de lima.....	36
Tabla N 34: Oferta de los consumidores de té de fruta de lima.	37
Tabla N 35: Proyección de la oferta de té de fruta de lima	37
Tabla N 36: Demanda potencial insatisfecha de aceite de lima.....	38
Tabla N 37: Demanda potencial insatisfecha de té de fruta de lima	38
Tabla N 38: Canales de Comunicación	39
Tabla N 39: Instalaciones	53
Tabla N 40: Descripción muebles y enseres	55
Tabla N 41: Descripción de maquinaria y equipo	56
Tabla N 42: Descripción equipo tecnológico.....	56
Tabla N 43: Descripción de suministros de oficina.....	56
Tabla N 44: Implementos de mantenimiento.....	57
Tabla N 45: Descripción suministros operativos	57
Tabla N 46: Tiempo requerido por trabajador	58
Tabla N 47: Ritmo de producción	59
Tabla N 48: Número de trabajadores de la empresa.....	61
Tabla N 49: Días trabajados en el año	61
Tabla N 50: Producción anticipada de la materia prima	62
Tabla N 51: Detalle del producto y tiempos de la elaboración.....	62
Tabla 52: Capacidad de producción futura.	63
Tabla N 53: Capacidad de producción futura..... ;Error! Marcador no definido.	
Tabla N 53: Capacidad de producción futura.	63
Tabla N 54: Materia prima y sus sustitutos.....	64
Tabla N 55: Descripción de proveedores	64
Tabla N 56: Diagrama de Pareto.....	65

Tabla N 57: Listado de verificación de la materia prima e instrumentos	67
Tabla N 58: Listado de verificación del producto terminado.....	67
Tabla N 59: Análisis FODA	72
Tabla N 60: Estrategias FODA.....	73
Tabla N 61: Descripción del cargo del Gerente / Administrador	77
Tabla N 62: Descripción del puesto (Auxiliar contable)	78
Tabla N 63: Descripción del puesto (Supervisor producción / materia prima) ..	79
Tabla N 64: Descripción del puesto (cocinero/ hornero)	80
Tabla N 65: Descripción del puesto de secado y lavado.....	81
Tabla N 66: Descripción del puesto (Triturador/ envasador).....	82
Tabla N 67: Descripción de puestos (Etiquetado/ empaquetado).....	83
Tabla N 68: Descripción de puestos (Bodeguero)	84
Tabla N 69: Descripción de puesto (Despachador)	85
Tabla N 70: Descripción del puesto (Asistente administrativa / atención al cliente)	86
Tabla N 71: Indicadores de gestión	87
Tabla N 72: Características de la sociedad en compañía limitada	89
Tabla N 73: Plan de Inversiones	101
Tabla N 74: Capital de Trabajo	102
Tabla N 75: Plan de Financiamiento	103
Tabla N 76: Detalle de costos.....	104
Tabla N 77: Proyección de costos	105
Tabla N 78: Resumen de proyección de costos	106
Tabla N 79: Gastos Administrativos	107
Tabla N 80: Proyección de Gastos.....	108
Tabla N 81: Mano de Obra.....	109
Tabla N 82: Beneficios Sociales	109
Tabla N 83: Depreciación de los bienes de la empresa “Lima bella”	110
Tabla N 84: Proyección de la depreciación de bienes y enseres “Lima bella” ..	110
Tabla N 85: Cálculo de Ingresos.....	111

Tabla N 86: Proyección de Ingresos	111
Tabla N 87: Proyección de Ingresos	112
Tabla N 88: Flujo de caja “Lima bella”	113
Tabla N 89: Punto de Equilibrio “Lima bella”	114
Tabla N 90: Estado de Resultados Proyectado “Lima bella”	116
Tabla N 91: Cálculo TMAR	117
Tabla N 92: Valor Actual Neto	117
Tabla N 93: Tasa de Interés Retorno	118
Tabla N 94: Beneficio Costo	118
Tabla N 95: Periodo de Recuperación	119

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N1: Ubicación geográfica de la empresa	4
Gráfico N2: Edad de los encuestados	13
Gráfico N3: Género de los encuestados	14
Gráfico N4: Beneficios del producto	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N5: Adquisición del producto	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N6: Preferencia del consumidor	17
Gráfico N7: frecuencia del consumidor	19
Gráfico N8: Preferencia del consumidor	20
Gráfico N9: Tiempo del consumidor	21
Gráfico N10: Distribución al consumidor	22
Gráfico N11: Precio al consumidor	23
Gráfico N12: Prueba al consumidor	24
Gráfico N13: Medios de publicidad preferidos	25
Gráfico N14: Canal de distribución	39
Gráfico N15: Mapa de procesos de la empresa	42
Gráfico N16: Diagrama de flujo de adquisición de materia prima	44
Gráfico N17: Diagrama de flujo proceso extracción del aceite de lima	47
Gráfico N18: Diagrama de flujo proceso elaboración té de lima	50
Gráfico N19: Diagrama de flujo proceso de entrega al cliente	52
Gráfico N20: Mapa Instalaciones de la empresa	54
Gráfico N21: Nivel de inventario promedio	60
Gráfico N22: Gráfico de Pareto	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N23: Organigrama Estructural de la Empresa	75
Gráfico N24: Organigrama funcional de la Empresa	76
Gráfico N25: logotipo de la Empresa “Lima bella”	90
Gráfico N26: Emisión del RUC	91
Gráfico N27: Emisión del RUC	91
Gráfico N28: Patente municipal	92

Gráfico N29: Licencia Metropolitana (LUAE)	95
Gráfico N30: Licencia Metropolitana (LUAE)	95
Gráfico N31: punto de equilibrio	¡Error! Marcador no definido.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TÉ Y ACEITE DE FRUTA DE LIMA UBICADA EN EL VALLE DE LOS CHILLOS”

AUTOR: Caiza Quinga Carmen Susana

TUTOR: Ing. Freddy Bravo Quezada Msc.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de té y aceite de fruta de lima ubicada en el Valle de los Chillos, es una idea creativa que nace con el afán de plantear una propuesta enfocada hacia el cuidado de la salud y de la piel tanto externa e interna de los habitantes de Conocoto. La empresa se llamará Lima bella que inicia con la comercialización de 2 productos los cuales son: aceite de fruta de lima y té de fruta de lima, la lima como tal es rica en vitamina C, esto quiere decir que ayudara al sistema inmunológico, es importante recalcar que se busca llegar al consumidor con una propuesta diferente de que mantenga su salud en óptimas condiciones de vida evitando momentos de malestar en un futuro. La empresa desea manejar una alternativa pro ambiente incentivando a insumos naturales y el respeto por el planeta; esto indica el compromiso que tiene cada uno de los consumidores de aprovechar los recursos sustentables producidos en la localidad. Además, la empresa manejará estrictos procesos y buenas prácticas para asegurar la calidad de cada producto, utilizando equipos y maquinarias óptimos y adecuados para cada producto. La parte más importante de este proyecto se encuentra en capítulo financiero donde se va a demostrar la factibilidad del emprendimiento obteniendo indicadores como el VAN de \$90.152,73, un TIR del 51,46%, superando el 25% del TMAR, demostrando la rentabilidad del negocio “LIMA BELLA”

Descriptor: Aceite, fruta de lima, sistema inmunológico, vitamina C

**TOPIC: " BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY
PRODUCING AND MARKETING TEA AND FRUIT OIL LIMA
LOCATED IN THE VALLEY OF THE CHILLOS"**

AUTHOR: Caiza Quinga Carmen Susana

TUTOR: Ing. Freddy Bravo Quezada Msc.

EXECUTIVE SUMMARRY (ABSTRACT)

This business plan for the creation of a company producing tea and lime fruit oil located in the valley of Chilllos, is a creative idea born with the desire to propose a proposal focused on health care and skin both external and internal, of the inhabitants of Conocoto. The company will be called Lima Bella, that star with the marketing of 2 products which are: lime fruit oil and lime fruit tea, the lime as such is rich in vitamin C, this means that it will help the immune system, it is important to emphasize that it seeks to reach the consumer with a different proposal that keeps their health in optimal living conditions avoiding moments of discomfort in the future. The company wants to manage a pro-environmental alternative by incentivating natural inputs and respect for the planet; this indicates each consumer's commitment to harnessing the sustainable resources produced in the locality. In addition, the company will handle strict processes and good practices to ensure the quality of each product, using optimal and suitable equipment and machinery for each product. The most important part of this project is in the financial chapter where the feasibility of the venture will demonstrated by obtaining indicators such as the VAN of \$ 90,152.73, an TIR of 51.46%, exceeding 25% of the TMAR, demonstrating the profitability of the business "LIMA BELLA".

Keywords: Oil, lime fruit, immune system, vitamin C

INTRODUCCIÓN

El tema referido a los cuidados a base de la fruta de lima, es catalogado beneficioso para la salud de la población humana, entre sus beneficios, por ejemplo en vitamina c contribuirá al cuidado personal y bienestar de salud con nosotros mismos, evitando en ello grandes gastos y costos financieros en el tema de cuidados de salud, si bien es cierto, la lima es un hidratante natural, entre las funciones de dicho rubro es aportar a tratar enfermedades como los 12 tipos de cáncer, entre ellos el de mama, colon, próstata, pulmón, páncreas etc. es un aliada importante dentro de la curación de estas enfermedades por que ayuda a destrucción de células malignas.

El presente plan de negocios se connota bajo los mecanismos para elaboración y comercialización de té y aceite de lima en el Valle de los Chillos del sector de Conocoto, cabe señalar que el mismo consta de 5 capítulos bien estructurado, a continuación, una breve sinopsis de los mismos:

Capítulo I: Área de Marketing, se encuentra con los siguientes aspectos; definición y especificación del producto, aspectos innovadores, definición de mercado, estudio de segmentación, plan de muestreo, diseño y recolección de información, análisis micro ambiente proyección de la demanda insatisfecha, seguimiento de los clientes y especificación de mercados.

Capítulo II: Área de Producción, se basa en la descripción del proceso de transformación del producto, descripción de instalaciones, equipos y personas, aspectos técnicos y operativos, con los mismos que se realiza los cálculos de la capacidad de producción y todos los parámetros de calidad.

Capítulo III: Área de organización y gestión, este capítulo contiene todos los aspectos relacionados a los objetivos estratégicos tales como son, la misión y la visión de la empresa como tal la estructura organizacional y las necesidades de los recursos humanos.

Capítulo IV: Área jurídica legal, se basa en las bases y trámites legales para la sustentación de la empresa como tal y tener un giro de negocio estable y con las leyes vigentes y actuales, en pocas palabras son aspectos relativos jurídicos de la empresa.

Capítulo V: Se presenta los análisis financieros, en el mismo se detalla las inversiones, los ingresos proyectados, los costos y el análisis de rentabilidad mediante diversos indicadores como el VAN, TIR y el punto de equilibrio

Objetivo de trabajo de titulación

Objetivo general

Elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de té y aceite de lima ubicada en el valle de los chillos.

Objetivos específicos

- Realizar un producto que ayude al aumento de vitamina c en el sistema inmunológico evitando futuras enfermedades de gravedad en la parroquia de Conocoto
- Incentivar a un cuidado preventivo en base a la fruta de lima misma que contiene vitamina c en su estado natural para la nueva generación.
- Analizar los efectos que produce el utilizar medicina alternativa o natural en el organismo del ser humano.

CAPÍTULO I

1. Área de marketing

“El marketing sostiene que la clave para lograr los objetivos de las organizaciones consiste en ser más eficiente que la competencia a la hora de generar, ofrecer y comunicar un mayor valor al mercado metas” (Kotler & Keller, 2009)

1.1 Objetivos de estudio de mercado

Determinar cuántas personas tienen conocimiento referente a los beneficios de la fruta de lima y además en tabular cuantas personas están dispuestas en adquirirla y consumirla, y por último si estarían dispuestos a consumirla en la dieta diaria y por ende saludable con un control proporcionado en medidas en cada desayuno.

1.2 Definición del producto.

En el libro de fundamento de marketing define el producto como algo que puede ser ofrecido, adquirido en un mercado para la atención, uso o consumo, y que puede satisfacer un deseo o necesidad, según (KLOTTER & ARMSTRONG, 2013)

1.2.1 Especificación del producto.

El aceite y té de la fruta de lima es un producto que posee varios nutrientes principalmente en la cáscara y carnosidad del fruto, tiene vitamina C, proteínas, antioxidantes, el aceite ayuda directamente, a la piel mismo que ayuda a la prevención arrugas, y cicatrización de quemaduras y en caso de mujeres embarazadas ayudaría a la prevención de las estrías. A las personas que carecen de vitamina C en su sistema inmunológico, se les proporciona una taza de té de fruta de lima que ayuda a la

cicatrización, reparación de tejidos, y forma parte de una proteína importante para la piel, tendones y vasos sanguíneos.

La fruta de lima como fruto y hojas es un remedio natural que cuida todo el cuerpo humano, este producto también está dirigido para las personas de tercera edad ya que ayuda a la prevención de futuras enfermedades deformativas como artritis y reumatismo, se podría aplicar directamente sobre la piel y beberlo.

1.2.2 Aspectos innovadores que proporciona.

Citrus aurantifolia, también conocida como limón verde o lima verde, es la fruta cítrica jugosa y aromática utilizada como aceite esencial de lima. Las limas crecen los árboles pequeños y arbustillos, tiene hojas, espinas y flores. La fruta de lima suele estar madura cuando las flores del árbol han florecido.

El aceite de té de fruta de lima es un producto natural, tiene una fragancia cítrica y el color es oliva pálida o amarillo claro. La propiedad refrescante del aceite de lima afectar positivamente al estado de ánimo es por eso que el uso en aromaterapia es relajante para aquellas personas que padecen de estrés, el aroma y textura son compatibles con todo tipo de piel.

El laboratorio Aromalab, ofrece todo tipo de aceite esencial mismos que son productos ecuatorianos, este es un local que ya tiene experiencia en el mercado óleo esencial, y además la imponencia en el mercado de los productos, ayudado a generar bienestar saludable en cada hogar, la tecnología que ellos usan es avanzada, disponen de aromatizantes eléctricos, mismos que utilizan para realizar aromaterapia, en este caso el costo de adquisición es un poco elevado, por el mismo hecho de que ellos utilizan tecnología de alta gama.

Aroma ancestral Samay Guasy, es conocida por la manera ancestral en cómo lo hacen el ritual de aromaterapia ellos utilizan instrumentos que son realizados y tallados de manera manufacturados, en dentro de estos instrumentos hay semillas de que da la

madre tierra, al momento de realizar los aceites esenciales lo hacen de una manera muy natural, ya que ellos creen que así están respetando el fruto que dio la madre tierra, el producto que ellos fabrican tiene un olor más fuerte y natural, lo que esta pequeña empresa trata de hacer es impulsar más el conocimiento ancestral de la manera natural en el que se puede cuidar a la salud mental, espiritual y corporal, y precios que son totalmente accesibles y con una demostración gratuita del producto ofertado.

1.3 Definición del mercado.

“Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto, estos compradores comparten una necesidad o un deseo en particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio” según los autores del libro de marketing (Cruz & Cámara, 2010)

La presente investigación esta direccionada hacia las personas que habitan en el sector del Valle de los Chillos, perteneciente a la ciudad de Quito, siendo una zona rural cercana a la parroquia de Conocoto, siendo dicha área geográfica la óptima para instalar la comercialización de un nuevo producto que apertura las puertas de un nuevo mercado, donde se ofertara los derivados de la fruta de lima.

El sector donde se instala dicha empresa, garantizará la estabilidad comercial del producto debido a que los habitantes del sector están en busca de nuevos cuidados para su salud y estética.

1.3.1 Mercado objetivo

Lima bella como producto natural y preventivo de futuras enfermedades está dirigido para todas las personas de la clase media y a la media alta de la población de Conocoto.

Siendo así, se tiene la expectativa de obtener clientes potenciales en el crecimiento como productos naturales en la empresa Lima bella para la población.

1.3.1.1 Categorización del sujeto

Lima Bella ofrecerá productos a hombres y mujeres comprendida entre los 18 a 65 años de edad y a los niños desde los 6 años en adelante como un remedio preventivo de enfermedades, los mismos se puede consumir sin tener síntomas o anomalías de cualquier enfermedad ya mencionadas.

Tabla N. 1 Categorización de sujetos.

CATEGORIA	SUJETO
¿Quién compra?	Familias completas que desean conocer el producto
¿Quién usa?	Niños, adultos, madres y padres de familia
¿Quién decide?	Jefe de hogar
¿Quién influye?	vecinos, amigos, esposo(a), sociedad en general

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

1.3.1.2 Estudio de Segmentación

Lima Bella se encuentra ubicada en el valle de los chillos, perteneciente administrativamente al cantón quito del sector Conocoto, específicamente en la av. Abdón calderón y Panzaleo.

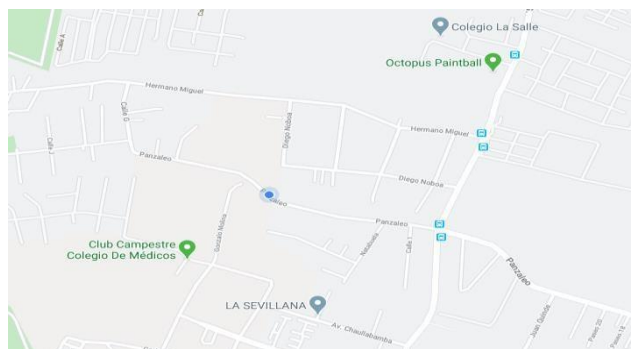


Gráfico N 1: Ubicación geográfica de la empresa

Fuente: Google maps

Elaborado por: Google maps

Siendo Quito capital de la República del Ecuador, cuenta con una población de 2.239.191 habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010)

Tabla N 2: Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCION
Tipo de necesidad	Fisiológica
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	No
Actitud frente el producto	Positiva

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 3: Dimensión Geográfica del consumidor

VARIABLE	DESCRIPCION	POBLACIÓN	POBLACIÓN
		2010	2020
País	Ecuador	14.483.499	17.568.950
Región	Sierra	6.449.355	7.739.273
Provincia	Pichincha	2.576.287	3.224.607
Ciudad	Quito	2.239.191	2.726.889
Zona	Conocoto	82.072	101.954

Fuente: (Inec, 2010)

Elaborado por: La Autora

Para realizar la proyección de la población del año 2010 al año 2020, se calculó mediante la tasa de crecimiento del 1.95% para el país, en la región sierra se utilizó el 1.84%, para la provincia se implementó el 2.27%, y en el caso de la ciudad de utilizó el 1.99% y finalmente para la parroquia de Conocoto se utilizó el 1.81%.

Tabla N 4: Población demográfica del consumidor

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN	POBLACIÓN
		2010	2020
Sexo	Hombres	82.072	101.954
	Mujeres		
SOCIO-ECONOMICO	18 – 65 años	39.957	47.807

Fuente: (Inec, 2010)

Elaborado por: La Autora

1.3.1.3 Plan de muestreo

Se denomina el universo de sujetos a ser investigados, si este universo corresponde a una población FINITA es decir menor a 500.

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

Tabla N 5: Datos para el cálculo de la muestra

VARIABLES	DATOS
n= tamaño de la muestra	?
N= universo poblacional	47.807
Z= nivel de confianza 95%	1.96
e= error muestral	0.05
p= probabilidad a favor	0.5
q= probabilidad En contra	0.5

Fuente: (Inec, 2010)

Elaborado por: La Autora

$$n = \frac{47.807 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{47.807 * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{45.913}{120,4779}$$

$$n = 381$$

OBJETIVO ESPECÍFICO 1:

Realizar un producto que ayude al aumento de vitamina C en sistema inmunológico.

Tabla N 6: Cuadro de necesidades objetivos 1

Necesidades de la información	Tipo de información	de Fuente	Instrumentos
Beneficio del aceite y té de la fruta de lima	Secundaria	Libros, investigaciones científicas	Internet, biblioteca
Determinar las preferencias de los clientes y conocer el porcentaje de compra.	Primaria	Hombres/mujeres socio-económico de Conocoto	Encuesta
Conocer los factores que influyen a la horade compra del aceite y té de lima	Primaria	Hombres/mujeres socio-económico de Conocoto	Encuesta

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

OBJETIVO ESPECÍFICO 2:

Incentivar a un cuidado preventivo a base de la fruta de lima.

Tabla N 7: Cuadro de necesidades objetivos 2

Necesidades de la información	Tipo de información	de Fuente	Instrumentos
Conocer cuántas personas están dispuestas a cuidar su salud.	Primaria	Hombres/mujeres socio-económico de Conocoto	Encuesta
Conocer frecuencia y capacidad de compra	Primaria	Hombres/mujeres socio-económico de Conocoto	Encuesta

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

OBJETIVO ESPECÍFICO 3:

Analizar los efectos que produce al utilizar o consumir medicina alternativa o natural en el organismo del ser humano

Tabla N 8: Cuadro de necesidades objetivos 3

Necesidades de la información	Tipo de información	de Fuente	Instrumentos
Conocer los efectos de la medicina natural.	Secundaria	Libros, artículos científicos	Internet, biblioteca
Investigar la manera en que una alimentación saludable mejore la calidad de vida	Secundaria	Libros, artículos científicos	Internet, biblioteca

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

1.3.1.4 Diseño y recolección de la información.

La recolección de datos se determinó mediante la aplicación de instrumentos, en este caso el de encuesta dirigidas a hombres y mujeres, en los rangos de edades entre 18 y 65 años, obviamente que residan en la parroquia Conocoto del cantón Quito, dicha observación directa permitió conocer más acerca del mercado, distribución, comercialización y aun así la oferta y demanda de dicho producto natural.

1.3.1.5 Desarrollo de instrumentos

Información primaria.

La mayoría de los clientes que utilizan la medicina natural como medicamento alternativo, se determina que es una manera más natural de llevar su salud, sin embargo, aún existen personas que creen que la medicina natural no tiene objetividad al momento de llevar un control diario en la salud de cada habitante. Además, la aplicación de la encuesta, permitió de manera directa obtener información referente a los cuidados que se necesita para poder llevar una calidad vida más saludable y, en base a las preguntas formuladas, fue posible determinar el conocimiento que existe en cada uno de los habitantes de la parroquia de Conocoto, obviamente las mismas referidas al producto natural ofertado en dicho emprendimiento.

Con un nivel de confianza 95% y el error del 5% se determinó que la muestra a estudiar es de 381 personas del sector de Conocoto, además, existen marcas de aceites esenciales ya posicionadas en el mercado, pero con la debida información respectiva a los beneficios de la fruta de lima; la misión de dicha investigación es difundir de manera progresiva las propiedades del producto y hacer de ella una marca reconocida a nivel nacional e internacional.

FORMATO DE LA ENCUESTA

Datos personales

Edad

18 – 24 años

más de 65 años

25 – 45 años

46 – 55 años

56 – 65 años

Género

Masculino

femenino

1. ¿Conoce usted los beneficios de aceite y té de lima y para qué son útiles?

Si

no

**2. El té de lima es beneficioso para la salud ya que posee varios nutrientes
¿En base a este producto estaría dispuesto usted a adquirir el té de lima?**

Si

no

3. ¿Qué le llama la atención del aceite y del té de lima? Puede marcar más de una opción.

Beneficios curativos

Calidad del producto

El olor del producto

El sabor del producto

El precio

La variedad del producto

4. ¿Qué tan frecuente usaría el aceite y té de lima?

Diario

2 – 3 veces por semana

1 vez al mes

No lo usaría

5. ¿Qué tipo de aceite esencial prefiere probarlo?

Aceite de coco

Aceite de almendras

Aceite de lima

Aceite de recino

Aceite romero

6. ¿Desde cuándo usa aceites esenciales en su vida cotidiana?

Menos de un año

De 1 a 3 años

De 3 a 5 años

Más de 5 años

7. ¿Le gustaría que el aceite y té de lima se lo distribuya en?

Centros comerciales

Spa

Centros naturistas

Sala de belleza o peluquerías

Vía online

8. ¿Qué rango de precio estaría dispuesto a pagar por el aceite y el té de lima?

Hasta \$12

De \$13 a \$15

De \$16 a\$ 20

Más de \$20

9. ¿Estaría usted dispuesto a realizar una sesión de aromaterapia utilizando nuestro producto?

Si

no

10. ¿Por qué medio prefiere recibir la información y promoción de los productos de aceite y té de lima?

Facebook

hojas volantes

Instagram

Whatsapp

Página web

otros....

Especifique....

Análisis e Interpretación.

Datos Generales

Tabla N 9: Edad de los encuestados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
18 a 24 años	120	31
25 a 45 años	235	62
46 a 55 años	17	4
56 a 65 años	9	2
mas de 65años	0	0
TOTAL	381	100

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

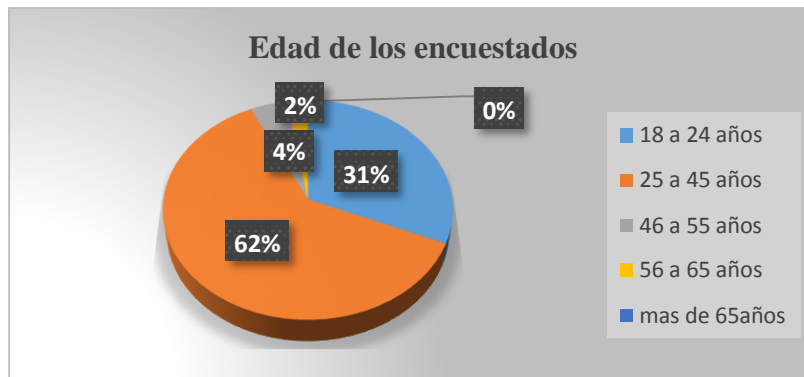


Gráfico N 2: Edad de los encuestados

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Análisis.

De acuerdo a la información obtenida, se observó que el mayor porcentaje de los encuestados (62%) se encuentra en los rangos entre los 25 y 45 años de edad, seguido del (31%), entre los rangos 18 y 24 años de edad, (4%) de 46 a 55 años de edad, el (2%) de 56 a 65 años de edad.

Interpretación

El rango mayoritario de los encuestados se centra en los grupos de edades de 25 a 45 años de edad, determinando en ello que la PEA es la dominante en cuanto al producto ofertado.

Tabla N 10: Género de los encuestados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Masculino	173	46
Femenino	208	54
TOTAL	381	100

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

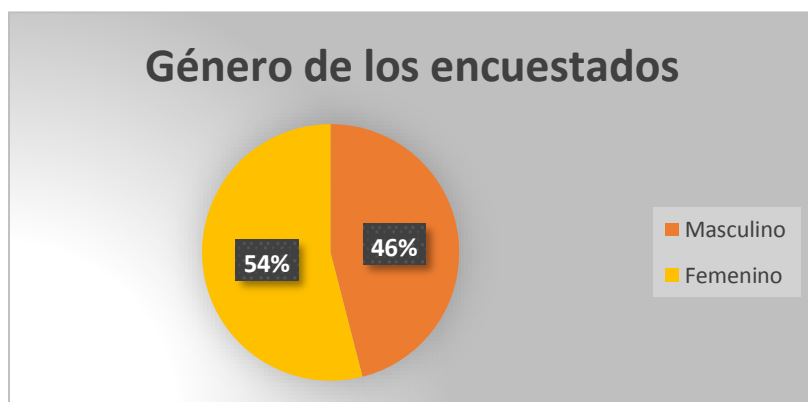


Gráfico N 3: Edad de los encuestados

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Análisis

De acuerdo a los análisis obtenidos en la encuesta, se observó que el 54% de la población encuestada son mujeres y el 46% son hombres, lo que a da a notar una inclinación más estética para la mujer.

Interpretación.

Al obtener como resultado que la mayoría de personas encuestadas, son mujeres, el cual responde que dicho género está más dedicada a la salud interna y externa de ellas, es una gran iniciativa para empoderar a la mujer con iniciativa de distribuir el producto.

PREGUNTA 1 ¿Conoce usted los beneficios de aceite y té de lima y para qué son útiles?

Tabla N 11: Beneficios del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
No	276	73
Si	105	28
TOTAL	381	100

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

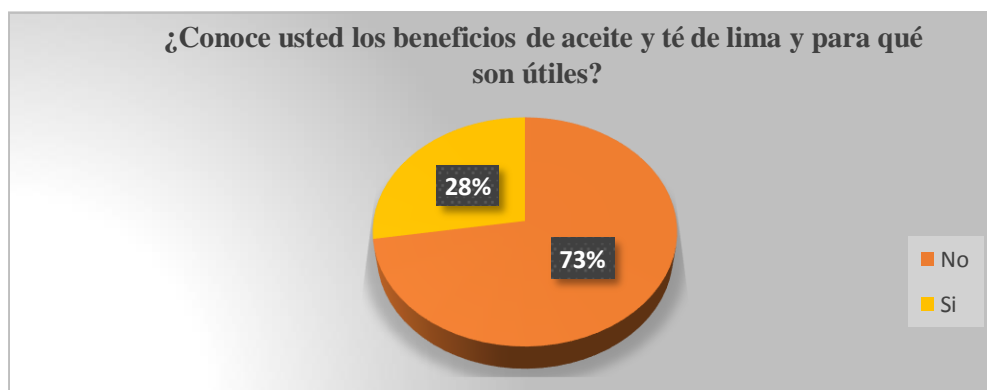


Gráfico N 4: Edad de los encuestados

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Análisis.

La pregunta 1 es importante en la encuesta, en la misma se demuestra que la mayoría de personas con un (73%) no tienen conocimiento sobre el producto y podemos introducir en el mercado, con un (28%) si es viable para la distribución del mismo.

Interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se determinó que el producto en sí, no es conocido como una medicina alternativa, por lo tanto, con este resultado se puede posicionar el producto en el mercado y lanzarlo como producto innovador.

PREGUNTA 2: El té de lima es beneficioso para la salud ya que posee varios nutrientes ¿En base a este producto estaría dispuesto usted a adquirir el té de lima?

Tabla N 12: Adquisición del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
No	60	14
Si	321	86
TOTAL	381	100

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

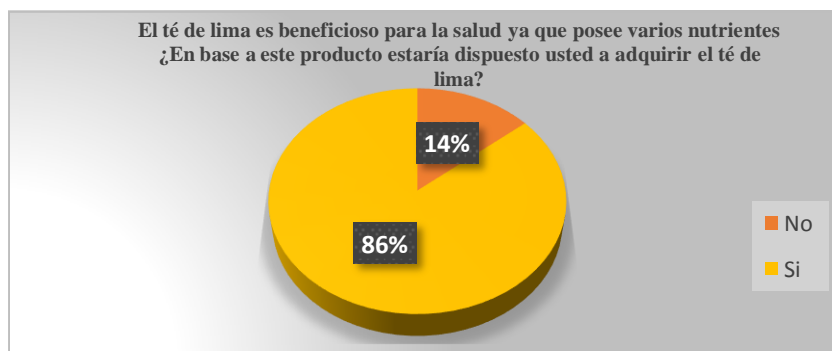


Gráfico N 5: Edad de los encuestados

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Análisis

Los resultados de esta pregunta indican que el (86%) de la población encuestada si está dispuesta a adquirir el producto, mientras que con un (14%) se niega a adquirir el mismo.

Interpretación

La mayoría de la población está dispuesta a adquirir el producto, sea para probarlo o tiene la intención de hacerlo de uso cotidiana, ya que el producto es de medicina natural y está disponible para introducirse en el mercado nacional.

PREGUNTA 3 ¿Qué le llama la atención del aceite y del té de lima? Puede marcar más de una opción.

Tabla N 13: Preferencia del consumidor

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Beneficios curativos	310	42
Calidad del producto	100	14
El Olor del producto	70	10
El Sabor del producto	85	12
El Precio	65	9
La variedad del producto	95	13
TOTAL	725	100

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

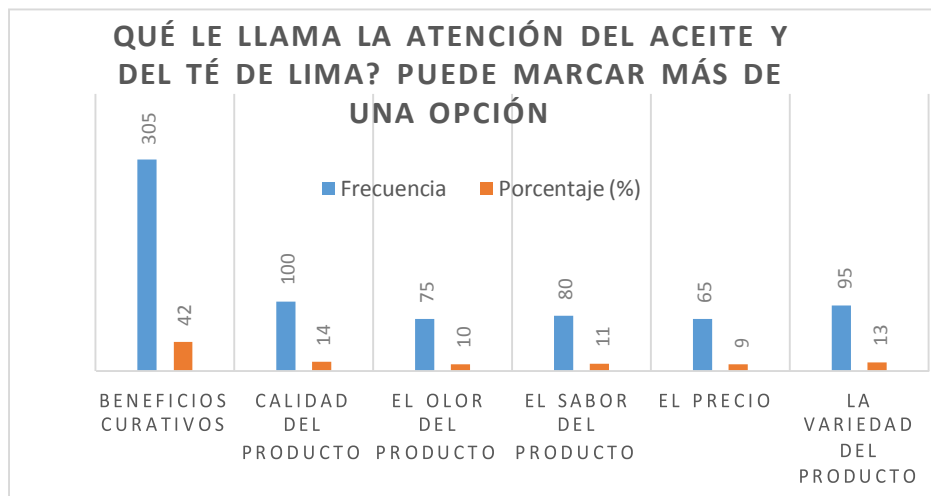


Gráfico N 6: Preferencia del consumidor

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora.

Análisis.

Según los resultados de la encuesta, se obtiene la siguiente información, (42%) de la población encuestada prefieren el producto por los beneficios curativos, el (14%) decide que el producto es de buena calidad, con el (13%) de encuestados afirman que tiene una variedad de producto, si bien es cierto el (11%) de la población afirma que es por su sabor que lo adquieren, y finalmente con el (9%) de los encuestados afirman que por el olor y precio del producto respectivamente lo comprarían.

Interpretación.

Se observó que la mayor parte de la población encuestada con el (42%), acepta el producto por los beneficios curativos, esto significa que la población se siente con la responsabilidad de cuidar el bienestar, sea de índole saludable o cosmetológico.

PREGUNTA 4: ¿Qué tan frecuente usaría el aceite y té de lima?

Tabla N 14: Frecuencia del consumidor

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Diario	76	20
2 - 3 veces por semana	204	54
1 vez al mes	81	21
No lo usaría	19	5
TOTAL	381	100

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

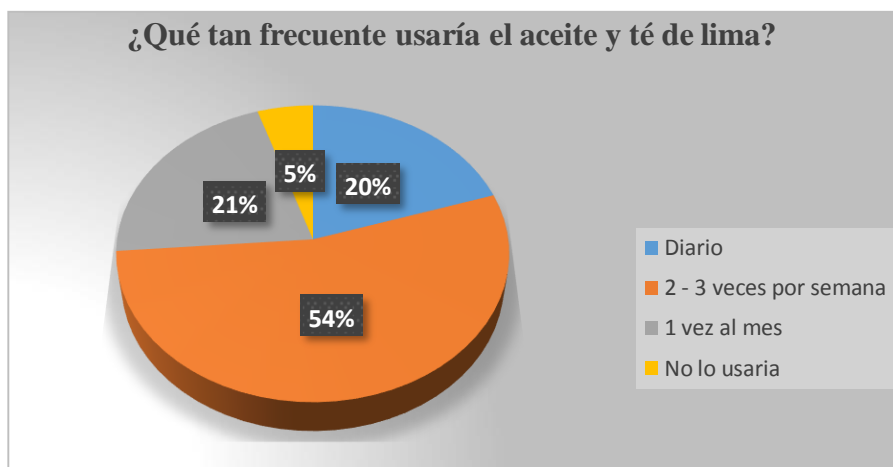


Gráfico N 7: frecuencia del consumidor

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora.

Análisis.

Según los resultados de la encuesta se determinó que el 54% de la población encuestada usaría de 2 – 3 veces por semana el producto, con un 21% decide que lo usa una vez al mes, con un 20% de la población encuestada determinó usarlo diariamente, finalmente con un 5% no lo usaría.

Interpretación.

Se puede observar que la población encuestada tiene una gran aceptación en el producto con un 54%, eso quiere decir que el producto podría generar una gran demanda significativa de adquisición en el mercado.

PREGUNTA 5: ¿Qué tipo de aceite esencial prefiere probarlo?

Tabla N 15: Preferencia del consumidor

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Aceite de coco	265	36
Aceite de almendras	185	25
Aceite de lima	145	20
Aceite de recino	55	8
Aceite de romero	75	10
TOTAL	725	100

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

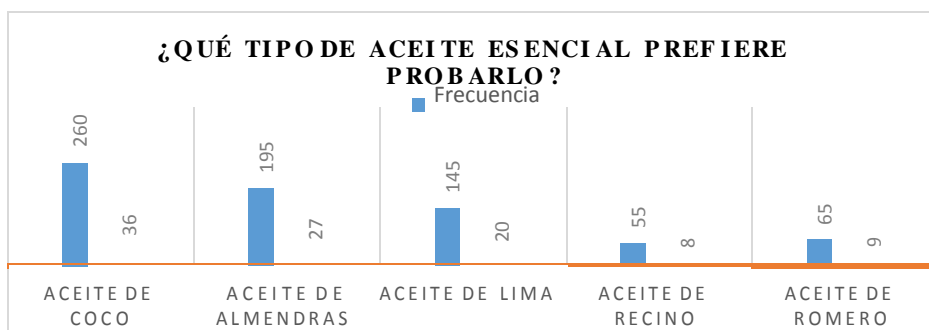


Gráfico N 8: Preferencia del consumidor

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora.

Análisis.

En el gráfico 8, se puede observar que el 36% de la población adquiere aceite de coco, con un 27% se encuentra el aceite de almendras, en tercer lugar se tiene al aceite de lima con 20%, el aceite de romero tiene un 9% de aceptación y finalmente con un 8% al aceite de recino.

Interpretación.

En ello se indica que la mayoría de población decide adquirir aceite de coco, donde facilitar la iniciativa en situar a la par y promocionar el producto igualando o superando al aceite de coco.

PREGUNTA 6: ¿Desde cuándo usa aceites esenciales en su vida cotidiana?

Tabla N 16: Tiempo del consumidor

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Menos de 1 año	184	48
De 1 a 3 años	60	16
De 3 a 5 años	39	10
Mas de 5 años	98	26
TOTAL	381	100

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

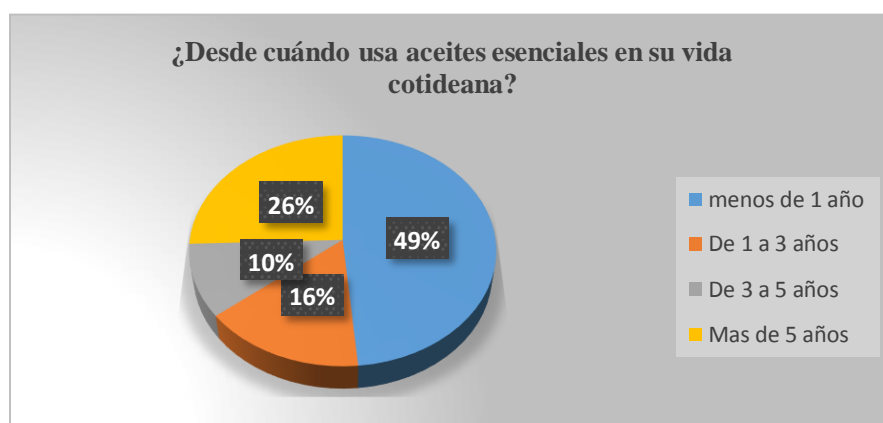


Gráfico N 9: Tiempo del consumidor

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora.

Análisis.

En dicha pregunta 6 se pudo observar que la población usa el producto menos de un año con el 48%, de 1 a 3 años tiene el 16%, de 3 a 5 años con el 10%, y finalmente más de 5 años con el 26%.

Interpretación.

En el gráfico se expone que el 49% de la población encuestada usa aceites menos de 1 año, lo que se debe entender que no son constantes en el uso y esta estadística nos da apertura para poder promocionar el producto más a fondo.

PREGUNTA 7: ¿Le gustaría que el aceite y té de lima se lo distribuya en?

Tabla N 17: Distribución al consumidor

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Centros comerciales	180	47
SPA	10	3
Centros naturistas	98	26
Sala de belleza / peluquerías	36	9
Via online	59	15
TOTAL	381	100

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

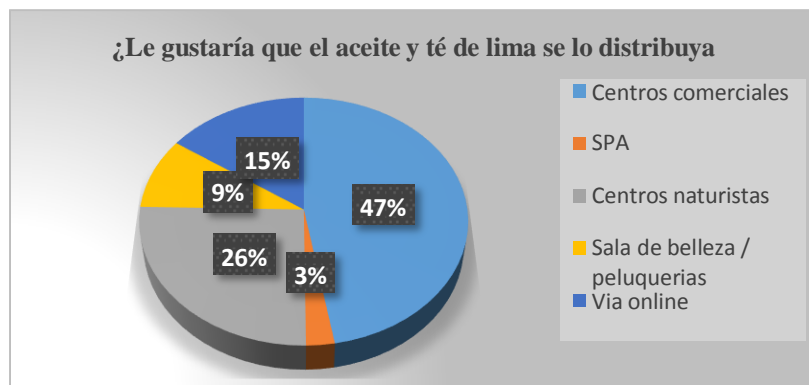


Gráfico N 10: Distribución al consumidor

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora.

Análisis

Según, a los resultados obtenidos, se indica que el 46% de las personas prefiere que se lo distribuya a centros comerciales, el 3% de la población opto por los SPA, con un 25% de la población afirmó que prefiere los centros naturistas, el 9% decide que en los salones de belleza o peluquería y finalmente con un 18% se lo distribuya vía online.

Interpretación.

La mayoría de la población con un 47% opto que el producto se le oferte en los centros comerciales, por mayor afluencia que existe.

PREGUNTA 8: ¿Qué rango de precio estaría dispuesto a pagar por el aceite y el té de lima?

Tabla N 18: Precio al consumidor

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Hasta \$12	219	57
De \$13 a \$15	123	32
De \$16 a \$20	39	10
Mas de \$20	0	0
TOTAL	381	100

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

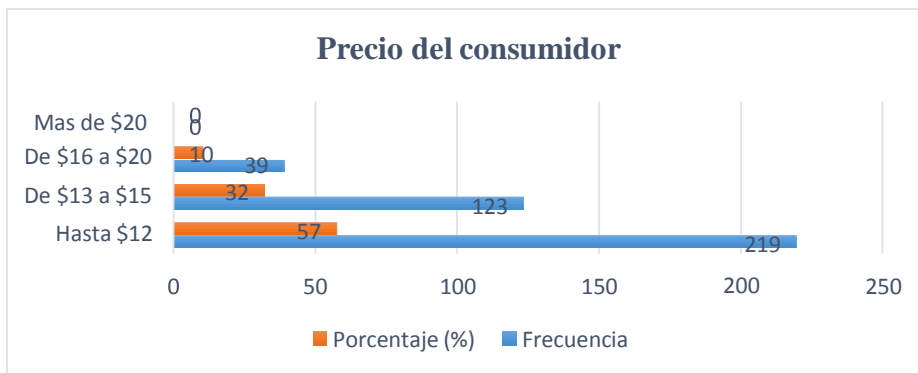


Gráfico N 11: Precio al consumidor

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora.

Análisis.

La muestra indica que el 57% de la población están dispuestos a pagar \$12 dólares por el producto ofertado, el 32% de \$13 a \$15, con un 10% están dispuestos a pagar de \$16 a \$20 por la adquisición del producto, y el 0% no está dispuesto a pagar más de \$20.

Interpretación.

Gracias a los resultados obtenidos, se concluye que la mayoría de las personas que viven en el sector, estarían dispuesta a pagar \$12 por el producto de aceite y té, lo que muestra que si es aceptado en el mercado por la accesibilidad del mismo.

PREGUNTA 9: ¿Estaría usted dispuesto a realizar una sesión de aromaterapia utilizando nuestro producto?

Tabla N 19: Prueba al consumidor

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	341	89
No	41	11
TOTAL	381	100

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

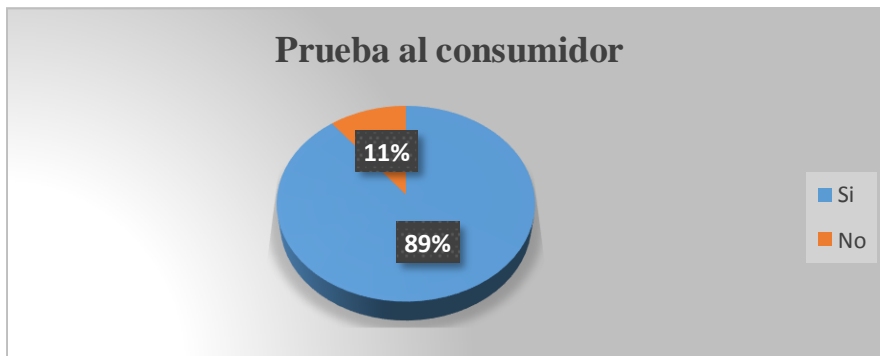


Gráfico N 12: Prueba al consumidor

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora.

Análisis.

Con los resultados obtenidos de la pregunta 9, un 89% de la población acepta realizar una prueba de aromaterapia utilizando el aceite, mientras que el 11% decide no estar dispuesto a realizar dicha prueba.

Interpretación.

La mayoría de la población está interesada en conocer los beneficios del aceite y es por ello que se afirma, si la utilizarían en una sesión de aromaterapia, lo que se da a entender que si se realizaría una prueba al consumidor.

PREGUNTA 10: ¿Por qué medio prefiere recibir la información y promoción de los productos de aceite y té de lima?

Tabla N 20: Medios de publicidad preferidos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Facebook	205	33
Instagram	106	17
Página web	102	16
Whatsapp	166	27
Hojas volantes	29	5
Email	5	1
Correo	10	2
TOTAL	624	100

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

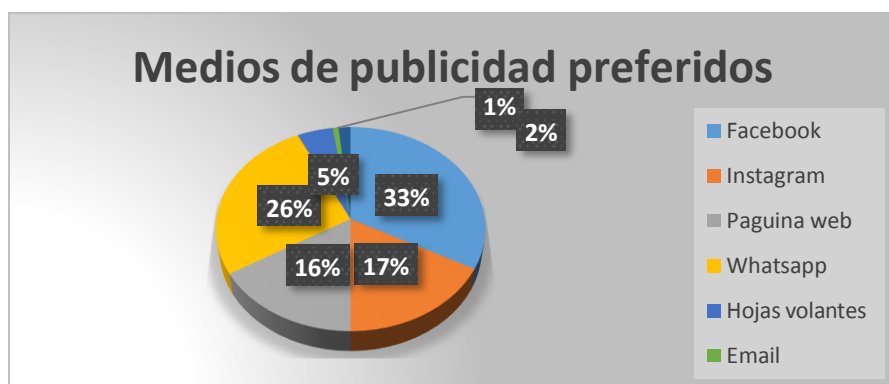


Gráfico N 13: Medios de publicidad preferidos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora.

Análisis.

En la pregunta 10, se puede concluir que el 33% de consumidores prefieren conocer las promociones y productos de aceite y té de lima a través de Facebook, el 17% prefiere por la red social de Instagram, el 16% prefiere que sea por páginas web, con un 26% que la información se las envíe por Whatsapp, con un 5% que sea con hojas volantes, el 1% por email y finalmente el 2% decide que por correo.

Interpretación.

Observando lo antes expuesto, se puede decir que el objetivo de este proyecto de mercado, se encuentra enfocado en la población joven, el mismo eje fundamental de vanguardia en tecnología. El mayor número de personas prefiere conocer los beneficios, características y beneficios de los productos mediante plataformas digitales, este punto se debe tomar en cuenta para la planificación de publicidad que implemente la empresa.

1.3.2. Demanda Potencial

Para evaluar la demanda potencial, se consideraron los siguientes datos, el nivel de consumo per cápita de los aceites, el cual corresponden a 254 ml (promedio año) según (EKOS, 2015), el número de la población económicamente activa del sector que abarca 47.807 habitantes (INEC, 2010) y la pregunta 2 de la encuesta que dice: El té de lima es beneficioso para la salud ya que posee varios nutrientes ¿En base a este producto estaría dispuesto usted a adquirir el té de lima? Donde el 86% de la población contesta de forma positiva, con estos datos se inicia el cálculo de la demanda potencial.

$$X = 47.807 \times 0,86$$

$$X = 41.114 \text{ habitantes}$$

Tabla N 21: Nivel de consumo de aceite de fruta de lima

PERIODO	UNIDAD EN L	NUMERO DE HABITANTES DE LA PARROQUIA DE CONOCOTO	DEMANDA EN L	PESO PROMEDIO 0.15 L
MENSUAL	0.254	41.114	10.442	68.523

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Cálculo:

N° Habitantes x Consumo per cápita) / (Peso por unidad de producto aceite)

$$DP = (41.114 \times 0.254) / 0.15 = 68.523$$

Tabla 22: Nivel de consumo de té de fruta de lima

PERIODO	UNIDAD EN KG	NUMERO DE HABITANTES DE LA PARROQUIA DE CONOCOTO	DEMANDA EN KG	PESO PROMEDIO 0.15KG
MENSUAL	0.05	41.114	2.055	13.704

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Cálculo:

(N° Habitantes x Consumo per cápita) / (Peso por unidad de producto té)

$$DP = (41.114 \times 0.05) / 0.15 = 13.704$$

Una vez obtenida la demanda en litros se proyectó con el 1,81% (INEC, 2010), correspondiente a la tasa de crecimiento poblacional de la parroquia de Conocoto.

Fórmula de proyección:

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Dónde:

C_n = Valor futuro

C_o = Valor inicial

i = Tasa de crecimiento

n = número de periodos

Tabla N 23: Demanda proyectada de consumo de aceite fruta de lima.

AÑO	CANTIDAD
2020	68.523
2021	74.953
2022	81.986
2023	89.679
2024	98.095

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 24: Demanda proyectada de consumo de té de fruta de lima.

AÑO	CANTIDAD
2020	13.704
2021	14.990
2022	16.397
2023	17.935
2024	19.618

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

El autor (Pérez, 2010) afirma que las cinco fuerzas de Michael Porter, perfila a un esquema simple y práctico para poder realizar un análisis de una empresa a través de la industria o sector que pertenece.

1.4.1. Análisis del micro ambiente.

Para realizar el análisis del microambiente se aplicó las 5 fuerzas de Porter, en las cuales se consideró: amenaza de nuevos competidores, poder de negociación con los proveedores, poder de negociación con los consumidores, y amenaza de ingreso con productos sustitutos.

A continuación, se expone cada uno de los factores antes descritos.

Tabla N 25: Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Factor	Descripción
<p>Poder de Negociación de los clientes</p>	<p>Los clientes potenciales a los cuales se dirige Lima bella son personas de 18 a 65 años de edad que residan en la parroquia de Conocoto, ubicada en el valle de los chillos y desean adquirir los productos nuevos de aceite y té de lima.</p> <p>OPORTUNIDAD: Existe un gran número de habitantes que desean conocer y adquirir productos innovadores.</p> <p>OPORTUNIDAD: no existe un lugar exclusivo donde se puede encontrar un aceite y té de lima en el sector.</p> <p>De acuerdo a los puntos mencionados anteriormente se puede concluir que el poder de negociación de los clientes es baja ya que al existir un elevado número de personas que se desea adquirir y probar los productos de aceite y té de fruta de lima, tienen la capacidad de poder cancelar el valor, pero no el convencimiento para ponerlo como medicina natural y preventiva para los hogares consumidores.</p>
<p>Poder de Negociación de los proveedores</p>	<p>Existen varios proveedores dedicados a la venta de productos de aceites esenciales, por lo que la amenaza es media, mismo hecho que no influye este aspecto para la futura empresa.</p> <p>Es importante mencionar que los proveedores están sujetos a la progresividad del mercado.</p>

En el sector del valle de los chillos no existe una empresa que realice la extracción del aceite de lima ni su hoja para realizar un té, sin embargo, existe pequeños emprendedores que realizan extracción de aceites esenciales de otro tipo y uso, su producción es muy pequeña.

Por los mismo es importante destacar las principales barreras de entrada.

BARRERAS DE ENTRADAS:

Amenaza de nuevos competidores

AMENAZA: En el caso de Aromalab, esta es una empresa que está dedicada a la belleza de la mujer y de la piel misma que también distribuye accesorios y maquinaria para SPA, tiene participación el mercado y la oferta de un buen producto a sus clientes.

AMENAZA: la experiencia de Aroma ancestral Samay Guasy tiene alta experiencia en el arte de aromas esenciales, ya que su extracción es netamente natural sus productos han tomado acogida únicamente en el sector de Pululahua mitad del mundo.

Se plantea que si existe una amenaza media de nuestros nuevos competidores.

Amenaza de productos sustitutos

Se puede considerar como sustitutos a los productos similares o alternativos que se puede encontrar en centros naturistas o SPA, que vendan algún tipo de aceite o medicamento natural, sin embargo, muchas de las veces no

satisfacen la necesidad del consumidor, por lo que no se puede definir como sustituto.

Lima bella desea elaborar un aceite y té de la fruta de lima con beneficios asombrosos para la salud y la belleza, su aroma es dulce y cítrico con un servicio personalizado para crear lealtad en los clientes.

Esta estrategia es una manera positiva de reducir la amenaza de sustitutos.

Rivalidad de los competidores

En el Cantón de Quito existen empresas que producen aceites esenciales ya sea de manera de alta tecnología o de manera ancestral, sin embargo, en la parroquia de Conocoto no existe una empresa de que realice este producto de aceite y té de la fruta de lima, es ahí que Lima bella tiene la oportunidad para llegar a los consumidores que deseen adquirir este tipo de aceite y té.

Se puede concluir que existe un rango medio de rivalidad entre competidores.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

1.4.2. Análisis del Macro ambiente.

1.4.2.1. Análisis externo

Por otro lado, es importante identificar los factores externos (OPORTUNIDADES Y AMENAZAS) que provocan un impacto en la organización: estos factores serán analizados en la Matriz de la Evaluación de Factores Externos cuya ponderación es:

Tabla N 26: Ponderación

AMANAZA ALTA	=	1
AMENAZA BAJA	=	2
OPORTUNIDAD BAJA	=	3
OPORTUNIDAD ALTA	=	4

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 27: Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE).

DETALLE	PESO INDUSTRIA	CALIFICACION EMPRESA	VALOR PONDERADA
OPORTUNIDADES			
Existe una gran número de habitantes en el sector a los cuales le gustaría adquirir nuestro producto de aceite y té de lima	0,12	4	0,48
Políticas gubernamentales para fomentar un cuidado en la salud	0,11	4	0,44
Costo de materia prima económico	0,11	4	0,44
La producción de aceite y té de lima no genera impacto ambiental	0,07	3	0,21
Apoyo de los consumidores mediante el uso de las TICS a favor de una vida más saludable y estética en la vida cotidiana	0,12	4	0,48
Variedad de proveedores	0,09	3	0,27
AMENAZAS			
Trámites engorrosos para sacar los permisos de funcionamiento de la empresa	0,08	1	0,08
Cambio de gustos en el consumidor	0,12	1	0,12

Mayor participación de la empresas posicionadas en la Cantón Quito	0,09	1	0,09
Bajo crecimiento del PIB (producto interno bruto)	0,09	2	0,18
TOTAL	1		2,79

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: La Autora

La matriz EFE arroja como resultado 2,79 puntos, lo que indica que la empresa Lima bella ha respondido con efectividad a las oportunidades y amenazas del entorno. La empresa debe saber aprovechar las oportunidades e implementar un plan que permita controlar las amenazas.

A continuación, se detalla la matriz de perfil competitivo, la misma permitirá analizar las empresas competidoras.

Tabla N 28: Ponderación MPC

MAYOR DEBILIDAD	=	1
MENOR DEBILIDAD	=	2
MENOR FUERZA	=	3
MAYOR FUERZA	=	4

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: La Autora

Tabla N 29: Matriz de Perfil Competitivo (MPC)

FACTORES CLAVES DEL ÉXITO	PESO	AROMALAB		AROMA ANCESTRAL SAMAY GUASY	
		CALIF.	PESO PONDERADO	CALIF.	PESO PONDERADO
Posicionamiento de mercado	0,14	2	0,28	1	0,14
Fidelización de los clientes	0,06	4	0,24	2	0,12
Precio de producto	0,11	2	0,22	2	0,22
Calidad de producto	0,13	3	0,39	3	0,39
Competencia de precios	0,1	2	0,2	2	0,2

Servicio al cliente	0,15	2	0,3	3	0,45
Experiencia en el Mercado	0,07	4	0,28	4	0,28
Publicidad	0,15	1	0,15	1	0,15
Experiencia laboral	0,05	2	0,1	2	0,1
Equipo y maquinaria	0,04	2	0,08	3	0,12
TOTAL		1		2,24	2,17

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

El cuadro presenta que la empresa Aromalab tiene un peso ponderado de 2,24 y Aroma ancestral Samay Guasy de 2,17.

La “Fidelización de los clientes” y “Experiencia de Mercado son los factores superiores, como los indica la calificación de 4; sin embargo, la “Publicidad” y el “Posicionamiento de mercado son los factores con calificación más baja de 1.

Es importante plantear propuestas que sirvan de estrategias para el posicionamiento y además en publicidad, para así alcanzar un mayor número de consumidores.

1.4.2.2. Análisis interno

Para realizar el análisis interno, se procedió a determinar las debilidades y fortalezas de la competencia del sector; esto se lo desarrolla mediante la Matriz de Evaluación de Factores (EFI)

Tabla N 30: Perfil de Ponderación EFI

DEBILIDAD ALTA	=	1
DEBILIDAD BAJA	=	2
FORTALEZA ALTA	=	3
FORTALEZA BAJA	=	4

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 31: Matriz de Evolución de Factores Internos (EFI)

DETALLE	PESO INDUSTRIA	CALIFICACION EMPRESA	VALOR PONDERADA
FORTALEZAS			
Ubicación estratégica de la empresa	0,08	4	0,32
Recursos propios para poner en marcha el negocio	0,06	3	0,18
Talento humano capacitado	0,11	4	0,44
Buenas relaciones con los proveedores	0,09	4	0,36
Productos nuevos e innovadores	0,09	4	0,36
Capacitación en servicios al cliente	0,11	4	0,44
Experiencia en la industria	0,12	3	0,36
buenas relaciones con los demás socios	0,08	3	0,24
DEBILIDADES			
Logística limitada	0,11	1	0,11
Desconocimiento de beneficios tributarios	0,06	2	0,12
Manejo de inventario	0,09	2	0,18
TOTAL	1		3,11

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

El resultado ponderado es de 3,11 puntos el cual está por encima de la media (2,5) lo que significa que la empresa tiene una posición interna fuerte.

1.4.3. Proyección de la oferta.

Tomando en cuenta la tabla N° 23 (**Oferta de los consumidores**) expuesta anteriormente; se analiza el número de frascos producidos / vendidos (diario, semanal, mensual, y anual) de la competencia. Esto arroja un total de 28800 frascos como dato inicial, se procede a realizar una proyección con el dato de crecimiento industrial que es del 10%

Tabla N 32: Oferta de los consumidores aceite de fruta de lima.

COMPETENCIA	VENTA FRASCOS DIARIA	VENTA FRASCOS SEMANAL	VENTA FRASCOS MENSUAL	VENTA FRASCOS ANUAL
Aromalab	40	240	960	11520
Aroma ancestral Samay				
Guasy	30	180	720	8640
Aroma Vida	10	60	240	2880
Home Teraphy	20	120	480	5760
total	100	600	2400	28800

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 33: Proyección de la oferta de aceite de lima

AÑO	CANTIDAD PROYECTADA
2020	28800
2021	31680
2022	34848
2023	38333
2024	42166

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 34: Oferta de los consumidores de té de fruta de lima.

COMPETENCIA	VENTA FRASCOS DIARIA	VENTA FRASCOS SEMANAL	VENTA FRASCOS MENSUAL	VENTA FRASCOS ANUAL
Aromalab	15	90	360	4320
Aroma ancestral Samay				
Guasy	10	60	240	2880
Aroma Vida	5	30	120	1440
Home Teraphy	5	30	120	1440
total	35	210	840	10080

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 35: Proyección de la oferta de té de fruta de lima

AÑO	CANTIDAD PROYECTADA
2020	10080
2021	11088
2022	12197
2023	13416
2024	14758

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

1.5 Demanda potencial insatisfecha.

Es el resultado de la diferencia entre la oferta y la demanda. Para obtener la demanda potencial insatisfecha de aceite y té de la fruta de lima es importante establecer una diferencia entre la demanda potencial detallada en la tabla N 21 y 22 (**nivel de consumo de aceite y té de lima**) considerando el consumo per cápita y la oferta de las empresas competidoras tabla N 33 y 35 (**proyección de la oferta**).

Tabla N 36: Demanda potencial insatisfecha de aceite de lima

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2020	68.523	28800	39723
2021	74.953	31680	43273
2022	81986	34848	47138
2023	89679	38333	51347
2024	98095	42166	55929

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 37: Demanda potencial insatisfecha de té de fruta de lima

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2020	13.704	10080	3.624
2021	14.990	11088	3.902
2022	16397	12197	4.200
2023	17935	13416	4.519
2024	19618	14758	4.860

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al resultado arrojado se considera una demanda insatisfecha positiva, el cual indica que el proyecto es factible y que el producto a ofrecer tiene apertura en el mercado.

1.4 Promoción y publicidad que se realizará (canales de comunicación).

Para dar a conocer a los clientes futuros la empresa Lima bella, es necesario desarrollar un plan de canales de comunicación que permita comercializar y promocionar la marca en los consumidores.

Para determinar los medios más acogidos por el mercado, se consideró la pregunta número 10 de la encuesta (**Medios de publicidad preferido**)

Tabla N 38: Canales de Comunicación.

PUBLICIDAD		1400,00
Publicidad de medios masivos	mes	1000,00
Manejo de redes	mes	100,00
Página web	mes	300,00

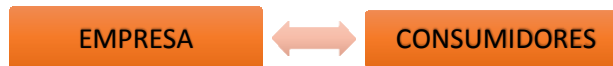
Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

1.6. Sistema de distribución a utilizar (Canales de distribución).

La empresa se identifica en tener un canal directo de distribución; originando en ello un vendedor directo sin la necesidad de apoyo de intermediarios en llegar al consumidor final.

Gráfico N 14: Canal de distribución.



Fuente: (Muñiz González, 2019)

Elaborado por: La Autora

1.7. Seguimiento de clientes.

Los clientes son la razón de ser de una empresa, por tal motivo es importante realizar un seguimiento adecuado para obtener un feedback que le permita a la organización medir el servicio y mejorarlo continuamente.

A continuación, se detalla los medios por los cuales se realizará el siguiente proceso:

Redes sociales: Medio por el cual el cliente podrá calificar y dejar comentarios de los productos; además la empresa podrá enviar nuevas ofertas y difundir información confiable de los productos ofertados.

Buzón de sugerencias: Se colocará un buzón virtual para que los clientes dejen sugerencias y comentarios sobre el aceite y té de fruta de lima, de esta manera la empresa tendrá una retroalimentación directa para tomar medidas a tiempo.

1.8 Especificar mercados alternativos.

Lima bella se encargará de comercializar los productos en la parroquia de Conocoto, sector valle de los chillos, buscando en ello de llegar a todas las personas que deseen llevar una vida saludable y preventiva contra cualquier tipo de enfermedad, así mismo es en el aspecto cosmetológico y belleza de la mujer, por tal razón la empresa se ve en la obligación de realizar convenios con pequeñas microempresas, tales como SPA, centros naturistas, clínicas de belleza.

CAPÍTULO II

2. ÁREA DE PRODUCCION (OPERACIONES)

Las decisiones tomadas en los procesos referentes al diseño del sistema de producción, incluyen la elección de tecnología, la distribución correcta de las instalaciones, análisis de los flujos de los procesos, ubicación estratégica del negocio control del proceso, análisis de almacenamiento de insumos e ingredientes.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.2.1 Descripción del proceso de transformación del servicio

La empresa está direccionada a la producción y comercialización de la extracción de aceite y té de fruta de lima ubicada en el Valle de los Chillos la empresa como tal tendrá 2 productos: que son el aceite de la fruta de lima y el té de la fruta de lima.

El proceso de los productos antes mencionados se explicaran a continuación:

Mapa de procesos

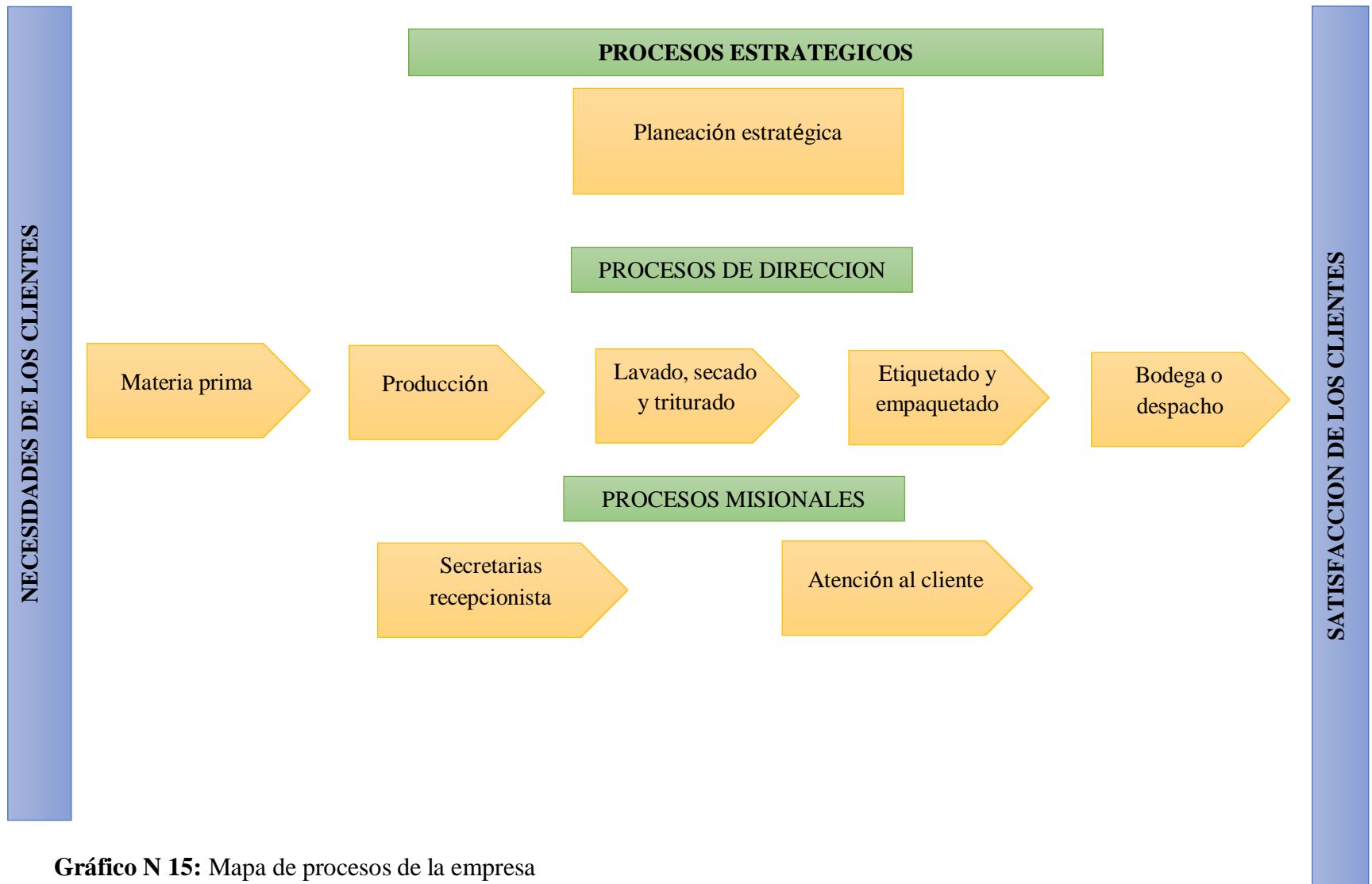


Gráfico N 15: Mapa de procesos de la empresa

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: La Autora

2.2.1.2 Proceso de adquisición de la materia prima para la elaboración del aceite y té de lima.

1. Adquisición de la materia prima: La adquisición de la materia prima se obtiene directamente del terreno, donde se encuentran los sembríos para proceder a la recolección de la fruta y de sus hojas, no obstante, con ello se tendrá un proveedor como emergencia si llegara a tener algún inconveniente el sembrío de la fruta de lima.

2. Control de calidad de la materia prima: El administrador a cargo deberá verificar el buen estado de la fruta y de sus hojas para poder proceder a la recepción de la materia prima.

3. Decisión de recepción de la materia prima: Si la materia prima se encuentra en óptimas condiciones se procede a la recepción, caso contrario se procede a devolver la materia prima a los campos de cultivo, si fuese el caso que la materia prima está en mal estado por parte del proveedor se procede a la devolución del producto, una vez ya realizado el cambio de materia prima se procede al almacenaje del mismo.

DIAGRAMA DE FLUJO

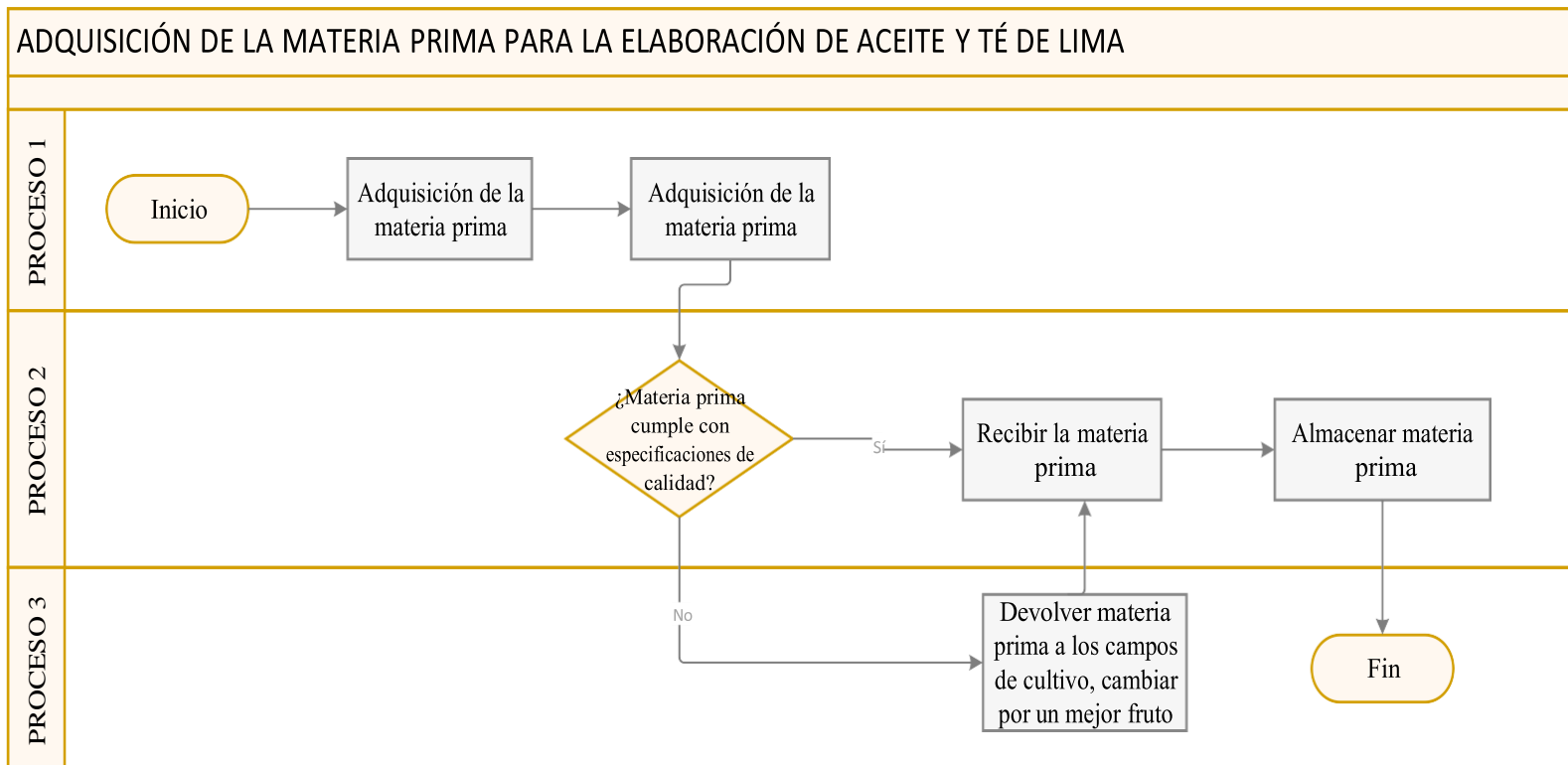


Gráfico N 16: Diagrama de flujo de adquisición de materia prima

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

2.2.1.3 Proceso de la extracción del aceite de lima

Ingredientes:

- 6 limas
- Cascaras de lima
- Aceite extra-virgen de oliva
- Aceite de lavanda
- Frascos de vidrio

Detalle del proceso

1. **Pesar los ingredientes:** Se procede a pesar las cantidades exactas para realizar la producción.
2. **Lavar los ingredientes:** Se procede a lavar la fruta de lima, y dejar en un estado aseado.
3. **Hervir el agua:** A temperatura media por 15 minutos.
4. **Pelar las frutas:** Consiste en pelar las limas para extraer su cáscara, en caso de quedar la parte blanquecina de la lima, se rasgará la carnosidad de la lima para quitárselo.
5. **Introducir las cáscaras:** Se introduce las cáscaras de lima en el agua hirviendo para terminar de eliminar cualquier resto de sabor amargo dejarlo durante los 15 - 20 minutos

6. **Sacar las cáscaras de lima:** Una vez ya las cáscaras fuera del agua, se procede a exprimir el exceso de agua.
7. **Envasado:** Se procede a envasar las cáscaras de lima en un recipiente de vidrio, continuamente se vierte el aceite extra-virgen de oliva y tapar el recipiente.
8. **Cocinar:** El siguiente paso consiste en cocinar el recipiente en baño maría por 2 horas aproximadamente, y finalmente dejar enfriar el recipiente.
9. **Finalización:** Dejar en un lugar fresco durante tres días y proceder a embazar el aceite de lima.
10. **Almacenar:** La producción se guardará en la bodega de la empresa.

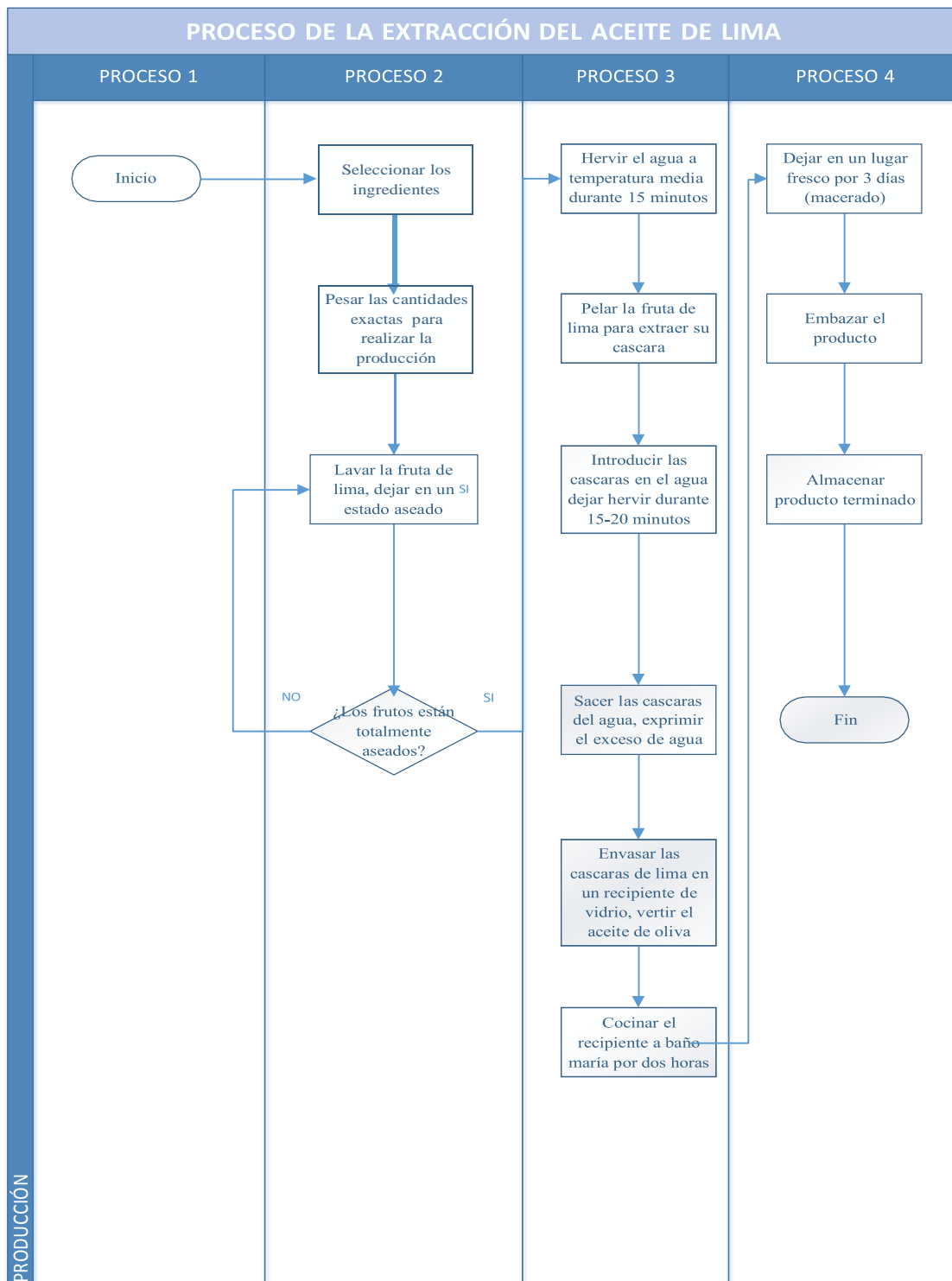


Gráfico N 17: Diagrama de flujo proceso extracción del aceite de lima

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

2.2.1.4 Proceso de la elaboración del té de lima

Ingredientes:

- 6 limas
- Hojas de lima
- Agua
- Stevia

Detalles del proceso

1. **Pesar los ingredientes:** Se procede a pesar los ingredientes con las cantidades correctas.
2. **Limpieza y desinfección de la fruta:** Lavar con abundante agua las limas y sus hojas
3. **Cortar las limas:** Se procede a cortar en rodajas las limas.
4. **Separar:** Se separa las hojas buenas de las malas.
5. **Deshidratar hojas y fruta:** Se deshidrata a la fruta y sus hojas en el horno a una temperatura de 55 – 65 centígrados en un aproximado de 3 horas.
6. **Productos secos:** Se procede a sacar la fruta y las hojas ya deshidratadas del horno

7. **Trituración:** Se tritura la fruta y su hoja por completo, hasta que su consistencia tenga forma de polvo
8. **Mezclar:** Se mezclará el triturado de la lima con endulzante natural
9. **Envasado y etiquetado:** Se procede a envasar y a etiquetar él té en las funditas disolubles para su venta.
10. **Almacén y bodega:** Se guardará el producto final

PROCESO DE ELABORACIÓN DEL TÉ DE LIMA

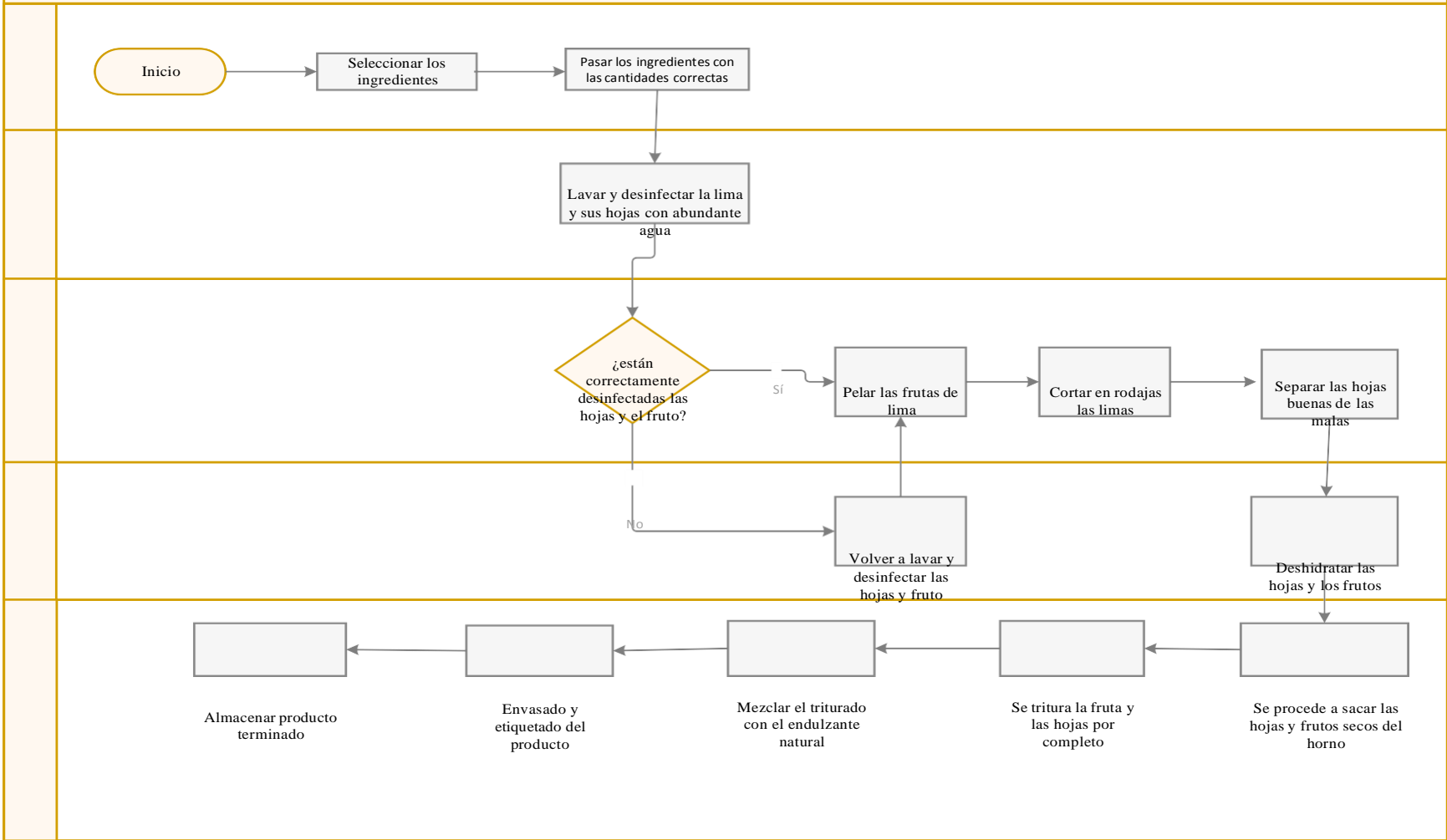


Gráfico N 18: Diagrama de flujo proceso elaboración té de lima

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: La Autora

2.2.1.5 Proceso de entrega de producto al cliente

- 1. Recibir al cliente:** El cliente al llegar a la empresa, en primer lugar, se recibe en la recepción y luego según su turno, se le expone el catalogo del producto.
- 2. Indicar los productos:** El administrador indica los productos al cliente para mejor percepción del mismo
- 3. Tomar el pedido:** Si el cliente se siente decidido a adquirir el producto, continuamente realizará una emisión de trabajo o producto
- 4. Preguntar si la mercadería se la lleva personalmente o se le envía a su local:** Esta observación estará reflejada en la hoja de ruta comercial.
- 5. Cobrar:** Se solicita el pago, el mismo puede ser en efectivo, tarjetas o cheques.
- 7. Preparación de la mercadería:** Se verifica la cantidad del pedido y si está en buenas condiciones.
- 8. Despacho:** Una vez cancelado el pedido y verificado, la mercadería se procede al despacho correspondiente del pedido.
- 9. Entrega de la mercadería:** El auxiliar del apoyo ayuda al despacho del pedido para hacer la entrega correspondiente.

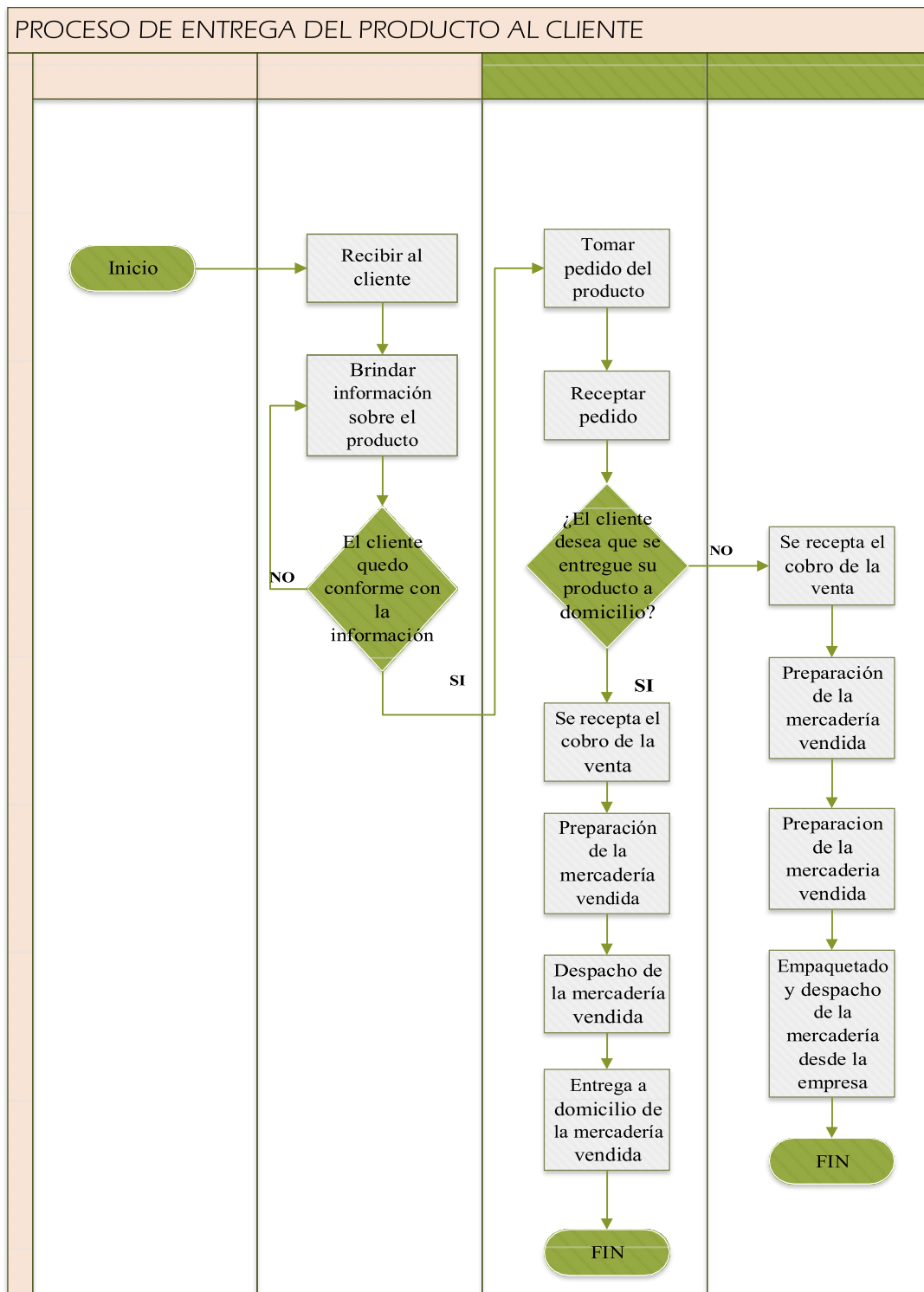


Gráfico N 19: Diagrama de flujo proceso de entrega al cliente

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

2.2.2 Descripción de las instalaciones, equipos y personas

La planificación de la distribución implica decisiones en cuanto a la forma en el que se condicionará los espacios seleccionados a las áreas que conformaran dicha empresa. Cabe destacar la importancia en considerar 3 aspectos, el cuales se tiene: instalaciones productivas: estaciones de trabajo y equipo para manejar materiales; instalaciones no productivas: área de almacenaje; instalaciones de apoyo, área de atención al cliente y estacionamiento. (RENDER, PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES, 2009)

2.2.2.1 Descripción de las instalaciones

La empresa se encontrará ubicada en la Parroquia de Conocoto, sector del valle de los chillos de acuerdo a la planificación de la distribución mencionada anteriormente, la empresa estará distribuida de la siguiente manera.

Tabla N 39: Instalaciones

AREA	ESPACIO EN M2
Producción	100.15 m2
Atención al cliente	25.10 m2
Caja	5 .60 m2
bodega	8.50 m2
Baño	4.36 m2
Estacionamiento	6.41 m2
Total	150.12 m2

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

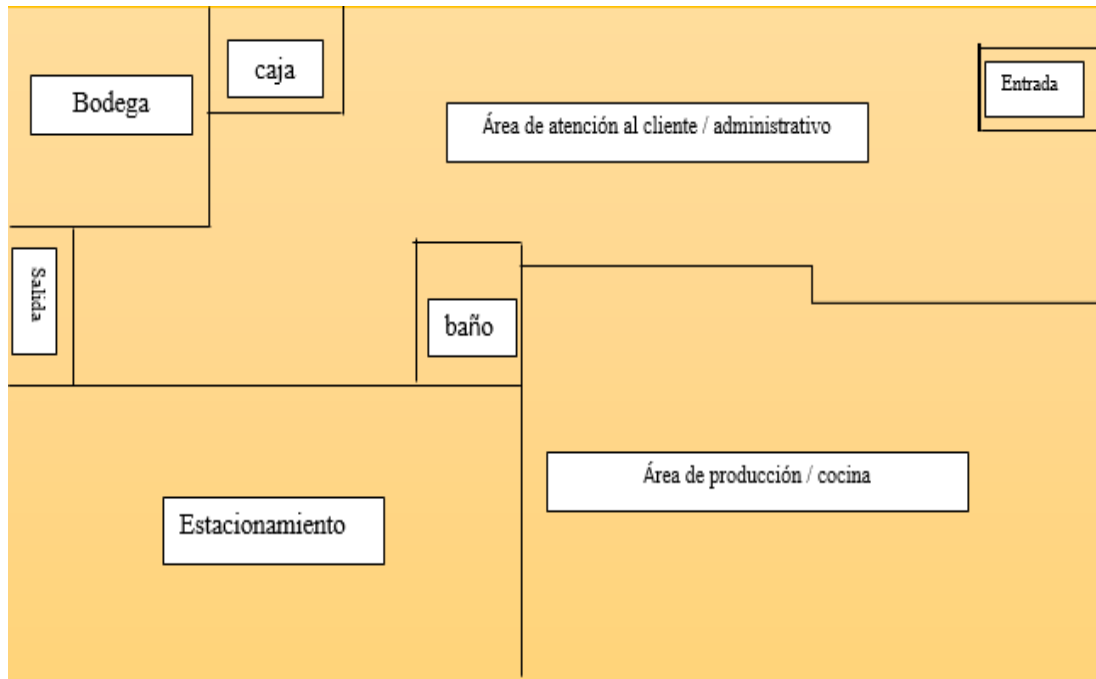


Gráfico N 20: Mapa Instalaciones de la empresa

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

2.2.2.2 Descripción de equipos

A continuación, se exponen los materiales, especificando en ello, muebles y enseres; equipos y maquinaria, suministros de oficina, operativos, y de aseo que se utilizaran en la implementación del proyecto

Tabla N 40: Descripción muebles y enseres

Muebles y Enseres				\$
				1.347,00
Colador	3	unidades	4,00	\$
				12,00
Caldero	2	unidades	35,00	\$
				70,00
Olla	3	unidades	4,00	\$
				12,00
Envases de cristal	100	unidades	1,50	\$
				150,00
Cuchareta	4	unidades	3,50	\$
				14,00
Cucharas medidoras	5	unidades	4,00	\$
				20,00
Cuchillos	5	unidades	4,00	\$
				20,00
Mesas	6	unidades	4,00	\$
				24,00
Bowl de cristal grande	3	unidades	30,00	\$
				90,00
Morteros	4	unidades	25,00	\$
				100,00
Sillas, taburetes	6	unidades	125,00	\$
				750,00
Escritorio de computadora	1	unidades	60,00	\$
				60,00
Silla estándar	1	unidades	25,00	\$
				25,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 41: Descripción de maquinaria y equipo

Maquinaria y Equipo				\$
				5.630,00
Cocina industrial	1	unidades	500,00	\$ 500,00
Horno deshidratador	1	unidades	650,00	\$ 650,00
Balanza digital	2	unidades	20,00	\$ 40,00
Mesa de trabajo inoxidable	3	unidades	260,00	\$ 780,00
Trituradora	2	unidades	90,00	\$ 180,00
Cilindro de gas industrial	2	unidades	100,00	\$ 200,00
Extintor de fuego	1	unidades	120,00	\$ 120,00
Refrigerador	1	unidades	160,00	\$ 160,00
Máquina Extractora	1	unidades	3000,00	\$ 3.000,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 42: Descripción equipo tecnológico

EQUIPO DE COMPUTACION				900,00
Impresora	1	unidades	200,00	200,00
Computadora	1	unidades	700,00	700,00
EQUIPO DE OFICINA				714,00
Teléfono inalámbrico	1	unidades	70,00	70,00
Celular	1	unidades	180,00	180,00
sumistros de oficina	1	varios	104	104
Alarma	1	unidades	360,00	360,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 43: Descripción de suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA				303,00
Hojas de pedido	3	blocks	30,00	90,00
Esferos	10	unidades	0,55	5,50
Lápices	10	unidades	0,25	2,50
Papel de impresión	10	rollos	2,50	25,00
Facturas	3	blocks	30,00	90,00
Foja de trabajo	3	blocks	30,00	90,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 44: **Implementos de mantenimiento**

Implementos de Mantenimiento				\$	153,00
Escoba	6	unidades	\$ 3,50	\$	21,00
Trapeador	6	unidades	\$ 5,00	\$	30,00
Pala de basura	6	unidades	\$ 2,00	\$	12,00
Basurero	3	unidades	\$ 30,00	\$	90,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 45: **Descripción suministros operativos**

SUMINISTROS OPERATIVOS				138,50
Stevia, miel	1	global	50,00	50,00
Lava platos	1	paquete	1,50	1,50
Rollo de toallas de papel de cocina	1	unidad	5,00	5,00
Guantes de cocina	1	cajas	20,00	20,00
Guantes de caucho	1	cajas	20,00	20,00
Gorros de protección	1	cajas	10,00	10,00
Fundas de basuras	1	paquete	5,00	5,00
Aditivos de papel	1	botella	3,50	3,50
Aditivos de plasticos	1	botella	3,50	3,50
Guantes quirúrgicos	1	caja	20,00	20,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

2.2.2.3 Requerimiento del personal

“La división de trabajo es la base de la organización; de hecho, es la razón de ser de la organización”. La división de trabajo conduce a la especialización y la diferenciación de las tareas, es decir a la heterogeneidad. (CHIAVENATO, 2006).

Para definir el número de personas que se necesita, es necesario tomar como base de teoría, la división de trabajo y mediante el mismo, cuantificar el tiempo y el personal que requiere la empresa.

Tabla N 46: Tiempo requerido por trabajador

CARGO	DIAS LABORABLES	N ^a DE PERSONAS	TOTAL HORAS HOMBRE SEMANA
Gerente / Administrador: responsable de la recepción y de la materia prima	6	1	40
Secretaria Administrativa: Brindar atención a los requerimientos de cada uno de los clientes, ayudar al gerente a coordinar la lista de actividades	6	1	40
Colaboradores: contaremos con 4 personas para la elaboración y extracción de nuestro aceite y té de lima	6	4	40
Auxiliar de apoyo(bodeguero): soporte en la actividades de despacho y salida de mercadería con un inventario exacto.	6	1	40

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

2.2.3 Tecnología aplicar

La empresa llevará un control de ventas de los productos que permitirá obtener las características de la producción y el total de las ventas generadas en el negocio, obteniendo como premisa llevar un mejor control total de los ingresos y egresos.

Además, se considerará la utilización de herramientas digitales, en este caso la del celular, el cual permitirá contactar de manera directa a los clientes y proveedores, resultando en ello mantener una comunicación ágil y permanente.

2.3 Factores que afectan el plan de producción

2.3.1 Ritmo de producción

Tabla N 47: Ritmo de producción

ACTIVIDAD	RESPONSABLES	N DE PERSONAS	TIEMPO PROMEDIO EN MINUTO	RITMO DE TRABAJO
Recibir al clientes	Administrador	1	5	Moderado
Indicar los productos que se están produciendo	Administrador	1		Moderado
Toma del pedido de la mercadería	Administrador	1	3	Rápido
Realizar el cobro de la mercadería	Asistente administrativa	1		Moderado
Despacho de la mercadería	Auxiliar de apoyo (bodeguero)	1	5	Rápido
Entrega de la mercadería	Auxiliar de apoyo (bodeguero)	1		Rápido

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

2.3.2 Nivel de inventario promedio

La empresa Lima bella está destinada para la aplicación y consumo humano, por lo que se requiere que la materia prima se encuentre en buen estado y de excelente calidad, es por ello que se ha determinado en realizar un inventario cada 6 días aproximadamente.

Por lo que se designará un día a la semana para la cosecha y la adquisición de la materia prima.

Existen varios sistemas de control de inventario; uno de ellos es el método ABC, el cual divide el inventario disponible en 3 clases con base a su volumen anual en dinero. El análisis ABC es una aplicación de inventarios de los que se conoce como principio de Pareto; en el mismo establece que hay “pocos artículos cruciales y muchos triviales”. La idea es establecer políticas de inventario que centren en sus recursos las partes cruciales del inventario y no en muchas partes triviales (RENDER, PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES, 2009)

El sistema de control de inventario que manejará la empresa es: método ABC, los artículos A son los de mayor frecuencia, quizá los que se adquiere una vez al mes; los artículos B son aquellos que cuentan con menos frecuencia talvez son adquiridos cada trimestre; y los artículos C se los cuenta probablemente una vez cada 6 meses

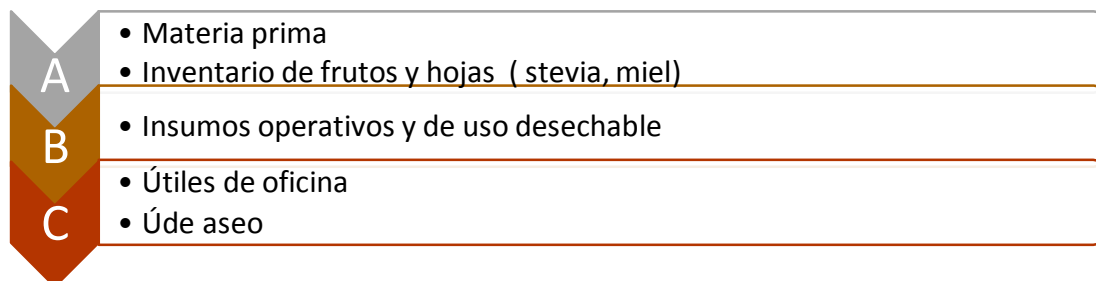


Gráfico N 21: Nivel de inventario promedio

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

2.3.3 Número de trabajadores

Para el óptimo funcionamiento de la empresa, es importante detallar el número de trabajadores que se requiere en cada área

Tabla N 48: Número de trabajadores de la empresa

ÁREA	CARGO	N DE PERSONAS	COSTO FIJO / VARIABLE
Administración	Administrador	1	Fijo
	Secretaria administrativa	1	Fijo
Producción	Cocina, horno, lavado, secado, triturado, envasado etiquetado,	4	Fijo
Despacho	Bodega	1	Fijo

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

2.4 Capacidad De Producción

2.4.1 Capacidad de producción futura

Para calcular la producción futura se debe detallar los días que se trabaja en la empresa, por tal razón de ser un negocio de producción, extracción, comercialización de aceite y té de fruta de lima, se determinó en trabajar 6 días a la semana, claro durante todo el año y además incluido los días festivos o feriados.

Tabla N 49: Días trabajados en el año

DETALLE	DIAS EN EL AÑO
Días año calendario	365
Días de descanso	52
TOTAL DIAS HÁBILES	313

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Es importante señalar, para entregar en tiempos óptimos el producto terminado al cliente, se debe realizar la producción por adelantado de té y de los aceites, la realización de estos insumos se realizará 2 veces por semana, y se los dejará macerar en los 3 días restantes. Además, se debe tomar en cuenta para la elaboración y la comercialización de los productos deben tener por anticipado los insumos de producción.

Tabla N 50: Producción anticipada de la materia prima

PRODUCCIÓN	TIEMPO (MIN)	DÍAS POR SEMANA	HORA HOMBRE SEMANA
Lavado de la fruta	45	2	1,50
Pelado de la fruta			
Rayado de la fruta			
Aceite extra-virgen de oliva	25	6	2,50
Triturado de la fruta			

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 51: Detalle del producto y tiempos de la elaboración

PRODUCTO	UNIDADES PRODUCIDAS POR LA CAPACIDAD DE LOS EQUIPOS Y MANO DE OBRA	TIEMPO ELABORACIÓN (INC) TIEMPO DE TOLERANCIA (MIN)	DE HORAS
Aceite de lima	100	220 min	4
Té de lima	50	180min	3
Total	150	400 min	7

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla anterior se obtiene el siguiente resultado:

Capacidad de producción = 150 unidades cada 400 minutos; eso quiere decir que en 480 minutos (8 horas trabajadas por día) se realizara un total de 180 unidades

Tabla 52: Capacidad de producción futura.

CAPACIDAD MAXIMA DE UNIDADES PRODUCIDAS AL DIA	DIAS TRABAJADOS POR AÑO	CAPACIDAD MAXIMA PRODUCIDA ANUAL
180	313	56.340

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al crecimiento de sector industrial es del (10%), o a la vez el incremento de ventas que se obtenga anualmente, la misma será proyectado dentro de 5 años.

$$C_n = C_o (1 + i)^n \text{ (Área de Pymes, 2005)}$$

Tabla N 53: Capacidad de producción futura.

AÑO	CANTIDAD
2020	56340
2021	61974
2022	68171
2023	74989
2024	82487
2025	90736

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

2.5 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCION

2.5.1 Especificación de las materias primas y grado de sustitución que se pueden presentar

Tabla N 54: Materia prima y sus sustitutos

DETALLE DE LA MATERIA PRIMA	NIVEL DE IMPORTANCIA	SUSTITUTO
Lima	alta	Naranja, limón
Stevia	alta	Azúcar blanca
Miel	Media	Azúcar impalpable
Azúcar	Media	Levadura
Hoja de lima	alta	Hoja de limón , naranja
Aceite extra virgen de oliva	Media	Aceite de lavanda / girasol

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

También, es importante especificar a los proveedores con los que se trabajará la empresa los cuales se detallan a continuación:

Tabla N 55: Descripción de proveedores

PROVEEDORES	Descripción	Producto
ECUAENVASES	Distribuidor de envases de vidrio.	envases de vidrio
BIOVEA ECUADOR	Distribuidor edulcorantes naturales al por mayor y menor	Stevia, miel de abeja
AMATEA	Distribuidor de bolsitas para enfundar el té.	Bolsas de té
ALIBABA GLOBAL TRIDE STAR	Distribuidor de cajas para poner las fundas de té	Cajas de embalaje

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

2.6 Calidad

Se define como, el conjunto de las características que produce un producto o un servicio obteniendo en un sistema productivo, así como la capacidad de la satisfacción de los requerimientos del usuario. La calidad supone el cumplimiento por parte del

producto de las especificaciones para las que ha sido diseñado, que deberá ajustarse a las expresadas o requeridas por el cliente. (ARBOS, 2012)

2.6.1 Métodos de control de calidad

La gráfica de Pareto es un método empleado para organizar errores, problemas o defectos, con el propósito de ayudar a enfocar los esfuerzos para encontrar la solución del problema. (RENDER, DIRECCION DE LA PRODUCCION Y OPERACIONES , 2009)

La empresa debe considerar la utilización del diagrama de Pareto, el cual permitirá definir los posibles problemas en la producción, extracción y elaboración de producto, para proceder a verificar que posibles errores tiene el producto y trabajar sobre ellos. (Carro & González, 2012)

Tabla N 56: Diagrama de Pareto

CAUSAS	FRECUENCIA	% FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA ACUMULADA	LEY 80-20
no verificar si la materia prima llego con daños en la fruta	20	36%	20	80%
no lavar debidamente las hojas de la lima y su fruta	15	64%	35	80%
no pesar correctamente las porciones de cada fruta	10	82%	45	80%
no cumplir el tiempo estimado de entrega en cada proceso	5	91%	50	80%
demora de entrega del producto final	5	100%	55	80%
	55			

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora



Grafico N 22: Diagrama de Pareto

Fuente: (Carro & González, 2012)

Elaborado por: La Autora

2.6.1.2 Hoja de verificación

Permitirá registrar datos, donde se expondrán que los datos de patrón sean fácilmente observables mientras se toman los mismos. Las hojas de verificación permiten encontrar hechos o patrones que puedan ayudar en análisis subsecuentes. (RENDER, DIRECCION DE LA PRODUCCION Y OPERACIONES , 2009)

La hoja de verificación es una de las 7 herramientas de calidad y sirve para cuantificar los defectos de un producto. En caso de que la empresa este instrumento servirá para controlar el óptimo estado de los instrumentos de trabajo, si la materia prima cumple con las condiciones necesarias para la recepción y la calidad del producto terminado.

Tabla N 57: Listado de verificación de la materia prima e instrumentos

	MATERIA PRIMA E INSTRUMENTOS	CUMPLE	NO CUMPLE
1	La materia prima fue entregada a tiempo		X
2	La materia prima se encuentra en perfecto estado	X	
3	El pesaje de la materia prima es exacto		X
4	El lugar de trabajo se encuentra limpio	X	
5	Los instrumentos de trabajo se encuentran aseados	X	
6	La maquinaria funciona correctamente	X	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N 58: Listado de verificación del producto terminado.

	PRODUCTO TERMINADO	CUMPLE	NO CUMPLE
1	Se cumplió todos los procesos para la elaboración del producto	X	
2	Los productos para la elaboración del producto se encuentran frescos	X	
3	Se cumple con los tiempos estimados de proceso		X
4	El producto se encuentra bien realizado	X	
5	Se usaron productos sustitutos		X
6	Se manipulo con cuidado y aseo los productos	X	

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

2.7 *NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN A SUS INSTALACIONES*

2.7.1 Seguridad e higiene ocupacional

Considerando, el ART. 326, numeral 5, formas de trabajo y su remuneración. Toda persona tendrá derecho a desarrollar labores en un medio ambiente adecuado y propicio que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar. (CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR , 2018)

Art. 410.- Obligaciones respecto de la prevención de riesgos. - Los empleadores están obligados a asegurar a sus trabajadores condiciones de trabajo que no presenten peligro para su salud o su vida.

Los trabajadores están obligados a acatar las medidas de prevención, seguridad e higiene determinadas en los reglamentos y facilitadas por el empleador. Su omisión constituye justa causa para la terminación del contrato de trabajo. (CODIGO DE TRABAJO, 2018)

Art 434: Reglamento de seguridad e higiene, En todo medio colectivo y permanente de trabajo que cuente con más de diez trabajadores. Los empleadores están obligados a elaborar y someter a la aprobación del Ministerio de Relaciones Laborales por medio de la Dirección Regional del Trabajo, un reglamento de higiene y seguridad, el mismo que será renovado cada dos años”. (CODIGO DE TRABAJO, 2018).

Tomando en cuenta que la empresa presenta un área significativamente pequeña y de contar al menos de 8 empleados, es importante realizar un plan mínimo de prevención de riesgos, el cual cumple: la identificación de riesgo a los que están expuestos los trabajadores, las acciones de control de los mismos para prevenir la aparición de enfermedades, accidentes ocupacionales y vigilar la salud de los colaboradores. Es imperativo detallar las buenas prácticas de manufactura para conocer las normas principales de higiene y seguridad que manipulara la empresa.

2.7.1.1 Buenas prácticas de manufactura (BMP)

Los centros de procesamientos de alimentos deben conocer y cumplir con los requisitos normativos y requerimientos legales para producir y comercializar alimentos sin afectar a la salud del consumidor. El proceso de implementación y certificación de “Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados”, garantiza la inocuidad de los productos alimenticios que consumidos en nuestro medio.

La contaminación de estos productos puede producirse en cualquier punto de la cadena alimentaria. Las BPM sirven para asegurar que los alimentos cumplan con las condiciones sanitarias necesarias para disminuir los riesgos potenciales que puedan ocasionar enfermedades por transmisión alimentaria. La salud de la población está alineada con la calidad de la producción. (MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE , 2018)

A continuación, se detallará cada punto donde la empresa pondrá énfasis para minimizar el riesgo tanto para el cliente interno, como para el cliente externo.

Construcción e instalaciones: La empresa se deberá ubicar espacialmente en un lugar visible y de fácil acceso, en donde no exista agentes contaminantes. La infraestructura del local estará construida con materiales no tóxicos y la ventilación e iluminación facilitará el proceso de producción. Las instalaciones contarán con todas las seguridades indicada por el cuerpo de bomberos de Quito para el perfecto funcionamiento del lugar.

Higiene personal: Es importante implementar medidas de aseo personal y cuidados regulares en la salud de los colaboradores, lo que evita el riesgo de contagio de enfermedades al consumidor final. El personal de producción deberá contar con vestuario adecuado para la productividad

Equipos y utensilios: Todos los materiales a usar para la producción de aceite y té de la fruta de lima, deberán ser de material inoxidable, los mismos deberán ser

desinfectados cada cierto tiempo o después de cada producción. Los equipos de trabajo deberán tener mantenimiento frecuente para su perfecto funcionamiento.

Al implementar un sistema abierto, se podrá identificar todas las fases operativas que son importantes para mantener un control eficaz de manejo de la fruta de lima.

Mantenimiento, limpieza y desinfección: las instalaciones, equipos y utensilios deben mantenerse en excelentes condiciones para evitar la contaminación de los alimentos, ya que el estado de los equipos y áreas de trabajo influyen de forma directa en el proceso de producción.

Las áreas de trabajo y equipos con los que contará la empresa, deberán estar en constante limpieza y mantenimiento para ofrecer al cliente un servicio y un producto de calidad. Todas las normas explicadas anteriormente servirán en un futuro para poder aplicar a una certificación ISO 45001, con esto la organización mejorará su desempeño de la seguridad y salud en el trabajo, sin duda se podrá mejorar la productividad en base a la gestión empresarial con visión preventiva.

La norma ISO 45001 es la nueva norma de sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo. La norma internacional especifica los requisitos y orientación para un sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo que permita a una organización mejorar proactivamente el desempeño en esas áreas encaminada a la prevención y deterioro de la salud. (SERVICIO ECUATORIANO DE NORMALIZACION INEN , 2018)

CAPÍTULO III

3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.

3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

Se define organización como “conjunto de actividades necesarias para alcanzar objetivos, asignación de un grupo de actividades a un administrador con poder de autoridad, delegación, coordinación y estructura organizacional” (KOONTZ & WEIHRICH, 2013)

3.1.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.

3.1.2.1 Visión de la Empresa.

Se proyecta que para el año 2024 ser una empresa conocida en el mercado nacional, como productora y comercializadora en la extracción de aceite y té de la fruta de lima, con el fin de brindar y cumplir con los estándares de calidad y diversificar nuevos productos y de preferencias en el mercado.

3.1.2 Misión de la Empresa.

Ser una empresa dedicada a la producción y comercialización de la extracción de aceite y té de la fruta lima, con el compromiso y propósito de satisfacer las necesidades y requerimientos a la clientela que requiera de los productos, además en contribuir y colaborar con una vida saludable para los consumidores de dichos productos ofertados.

3.1.3 Análisis FODA

Este término proviene del acrónimo en inglés SWOT, en español las siglas son: (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnóstica la situación interna y externa de una organización para plantear estrategias y tomar decisiones oportunas. (TALACÓN, 2006)

A través del Análisis FODA, se establecerá el diagnóstico actual de la organización, el cual permite establecer estrategias y permitirán disminuir el impacto de las debilidades y amenazas, y aun así poder aumentar de mejor forma las fortalezas y oportunidades de la empresa.

Tabla N 59: Análisis FODA

I	FORTALEZAS	DEBILIDADES
N	F1: Producto nuevo y atractivo por sus propiedades curativas.	D1: Maquinaria costosa
T	F2: Alta calidad del producto	D2: Construcción de la empresa.
E	F3: Fácil acceso a los sembríos propios de la fruta de lima	D3: La empresa y el producto no se encuentra posicionada en el mercado.
R	F4: Espacio propio y disponible para la construcción de la empresa.	D4: Ausencia de una estrategia que nos permita destacar de la competencia.
N O	F5: Fácil acceso a la ubicación de la empresa.	D5: Falta de capacitación al personal sobre buenas prácticas de manufactura.
E	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
X	O1: Crecimiento en el sector oleo esencial.	A1: Competencia industrial es alta
T	O2: Incremento de la demanda con productos naturales.	A2: La producción de productos sustitutos es excesiva en el mercado.
E	O3: Apertura hacia nuevos mercados.	A3: Exigencias de las nuevas leyes del gobierno.
R	O4: Existe una necesidad insatisfecha	A4: Alto precio de insumos
N O	O5: Innovación tecnológica.	A5: Escaso conocimiento de los consumidores de la fruta de lima y sus propiedades.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla N 60: Estrategias FODA

FORTALEZAS	ESTRATÉGIAS	OPORTUNIDADES
Producto nuevo y atractivo por sus propiedades curativas.	Promocionarse en redes sociales; indicando los beneficios naturales de la fruta y promocionar el producto en centros comerciales y centros naturistas.	Apertura hacia nuevos mercados.
Alta calidad del producto	Innovando el producto con tecnología sofisticada, y con producto de buena calidad.	Posicionamiento en el mercado
Fácil acceso a los sembríos propios de la fruta de lima.	Esfuerzo y un buen trabajo en el área de producción , harán de nuestro producto la diferencia de calidad.	Crecimiento en el sector oleo esencial.
Espacio propio y disponible para la construcción de la empresa.	Diferenciarse de los demás aceites oleo- esenciales, para que el producto sea promocionado con fuerza y tenga rentabilidad en el mercado.	Incremento de la demanda con productos naturales.
Fácil acceso a la ubicación de la empresa.	La apertura de la empresa está en la obligación de adquirir maquinaria de tecnología alta para el proceso de extracción del aceite y té.	Innovación tecnológica.
FORTALEZAS	ESTRATÉGIAS	AMENAZAS
Producto nuevo y atractivo por sus propiedades curativas.	Innovación del nuevo producto de aceite de lima para los nuevos clientes	Competencia industrial es alta.
Alta calidad del producto	Promocionarse por medio de marketing, impartiendo charlas de conocimiento sobre los beneficios de la fruta.	Escaso conocimiento de los consumidores de la fruta de lima y sus propiedades.
Fácil acceso a los sembríos propios de la fruta de lima	Mejorar nuestro producto para que cumpla la misma función de los productos sustitutos.	La producción de productos sustitutos es excesiva en el mercado.
Innovación tecnológica	Tenemos la oportunidad de ingresar al mercado por un trato VIP con los	Alto precio de insumos

Fácil acceso a la ubicación de la empresa.	Capacitación, sobre manipulación de las nuevas maquinarias adquiridas.	Exigencias de las nuevas leyes del gobierno.
--	--	--

DEBILIDADES	ESTRATÉGIAS	OPORTUNIDADES
Maquinaria costosa	Realizar una alianza estratégica, promocionando la maquinaria de trabajo a mitad de precio.	Innovación tecnológica
Construcción de la empresa.	Realizar un pequeño rastreo de información sobre otros aceites esenciales.	Incremento de la demanda con productos naturales
La empresa y el producto no se encuentra posicionada en el mercado.	Buscamos un marketing digital para que nos ayude a promocionarnos en nuestra área	Apertura hacia nuevos mercados
Ausencia de una estrategia que nos permita destacar de la competencia.	Entregar los productos a puerta a puerta, entregando una preferencia VIP para los nuevos consumidores.	Existe una necesidad insatisfecha.
Falta de capacitación al personal sobre buenas prácticas de manufactura.	Realizar capacitaciones mensuales, sobre el proceso y realización del producto oleo esencial	Crecimiento en el sector oleo esencial

DEBILIDADES	ESTRATÉGIAS	AMENAZAS
Maquinaria costosa	Adquirir la maquinarias en forma de crédito y pagar mensualmente	Competencia industrial es alta.
Construcción de la empresa.	Financiamiento de una entidad bancaria para los gastos de la empresa.	Alto precio de insumos
La empresa y el producto no se encuentra posicionada en el mercado.	Realizar un lanzamiento atractivo de nuestro producto ante el ojo del consumidor.	La producción de productos sustitutos es excesiva en el mercado.
Ausencia de una estrategia que nos permita destacar de la competencia.	Realizar pruebas de consumo en una feria y brindarles pequeñas charlas de conocimiento.	Escaso conocimiento de los consumidores de la fruta de lima y sus propiedades.
Falta de capacitación al personal sobre buenas prácticas de manufactura.	Encontrar un punto de equilibrio en donde se puede capacitar de ambos lados y tener un mejor rendimiento laboral.	Exigencias de las nuevas leyes del gobierno.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

3.2. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.

De acuerdo a la teoría clásica, la división del trabajo puede ocurrir en dos direcciones, resultando ser de tipo vertical y horizontal. En nuestro caso la empresa tendrá una organización en forma vertical, la cual especificamos a continuación:

Vertical: según los niveles de autoridad y responsabilidad, la jerarquía define el grado de responsabilidad según los grados de autoridad, es decir, en toda organización debe existir una escala jerárquica de autoridad (principio escalar o cadena escalar), de allí surge la denominación de línea de autoridad que resultaría la autoridad de mando y jerarquía de un superior sobre un subordinado. (CHIAVENATO, 2006)

3.2.1 Organización Estructural de la Empresa

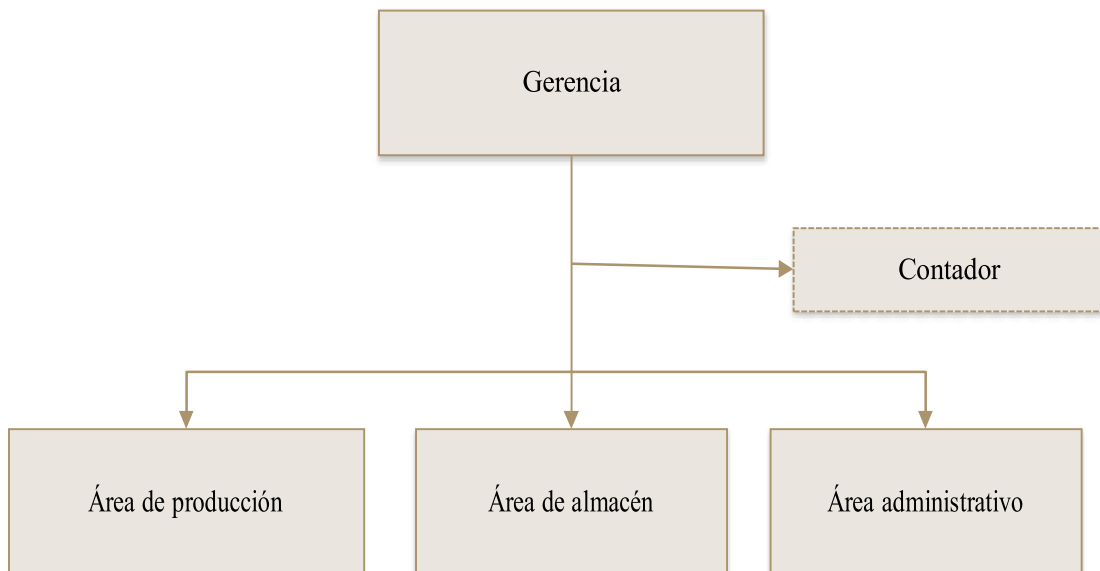


Gráfico N 23: Organigrama Estructural de la Empresa

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

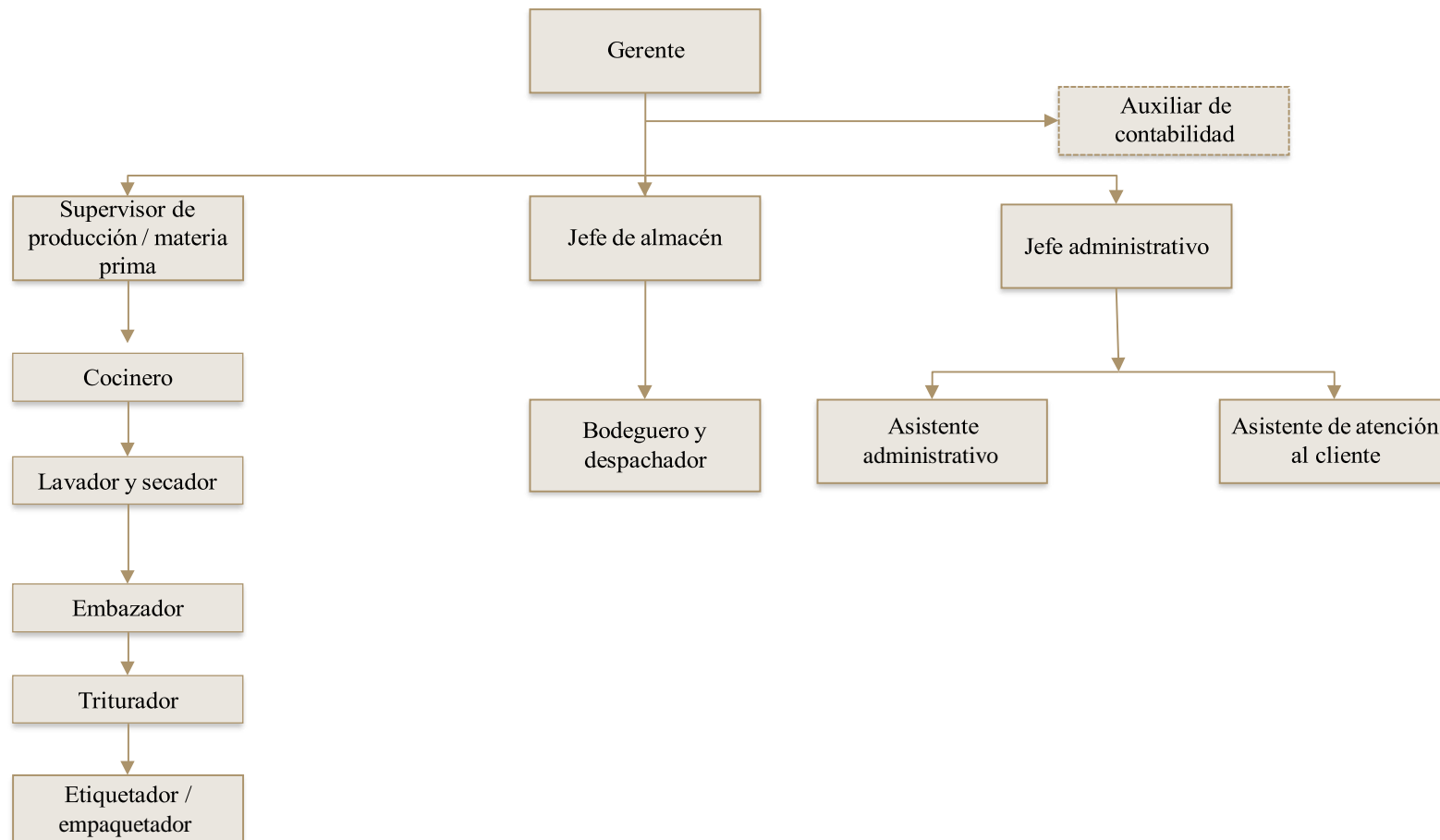


Gráfico N 24: Organigrama funcional de la Empresa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

3.2.2 Descripción de los puestos de los organigramas

A continuación, se detallarán las funciones y responsabilidades de cada colaborador en la organización:

Tabla N 61: Descripción del cargo del Gerente / Administrador

INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Gerente / Administrador
JEFE INMEDIATO	No aplica
SUPERVISOR	
SUPERVISAR A	Todos los departamentos de la empresa
NATURALEZA DEL PUESTO	
Planear, organizar, dirigir y controlar	
FUNCIONES	
<p>Manejo de proveedores Diseño y desarrollo de estrategia de crecimiento Evaluar el desempeño del personal bajo su responsabilidad Incrementar la productividad, Control de finanzas de la empresa Satisfacer las necesidades de los consumidores Estar con un continuo análisis de la competencia Planificación del presupuesto para el año en curso Establecer propósitos y metas hacia donde queremos llegar. Dominar los estados financieros para realizar un análisis Analizar y evaluar con sus colaboradores los logros alcanzados sean a mediano o largo plazo. Se preocupa por mejorar continuamente la comunicación en el ambiente de la empresa.</p>	
REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO	Ing. En administración de empresas, finanzas, marketing o afines
PROFESIONAL	
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en el puesto
HABILIDADES	Habilidad técnica, humana, conceptual con visión de negocio y capacidad de análisis
FORMACIÓN	Académico profesional / egresado / título de tercer nivel.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla N 62: Descripción del puesto (Auxiliar contable)

INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Auxiliar contable
JEFE INMEDIATO SUPERVISOR	Gerente
SUPERVISAR A	No aplica
NATURALEZA DEL PUESTO	
<p>Lleva el control de los recursos económicos, materiales tangibles como intangibles que posee la empresa como tal, emite informes y declaraciones de acuerdo a la ley establecida en país.</p>	
FUNCIONES	
<p>Emite estados financieros y los informes declarados en cada mes Asesoramiento contable Emisión de los roles de pago de los colaboradores Declaraciones mensuales e impuesto a la renta Control de gastos Permisos para emitir facturas Suministrar información fiable para la toma de decisiones Certifica el pago de los colaboradores Evita, errores, engaños, y fraudes internos. Asegura que los clientes paguen sus deudas a tiempo y en fechas correspondientes</p>	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Licenciado/a en contaduría / auditor
EXPERIENCIA	Mínimo 3 años en el puesto
HABILIDADES	Honestidad, responsable, ético valores morales, análisis de datos, liderazgo, tener una comunicación efectiva y acorde, planificación para la toma de decisiones.
FORMACIÓN	Académico profesional

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla N 63: Descripción del puesto (Supervisor producción / materia prima)

INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Supervisor de producción / materia prima
JEFE INMEDIATO SUPERVISOR	Gerente
SUPERVISAR A	No aplica
NATURALEZA DEL PUESTO	
Tareas relacionadas con la clasificación de la fruta y sus hojas, verificar que la fruta no esté en mal estado o con algún tipo de plaga o pulgón.	
FUNCIONES	
<p>Realizar la toma de inventario físico en la planta</p> <p>Cumplir con la recepción, acomodo y resguardo de las materias primas adquiridas</p> <p>Cumplir con las órdenes de trabajo para asignar el programa de producción.</p> <p>Programar, coordinar y controlar las tareas del personal</p> <p>Elaborar informe de trabajo de distribución de unidades para el envío de producto terminado</p> <p>Supervisar el cumplimiento de los procedimientos e instructivos operativos</p> <p>Reportar las ausencias de los colaboradores con el fin de brindar un mejor servicios interno como externo</p> <p>Contribuir con una administración de seguridad, salud y mejora continua.</p>	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniero en administración de empresa o afines
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en puestos afines
HABILIDADES	Manejo y facilidad de palabra y personas, proactivo, liderazgo, tener una comunicación efectiva.
FORMACIÓN	Académico profesional / título tercer nivel

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla N 64: Descripción del puesto (cocinero/ hornero)

INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Cocinero – hornero
JEFE INMEDIATO SUPERVISOR	Supervisor de producción
SUPERVISAR A	No aplica
NATURALEZA DEL PUESTO	
Tareas relacionadas con la preparación, el palado de fruta, la cocción de la cáscara, el deshidratado de la fruta y los diferentes procesos para la extracción del aceite y té.	
FUNCIONES	
<p>Conocer sobre el procedimiento de la cocción de la cascara de la fruta</p> <p>Conocer sobre el pelado de la fruta y la deshidratación de la misma</p> <p>Elaboración de los primeros aceites de prueba</p> <p>Evaluar el desempeño del personal que está bajo la responsabilidad de el</p> <p>Tener conocimientos sobre el deshidratado de la fruta, a cuantos grados debe estar el horno y un tiempo establecido.</p>	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Bachiller / técnico
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en puestos afines
HABILIDADES	Agilidad y destreza, disciplina y toma de decisiones
FORMACIÓN	Título bachiller

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla N 65: Descripción del puesto de secado y lavado

INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Lavador / secador
JEFE INMEDIATO SUPERVISOR	Supervisor de producción
SUPERVISAR A	No aplica
NATURALEZA DEL PUESTO	
Tareas relacionadas con el lavado de la fruta y el secado, observando si la fruta no tiene ninguna reacción perjudicial al momento de lavarla, el secado es primordial para la buena obtención del producto terminado.	
FUNCIONES	
Prevenir o evitar el desarrollo de microorganismos (bacterias, levaduras y mohos) Se debe controlar cambios químicos y bioquímicos que provoquen deterioro a la fruta Lograr obtener un producto o una bebida sin alteraciones en su olor, color o sabor y poder ser consumido sin alteraciones El lavado tiene que ser supervisado con claridad Control de lavado de la fruta y sus hojas El secado se debe realizar con toallas desechables e hipo alérgicas	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Estudiante de los últimos años universitarios.
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en puestos afines
HABILIDADES	Agilidad y destreza, disciplina y toma de decisiones, y asepsia íntegra
FORMACIÓN	Manejo de BPM.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla N 66: Descripción del puesto (Triturador/ envasador)

INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	tritador / envasador
JEFE INMEDIATO SUPERVISOR	Supervisor de producción
SUPERVISAR A	No aplica
NATURALEZA DEL PUESTO	
Tareas relacionadas con la trituración de la fruta y convertirla en polvo para disolver el polvo en una taza hirviendo de agua.	
FUNCIONES	
Preparan, operan, o se encarga de manipular las maquinas	
Observar el funcionamiento del equipo para asegurar la continuidad del flujo	
Inspeccionara la medida de cada envase con su producto.	
Examinan materiales, ingredientes o productos en forma visual o manual para cumplir los estándares establecidos	
Monitorean los controles para encender o detener la máquina, y el equipo que se utiliza para triturar o aplastar los materiales	
Darse cuenta de un problema y utilizar la solución más rentable para dicho caso.	
Escuchar a los colaboradores y coordinara de mejor manera la producción	
Verificar que los envases estén limpio y sin fallas de fabrica	
Corregir y verificar las medidas y gramajes de producto	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Técnico en maquinaria / Ing., industrial
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en puestos afines
HABILIDADES	Compresión visual, movimientos controlados, expresión verbal
FORMACIÓN	Manejos de BPM y primeros auxilios.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla N 67: Descripción de puestos (Etiquetado/ empaquetado)

INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Etiquetador / empaquetador
JEFE INMEDIATO SUPERVISOR	Supervisor de producción
SUPERVISAR A	No aplica
NATURALEZA DEL PUESTO	
Observar si las etiquetas no vienen con falla de fábrica, colocar las etiquetas en los envases de vidrio y cartón.	
FUNCIONES	
<p>Se encarga de las etiquetas y la descripción del producto este correcta</p> <p>Responsable de coordinar el diseño y la impresión de las etiquetas</p> <p>Controlar la precisión de la información que cumpla con las normas gubernamentales que estén vigentes en las etiquetas.</p> <p>Se encarga que las etiquetas sean recibidas, manipuladas, cantadas de manera que no se pierdan.</p> <p>Debe tener la información adecuada de la nutrición de dicho producto</p>	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Técnico en maquinaria / Ing., industrial
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en puestos afines
HABILIDADES	Compresión visual, movimientos controlados, habilidades corporales
FORMACIÓN	Manejos de BPM y primeros auxilios.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla N 68: Descripción de puestos (Bodeguero)

INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Bodeguero
JEFE INMEDIATO SUPERVISOR	Supervisor de producción
SUPERVISAR A	No aplica
NATURALEZA DEL PUESTO	
FUNCIONES	
Almacenar el producto terminado	
Llevar un control de inventario físico y virtual	
Controlar los despachos realizados	
Realizar informes semanales sobre el producto que se embodego	
Llevar un sistema de embarque	
Controlar la mercadería que está disponible en stock	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Chofer profesional / Ing., industrial
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en puestos afines
HABILIDADES	Manejo de kardex, manejo de montacargas, destreza para manipulación de objetos pesados
FORMACIÓN	Estudios realizados como chofer, Manejos de BPM y primeros auxilios.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla N 69: Descripción de puesto (Despachador)

INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Despachador
JEFE INMEDIATO SUPERVISOR	Supervisor de producción
SUPERVISAR A	No aplica
NATURALEZA DEL PUESTO	
Controlar, verificar y contabilizar la salida de cada producto, para así poder obtener una estadística de producción	
FUNCIONES	
<p>Verificar el embarque y desembarque de los materiales</p> <p>Realizar la codificación y descripción de la unidad que se despacha</p> <p>Coordinar la entrega del producto desde la administración hasta el almacén final</p> <p>Enlistar y sumillar la entrega de cada producto</p> <p>Receptar los materiales que se encuentran en la orden de compra</p>	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Bachiller
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en puestos afines
HABILIDADES	Compresión visual, movimientos controlados, habilidades mentales y estratégicas
FORMACIÓN	Estudios realizados como chofer, Manejos de BPM y primeros auxilios.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla N 70: Descripción del puesto (Asistente administrativa / atención al cliente)

INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Asistente administrativa / Asistente de atención al cliente
JEFE INMEDIATO	Gerente
SUPERVISOR	
SUPERVISAR A	No aplica
NATURALEZA DEL PUESTO	
Son las personas encargadas de ser el rostro de la empresa, se encargan de dar la bienvenida a todos los visitantes de la empresa, tienen diferentes funciones como por ejemplo cobrar, preparar facturas o responder llamadas telefónicas.	
FUNCIONES	
<p>Recibir a los clientes al momento de entrar a la empresa</p> <p>Asesoran o dirigen a los clientes sobre la información de la empresa</p> <p>Responder a llamadas telefónicas.</p> <p>Se encarga de gestionar los email y redes sociales promocionando los servicios de la empresa</p> <p>Se encarga de registrar los pagos de servicios básicos, pago a los proveedores, y gestión contable</p> <p>Se encarga de la limpieza e higiene del puesto de trabajo</p> <p>Facilidad de comunicación</p> <p>Cordialidad y amabilidad</p> <p>Manejo de reclamos y quejas con los clientes</p> <p>Capacidad para trabajar bajo presión</p>	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniera o licenciada en administración de empresas, o títulos afines
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en puestos afines
HABILIDADES	Compresión visual, educada, eficiente, amable y buen carisma, tolerancia, empatía
FORMACIÓN	Técnico en gestión administrativa.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

3.3 CONTROL DE GESTIÓN

Se entienden como la expresión cuantitativa del comportamiento o desempeño de toda una organización o una de sus partes; gerencia, departamento, unidad o persona, cuya magnitud al ser comparada con algún nivel de referencia, puede ser señalado una desviación sobre la cual se tomarán acciones correctivas según el caso. Son un subconjunto de los indicadores, porque sus mediciones están relacionadas con el modo en que los servicios o productos son generados por la institución. El valor del indicador es el resultado de la medición del indicador y constituye un valor de comparación referido a su meta asociada (PAREDES, 2009)

3.3.1. Indicadores de gestión.

Los indicadores de gestión permitirán evaluar el cumplimiento de metas y de objetivos que la empresa ha establecido, por los cual se establece los siguientes:

Tabla N 71: Indicadores de gestión

INDICADOR	FORMULA	META	REVISION	RESPONSABLE
Productividad	Unidades producidas / horas hombres empleadas	Cumplir 30 unidades	Diaria	Administrador
Rentabilidad	Costo / precio	Llegar a obtener la utilidad de 100 unidades	Mensual	Contador
Frecuencia de compra	Total de clientes atendidos / número de veces que regresa	Medir el tráfico de clientes y atraer nuevos prospectos	Quincenal	Administrador
Servicio al cliente	Total de clientes atendidos / total de sugerencias recibidas	Fidelizar clientes	Mensual	Administrador

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

3.4. Necesidades del personal

De acuerdo a las necesidades de la empresa Lima bella, se conservará el personal establecido anteriormente, en las funciones como: gerente, contador externo como apoyo, el área de producción que, comprendidas en el supervisor de materia prima, cocinero, lavado y secado, triturado, etiquetado / empaquetado. En el área administrativa tenemos: secretariado y atención al cliente.

CAPÍTULO IV

4. ÁREA JURÍDICA LEGAL

4.1 *Objetivos de estudio jurídico legal*

La estructura de la empresa Lima bella extracción de aceite y té de fruta de lima en el sector de Conocoto se constituirá bajo la forma jurídica de compañía limitada.

4.2 *Determinación de forma jurídica*

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura CIA LTDA. (LEY DE COMPAÑÍAS , 2018)

En la siguiente tabla se detalla las características principales para poder constituir la empresa como compañía limitada

Tabla N 72: Características de la sociedad en compañía limitada

CONSTITUCIÓN	SOCIOS	CAPITAL MÍNIMO	CAPACIDAD
Toda constitución se debe realizar a través de la escritura pública.	Es importante contar al menos con 2 socios	El monto mínimo para constituir una compañía es de \$400.000	Es necesario tener la capacidad civil para contratar

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

4.2.1 Razón social

Al constituirse como compañía limitada, el nombre de la empresa se puede constituir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía por lo tanto el nombre de la nueva empresa será "LIMA BELLA CIA LTDA"

4.2.2 logotipo de la empresa.



Gráfico N 25: logotipo de la Empresa "Lima bella"

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

4.2.3 Slogan

El slogan fue creado bajo los conceptos iniciales de la empresa, en donde se busca realizar un proyecto innovador, implementando en ello algo diferente y pensando en el bienestar del cliente "siempre bella, vive sana"

4.2 Patentes y marcas

Ya definido el logotipo y slogan de la empresa, se inicia con el registro de la marca e imagen en SENADI secretaria nacional de derechos intelectuales, y la emisión del RUC (registro único de contribuyente) y la patente municipal.

4.2.1 Emisión del RUC

PERSONAS NATURALES

1. Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
2. Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
3. Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo
4. Emisión del ruc por un asesor de servicio en el SRI

Gráfico N 26: Emisión del RUC

Fuente: (SERVICIO DE RENTAS INTERNAS , 2018)

Elaborado por: La autora.

SOCIEDADES o PERSONAS JURÍDICAS

1. Formulario 01A y 01B
2. Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
3. Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
4. Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
5. Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo
6. Emisión del RUC por un asesor de servicio en el SRI

Gráfico N 27: Emisión del RUC

Fuente: (SERVICIO DE RENTAS INTERNAS , 2018)

Elaborado por: La autora.

4.2.2 Patente Municipal

Patente municipal

- Formulario de Inscripción de Patente.
- Copia de la Cédula de Identidad y certificado de votación de la última elección
- Copia del RUC
- Copia de planilla de cualquier servicio básico
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal, en el caso de que se trate de una Persona Jurídica.
- Copia de constitución de la empresa para las Personas Jurídicas, así como del nombramiento vigente del representante legal.
- Presentar los documentos antes mencionados al balcón de servicios de cualquier administración zonal de municipio del distrito metropolitano.

Gráfico N 28: Patente municipal

Fuente: (QUITO ALCALDIA, 2018)

Elaborado por: La autora.

4.2.3 Registro de marca SINADI

- 1.- Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
- 2.- Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
- 3.- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
- 4.- llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
- 5.- Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.

- 6.- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
- 7.- Ingrese con su usuario y contraseña.
- 8.- Ingrese a la opción PAGOS.
- 9.- Opción TRAMITES NO EN LINEA.
- 10.- Opción GENERAR COMPROBANTE.
- 11.- Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.).
- 12.- Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE.
- 13.- Imprima el comprobante.
- 14.- Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16,00.
- 15.- Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado).
- 16.- Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec , así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.
- 17.- Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.
- 18.- Para transferencias, una vez generado el comprobante de pago en la plataforma indicada en el sistema, deberá llenar este formato «TRANSFERENCIAS» y enviar al correo transferencias@senadi.gob.ec adjuntando el pago y el formato lleno para que puedan validar. La validación llegará a su correo y la misma deberá ser enviada con el formulario de búsqueda fonética al correo foneticoquito@senadi.gob.ec

18.- Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.

19.- Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña

20.- Opción REGISTRO

21.- Del listado escoja la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS

22.- Y proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca

23.- Después de haber ingresado los datos

24.- Botón GUARDAR

25.- Botón VISTA PREVIA

26.- Botón GENERAR COMPROBANTE DE PAGO, que tiene un costo de \$208,00

27.- Cancele en el Banco del Pacífico

28.- Icono INICIO DE PROCESO. (SENADI , 2017)

4.3 Licencias para Funcionar y Documentos Legales

A continuación, se detallará los permisos que la empresa debe gestionar para su correcto inicio de actividades

4.3.1 Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ (LUAE)

La LUAE es el acto administrativo único con el que el municipio del distrito metropolitano de Quito autoriza el desarrollo de actividades económicas en un

establecimiento ubicado en el distrito metropolitano de quito (QUITO ALCALDIA, 2018)

Requisitos para la emisión por primera vez

Generales

- Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE.
- Copia de RUC actualizado.
- Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones.
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (cuando se requiera).
- Certificado Ambiental (cuando se requiera)

Gráfico N 29: Licencia Metropolitana (LUAE)

Fuente: (QUITO ALCALDIA, 2018)

Elaborado por: La autora.

Personas jurídicas

- Copia de escritura de constitución de la empresa
- Copia del nombramiento del Representante Legal.
- Copia de Cédula de Ciudadanía y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- Copia de estatutos y acuerdo ministerial (entidades sin fines de lucro).
- Copia de la Resolución emitida por la Dirección Metropolitana Financiera Tributaria, aprobando la exoneración del impuesto de patente municipal para las entidades sin fines de lucro.
- Original de la declaración del 1.5 X mil sobre los activos totales del año inmediato anterior.

Gráfico N 30: Licencia Metropolitana (LUAE)

Fuente: (QUITO ALCALDIA, 2018)

Elaborado por: La autora.

4.3.2 Permiso de Cuerpo de Bomberos

Para la obtención del permiso de funcionamiento, emitido por el cuerpo de bomberos, es importante saber que la empresa Lima Bella se encuentra en la categoría 3 de acuerdo a la actividad del negocio

Requisitos para solicitar este permiso

- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia de RUC
- En caso de ser persona jurídica se debe emplear la copia del nombramiento del representante legal.
- Copia de una panilla de servicio básico
- Copia de factura de comprar de extintor
- Permiso de funcionamiento emitido por el municipio

4.3.3 Puntos a inspeccionar para locales de categoría 2 y 3(excepto distribuidores de GLP y gasolineras.

Las instalaciones y elementos eléctricos cuentan con sus respectivas protecciones y aislamientos, se encuentran dispuestas de manera ordenada protegidas por tuberías, canaletas, (sin cables pelados o expuestos) evitando la sobrecarga de toma corrientes.

- Existen extintores portátiles disponibles, cargados y operables, del tipo, cantidad y ubicación requerida.
- Las puertas de emergencia se encuentran sin dispositivos o cerrojos, se abren en sentido de la evacuación, tienen un ancho mínimo de 86 cm y en general las vías de evacuación se encuentran sin obstáculos que impidan la salida de las personas a la vía pública o al exterior del edificio.

- Toda edificación en la que se prevea la concurrencia de público cuenta con señales que indiquen las salidas y los caminos de recorrido tienen lámparas de emergencia con un tiempo de iluminación de 60 min. Solo aplica para establecimientos con áreas mayores o iguales a 50m²
- Se cumplen las distancias máximas de recorrido desde cualquier punto del establecimiento hasta las salidas.
- Los elementos constitutivos del sistema de gas licuado de petróleo como conectores flexibles, válvulas, reguladores son específicos para la presión de operación.
- Los sistemas centralizados de GLP cumplen los requisitos de seguridad establecido en la INEN 2260-2010.
- Los ambientes en los que existan equipos que empleen gas cuentan con ventilación superior e inferior de área 80 cm² c/u permanente al exterior.
- Los generadores de agua caliente a gas (calefones) se encuentran ubicados en el exterior y presentan informe de mantenimiento.
- El establecimiento cuenta con un Plan de Autoprotección acorde con las actividades que realiza y las personas conocen sus respectivos procedimientos.
- Cuenta con un sistema de detección y alarma de incendios cuyo diseño e instalación cumple lo establecido en la OM 470, RTQ 3 y RTQ 6.
- Dispone de un sistema de supresión de incendio a base de agua, cuyo diseño e instalación cumple lo establecido en la OM 470, RTQ 3 y RTQ7 o Reglamento de Protección Contra Incendios. (Según corresponda).
- Las grasas, aceites y sustancias fácilmente combustibles están recogidos en recipientes específicos para su uso. INEN 2266-2013.

- Las sustancias que puedan causar explosiones, desprendimiento de gases, derrames o incendios están ubicados a nivel del suelo, en lugares aislados y resistentes al fuego y se cuenta con las medidas para evitar escapes y derrames.
- La tubería vista se encuentra identificada según el fluido que contenga.
- Se encuentra instalado un dispositivo de descargas atmosféricas (pararrayos) y presenta informe de instalación o mantenimiento.
- Los cuartos de máquinas, bodegas de almacenamiento, contenedores de residuos sólidos, cámaras de transferencia y transformación conforman sectores de incendio independientes, equipados con detectores de humo, lámpara de emergencia, extintor y señalización.
- Los generadores eléctricos se encuentran ubicados sobre el segundo subsuelo, cuentan con la respectiva ventilación y evacuación de gases y cumplen lo establecido en el Código Eléctrico Ecuatoriano.
- En caso de disponer de campana de extracción en cocinas ésta se encuentra libre de acumulación de grasa.
- Toda edificación en la que se prevea la concurrencia de público cuenta con señales que indiquen las salidas o los caminos de recorrido a las mismas. (Aplica para locales con áreas iguales o superiores a 50 m²).
- Las personas demuestran conocimiento en el manejo de extintores, saben por dónde evacuar y cuál es la zona segura. (BOMBEROS QUITO 2018, s.f.)

4.3.4 Permiso Funcionamiento del Ministerio del Interior o PAF (Permisos Anuales de Funcionamiento).

- Ingresar a la página web www.mdi.gob.ec//permiso-funcionamiento
- Registrar como usuario.
- Registrar datos de establecimiento.
- Adjuntar patente y LUAE.
- Se recibe en el correo una notificación de pago (\$49.89) la cancelación se realizará en banco del pacifico.
- Se procede ingresar al portal para imprimir el documento.

4.3.5 Permiso de Funcionamiento de Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

Es importante señalar que para el funcionamiento de la empresa, se debe adquirir el permiso otorgado por el ARCSA, mismo que confiere a establecimientos sujetos a control de vigilancia sanitaria.

Los requisitos para su obtención son:

- Ingresar a la página web: permisos.funcionamiento.controlsanitario.gob.ec
- Crear usuario y contraseña.
- Llenar datos solicitados.
- Adjuntar los requisitos de acuerdo a las actividades a desarrollar.
- Emitir orden de pago para proceder a cancelar la cuenta, el pago debe ser escaneado y cargar a la página.

- Una vez validado el pago se procede a imprimir el permiso de funcionamiento y factura

4.3.6 Permiso de funcionamiento del ministerio del medio ambiente

Una vez entregado la documentación, el tiempo estimado en otorgar el permiso es de 2 días laborables

Requisitos para la emisión del permiso de categoría I (impacto no significativo)

- Copia de la cédula y papeleta de votación de representante legal
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Croquis ubicación del local; se debe incluir, referencias y coordenadas
- Correo electrónico
- Guía de buenas prácticas ambientales (esto debe elaborar un técnico registrado en el ministerio de ambiente.
- Certificado de registro ambiental (otorga el ministerio de ambiente) (MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE , 2018)

Una vez presentada la documentación, se procede a la inspección con la presencia del propietario o representante legal; en esta intervención se determinará: informe de calidad, requisitos de infraestructura y requisitos de servicio. El tiempo de entrega de los permisos tiene un tiempo límite de 15 días laborables.

CAPÍTULO V

5. ÁREA FINANCIERA

5.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO

Determinar la rentabilidad y viabilidad del proyecto, en el mismo que se calculará las inversiones, montos de mano obra, en si todos los aspectos económicos que tenga la empresa como tal.

5.2. Plan de Inversiones

Para comenzar con las actividades de la empresa “Lima Bella”, se procedió a realizar un análisis detallado de los costos y gastos durante el tiempo de inversión y la fase de inicio, la misma será reflejada durante los 3 primeros meses.

A continuación, se detallará el plan de inversión

Tabla N 73: Plan de Inversiones

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
	Instalaciones y Remodelaciones		6.000,00
1	Materiales de Construcción	5.000,00	5.000,00
1	Adecuaciones de la Empresa	1.000,00	1.000,00
	Muebles y Enseres		1.347,00
3	Colador	4,00	12,00
2	Caldero	35,00	70,00
3	olla	4,00	12,00
100	Envases de cristal	1,50	150,00
3	Bowl de cristal grande	30,00	90,00
4	Morteros	25,00	100,00
6	Sillas y taburetes	125,00	750,00
6	mesas	4,00	24,00
1	Escritorio de computadora	60,00	60,00
1	Silla estándar	25,00	25,00

1	Utensillos de cocina	54,00	54,00
	Maquinaria y Equipo		5.270,00
1	Cocina industrial	500,00	500,00
1	Horno deshidratador	650,00	650,00
2	mesa de trabajo inoxidable	260,00	520,00
2	Balanza digital	20,00	40,00
2	Trituradora	90,00	180,00
2	Cilindro de gas industrial	50,00	100,00
1	Extintor de fuego	120,00	120,00
	Refrigerador y Máquina		
1	Extractora	3.160,00	3.160,00
	Equipos de oficina		1.123,00
4	Teléfono	70,00	280,00
1	Artículos de oficina	843,00	843,00
	Equipos de computación		1.000,00
1	Impresora	200,00	200,00
1	computadora	800,00	800,00
	Capital de trabajo	37.360,32	37.360,32
	Gastos de Constitución	1.500,00	1.500,00
	Permisos de funcionamiento	1.500,00	1.500,00
	Total		55.100,32

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla N 74: Capital de Trabajo

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total	Trimestral
	Personal			18.802,09
1	Gerente General	1.283,87	1.283,87	3.851,62
1	Asistente de administrativa	584,71	584,71	1.754,14
1	Asistente Contable	556,79	556,79	1.670,36
4	Operarios	960,50	3.841,99	11.525,96
	Servicios básicos			480,00
1	Agua	40,00	40,00	120,00
1	Luz	60,00	60,00	180,00
1	Teléfono e internet	30,00	60,00	180,00
	Arriendo Local	0,00	0,00	0,00
	Materia Prima			7.368,23
	Fruta de lima (cáscara)	0,00396	8,32	24,95

	Aceite de oliva	0,625	1.312,50	3.937,50
	agua	0,350	735,00	2.205,00
	miel	0,090	189,00	567,00
	stevia	0,032	68,04	204,12
	Hojas de lima	0,025	52,50	157,50
	Fruta de lima (carnosidad)	0,043	90,72	272,16
	Costo indirecto de fabricación			10.710,00
8400	Etiquetas	0,05	420,00	1.260,00
4200	Frascos vidrio y balsas de Té	0,65	2.730,00	8.190,00
4200	Caja cartón	0,10	420,00	1.260,00
			Total	37.360,32

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.3. Plan De Financiamiento

La empresa “Lima Bella” estará financiada por recursos propios, que se detallará de la siguiente manera, el 67,80% como efectivo propio, con un 32,20% perteneciente a bienes propios, este es el financiamiento establecido para la apertura de la empresa.

Tabla N 75: Plan de Financiamiento

Descripción	Total (USD)	Total %
Recursos Propios		
Efectivo	37.360,32	67,80%
Bienes	17.740,00	32,20%
Recursos Terceros		
Préstamo Privado	\$ -	\$ -
Préstamo Bancario	\$ -	\$ -
Total	55.100,32	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.3. Cálculo de costos y gastos

a) Detalle de costos

Para obtener los costos de cada producto se detallará los costos de materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, y además se representa los valores respectivos de cada uno.

Tabla N 76: Detalle de costos

Productos	Unidad Medida	Cant. Mensual Requerida	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Materia Prima				2.225,79	26.709,43
Fruta de lima (cáscara)	Kilogramo	3,78	2,20	8,32	99,79
agua	Kilogramo	210,00	6,25	1.312,50	15.750,00
Aceite de oliva	Kilogramo	12,70	50,00	635,00	7.620,00
miel	Kilogramo	3,20	45,00	144,00	1.728,00
stevia	Kilogramo	3,50	18,00	63,00	756,00
Hojas de lima	Kilogramo	1,75	15,00	26,25	315,00
Fruta de lima (carnosidad)	Kilogramo	2,04	18,00	36,72	440,64
Mano de Obra Directa				1.624,00	19.488,00
Operarios	Persona	4	406,00	1.624,00	19.488,00
Costo Indirecto de Fabricación				1.627,50	19.530,00
Etiquetas	Unidades	2.300	0,05	115,00	1.380,00
Frascos vidrios	Unidades	2.150	0,65	1.397,50	16.770,00
Cajas de cartón	Unidades	1.150	0,10	115,00	1.380,00
Servicios Básicos				160,00	1.920,00
Agua	m3			40,00	480,00
Luz	Kw			60,00	720,00
Teléfono e Internet	Megas			60,00	720,00
Total				5.637,29	67.647,43

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.3.2 Proyección de Costos

Tabla N 77: Proyección de costos

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual		Total 2020	Costo Mensual	Costo Anual		Total 2021
		Fijos	Variab les			Fijos	Variable s	
Materias Primas	2.448		29.380	29.380	2.693		32.318	32.318
Mano de Obra	1.705	20.462		20.462	1.790	21.486		21.486
CIF	1.790		21.483	21.483	1.969		23.631	23.631
Servicios Básicos	176		2.112	2.112	194		2.323	2.323
Total		20.462	52.975	73.438		21.486	58.273	79.758

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual		Total 2022	Costo Mensual	Costo Anual		Total 2023
		Fijos	Variab les			Fijos	Variable s	
Materias Primas	2.963		35.550	35.550	3.259		39.105	39.105
Mano de Obra	1.880	22.560		22.560	1.974	23.688		23.688
CIF	2.166		25.994	25.994	2.383		28.594	28.594
Servicios Básicos	213		2.556	2.556	234		2.811	2.811
Total		22.560	64.100	86.660		23.688	70.510	94.198

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual		Total 2024
		Fijos	Variab les	
Materias Primas	3.585		43.016	43.016
Mano de Obra	2.073	24.872		24.872
CIF	2.621		31.453	31.453
Servicios Básicos	258		3.092	3.092
Total		24.872	77.561	102.433

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

b) Proyección de costos

La proyección de los costos se calculó utilizando el 5% de incremento en mano de obra, en los demás rubros se aplicó el 1,65% del promedio de los últimos 5 años de inflación obtenido por (Banco Central del Ecuador, 2020), a continuación una breve descripción en la siguiente tabla.

Tabla N 78: Resumen de proyección de costos

Descripción	Total 2020	Total 2021	Total 2022	Total 2023	Total 2024
Materias Primas	29.380	32.318	35.550	39.105	43.016
Mano de Obra	20.462	21.486	22.560	23.688	24.872
CIF	21.483	23.631	25.994	28.594	31.453
Servicios Básicos	2.112	2.323	2.556	2.811	3.092
Total	73.438	79.758	86.660	94.198	102.433

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

c) Detalle de Gasto

Dentro de los gastos se tiene los de tipo administrativos, en los mismo que incluye el sueldo del administrador del negocio, así como de los asistentes que efectuarán tareas operativas y de apoyo del todo el negocio.

A continuación, se detallará los gastos que influye en la empresa.

Tabla N 79: Gastos Administrativos

Detalle	Unidad Medida	Valor Unitario	Frecuencia	Valor Mensual	Valor Anual
GASTO ADMINISTRATIVO					19.675,79
Útiles de oficina		45,00	Trimestral	15,00	180,00
Útiles de aseo		21,00	Trimestral	7,00	84,00
Prendas de Protección					378,00
Mandil	Unidad	18,00	6 al año	9,00	108,00
Protectores para el cabello	Unidad	2,50	3 al mes	7,50	90,00
Guantes	Unidad	2,00	3 al mes	6,00	72,00
Mascarillas	Unidad	1,50	6 al mes	9,00	108,00
Servicios básicos				160,00	1.920,00
Local Arriendo					
Depreciaciones					1.707,30
Equipos de computación					1.460,30
Muebles y Enseres					247,00
Sueldos y salarios					15.406,49
Gerente general	Persona			1.283,87	15.406,49
GASTO DE VENTAS					23.816,57
Publicidad				1.400,00	16.800,00
Asistente Administrativa				584,71	7.016,57
Total Gastos					43.492,36

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Proyección de gastos

En la siguiente tabla, se exponen las proyecciones de los gastos tomando en cuenta el promedio de inflación de los últimos 5 años tomados del (Banco Central del Ecuador, 2020) resultando el 1,65%.

Tabla N 80: Proyección de Gastos.

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos	21.643,37	23.807,70	26.188,47	28.807,32	31.688,05
Gastos de Ventas	26.198,23	28.818,05	31.699,85	34.869,84	38.356,82
Total	47.841,59	52.625,75	57.888,33	63.677,16	70.044,88

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.3.5 Mano de Obra

En términos económicos, es el esfuerzo físico y mental llevado al cabo por un trabajador para fabricar, reparar, o mantener un bien, como a la remuneración económica que dicho trabajo implica, o sea de los precios del servicio del trabajo empleado en el producto a ofrecer al consumidor. (RAFFINO, 2020)

Tabla N 81: Mano de Obra

Nombre y Apellido	Cargo	Ingresos			Descuentos		Valor a Pagar	
		SBU	Otros	Total	Varios	9,45%		Total
Carmita Caiza	Gerente General	940,75		940,75		88,90	88,90	851,85
Janeth Quinga	Asistente de Administrativa	415,00		415,00		39,22	39,22	375,78
Luis Caiza	Asistente Contable	394,00		394,00		37,23	37,23	356,77
Renato Moreno	Operario	415,00		415,00		39,22	39,22	375,78
Hernan Marcillo	Operario	415,00		415,00		39,22	39,22	375,78
Alejandro Castillo	Operario	415,00		415,00		39,22	39,22	375,78
Totales		2.994,75		2.994,75		283,00	283,00	2.711,75

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla N 82: Beneficios Sociales

Nombre y Apellido	Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo de Reserva	Vacación	Total	Costo M.O
Carmita Caiza	104,89	4,70	4,70	78,40	32,83	78,40	39,20	343,12	1.194,97
Janeth Quinga	46,27	2,08	2,08	34,58	32,83	34,58	17,29	169,71	545,50
Luis Caiza	43,93	1,97	1,97	32,83	32,83	32,83	16,42	162,79	519,55
Renato Moreno	46,27	2,08	2,08	34,58	32,83	34,58	17,29	169,71	545,50
Hernan Marcillo	46,27	2,08	2,08	34,58	32,83	34,58	17,29	169,71	545,50
Alejandro Castillo	46,27	2,08	2,08	34,58	32,83	34,58	17,29	169,71	545,50
Totales									3.896,51

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.4 Depreciaciones

La depreciación se maneja bajo parámetros técnicos y legales del Régimen Tributaria Interno de la normativa contable ecuatoriana.

Tabla N 83: Depreciación de los bienes de la empresa “Lima bella”

Detalle	Vida Útil	Valor	% Depreciación	Depreciación Anual
Maquinaria y Equipos	10 años	11.270,00	10%	1.127,00
Muebles y Enseres	10 años	2.470,00	10%	247,00
Equipos de computación	3 años	1.000,00	33,33%	333,30
Total		14.740,00		1.707,30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla N 84: Proyección de la depreciación de bienes y enseres “Lima bella”

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Equipos	1.127,00	1.127,00	1.127,00	1.127,00	1.127,00
Muebles y Enseres	247,00	247,00	247,00	247,00	247,00
Equipos de computación	333,30	333,30	333,30		
Total	1.707,30	1.707,30	1.707,30	1.374,00	1.374,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.5 Cálculo de Ingresos

El detalle de los ingresos se calculó en base a las 180 unidades producidas diariamente, están distribuidas entre 30% té de fruta de lima y el 70% de aceite de fruta de lima.

Tabla N 85: Cálculo de Ingresos

Productos	Unidad de Medida	Costos Mensuales	Margen de Utilidad		Ingresos Mensuales	Unidades Producidas	PVU
			%	\$			
Té	Unidades	1.691,19	120%	2.029,42	3.720,61	2.100	1,77
Aceite	Unidades	3.946,10	136,5%	5.386,43	9.332,53	1.680	5,56

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla N 86: Proyección de Ingresos

Se presenta la proyección de los ingresos de la empresa, en donde se aplica el 10% del incremento de la producción.

De igual manera, se realizó un estudio de la competencia que tiene Lima bella y el análisis de las encuestas, concluyendo que el precio promedio del té de fruta de lima es de \$ 1,77 y del aceite de fruta de lima es de \$ 5,56.

Tabla N 87: Proyección de Ingresos

Productos	Cantidad	Precio Unitario	Total Año 1	Cantidad	Precio Unitario	Total Año 2	Cantidad	Precio Unitario	Total Año 3
Té	25.200	1,77	44.647,31	27.720	1,77	49.112,04	30.492	1,77	54.023,24
Aceite	20.160	5,56	111.990,32	22.176	5,56	123.189,36	24.394	5,56	135.508,29
Total			156.637,63			172.301,39			189.531,53

Cantidad	Precio Unitario	Total Año 4	Cantidad	Precio Unitario	Total Año 5
33.541	1,77	59.425,56	36.895	1,77	65.368,12
26.833	5,56	149.059,12	29.516	5,56	163.965,03
		208.484,68			229.333,15

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.6 Flujo de caja

A continuación, se presenta el flujo de caja en el año inicial del proyecto de titulación que presenta Lima bella, y la proyección para los próximos 5 años.

Tabla N 88: Flujo de caja “Lima bella”

	Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A.	Ingresos Operacionales		156.637,63	172.301,39	189.531,53	208.484,68	229.333,15
	Recursos propios						
	Recursos de terceros						
	Ingresos por ventas		156.637,63	172.301,39	189.531,53	208.484,68	229.333,15
B.	Egresos Operacionales		113.569,03	126.951,53	138.323,56	150.781,64	164.431,82
	Local Arriendo		0,00	3.000,	3.000,00	3.000,00	3.000,00
	Instalaciones y Remodelaciones	6.000,00					
	Muebles y Enseres	1.347,00					
	Maquinaria y Equipo	5.270,00					
	Vehículos						
	Equipo de computación	1.000,00					
	Capital de trabajo	37.360,32					
	Gastos de Constitución	4.123,00					
	Materia prima Directa		26.709,43	29.380,38	32.318,41	35.550,25	39.105,28
	Mano de Obra Directa		19.488,00	20.462,40	21.485,52	22.559,80	23.687,79
	Costos Indirectos de fabricación		19.530,00	21.483,00	23.631,30	25.994,43	28.593,87
	Gastos Administrativos		21.643,37	23.807,70	26.188,47	28.807,32	31.688,05
	Gastos de ventas		26.198,23	28.818,05	31.699,85	34.869,84	38.356,82
C.	Flujo Operacional (A-B)		43.068,60	45.349,86	51.207,97	57.703,04	64.901,34
D.	Ingresos No Operacionales		1.707,30	1.707,30	1.707,30	1.374,00	1.374,00
	Créditos a contratarse a corto plazo						
	Otros ingresos (Depreciaciones)		1.707,30	1.707,30	1.707,30	1.374,00	1.374,00
E.	Egresos No Operacionales		15.612,37	16.439,33	18.562,89	20.917,35	23.526,73
	Gasto financieros						
	Pago de créditos a largo plazo						
	Pago de participación de utilidades		6.460,29	6.802,48	7.681,20	8.655,46	9.735,20
	Pago de impuestos		9.152,08	9.636,85	10.881,69	12.261,90	13.791,53
	Otros egresos						
F.	Flujo No Operacional (D-E)		13.905,07	14.732,03	16.855,59	19.543,35	22.152,73
G.	Flujo Neto Operacional (C-F)		29.163,53	30.617,84	34.352,38	38.159,69	42.748,60
H.	Saldo Inicial de Caja						
I.	Saldo Final de Caja (G+H)	55.100,32	29.163,53	30.617,84	34.352,38	38.159,69	42.748,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.7 Punto de Equilibrio

Es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.” (Baca Urbina, 2013)

A continuación, se presenta el cálculo del punto de equilibrio y sus correspondientes gráficos.

Tabla N 89: Punto de Equilibrio “Lima bella”

Fórmula	Aceite de fruta de lima	Té de fruta de lima
$PE \$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$	$PE \$ = \frac{6138,72}{1 - \frac{15892,61}{44647,31}}$ PE \$ = 9.531,57	$PE \$ = \frac{14.323,68}{1 - \frac{37.082,76}{111.990,32}}$ PE \$ = 21.414,57
$PE u = \frac{CF}{PVU - CVU}$	$PE u = \frac{6138,72}{2 - 0,81}$ PE u = 5.138,41	$PE u = \frac{10.426,42}{5 - 2,35}$ PE u = 5.402,86
$PE \% = \frac{PE \$}{IT} \times 100$	$PE \% = \frac{9.531,57}{44647,31} \times 100$ PE % = 21,35%	$PE \% = \frac{21.414,57}{111.990,32} \times 100$ PE % = 19,12%

Fuente: (Baca Urbina, 2013)

Elaborado por: La autora

Los gráficos de cada producto son los siguientes:

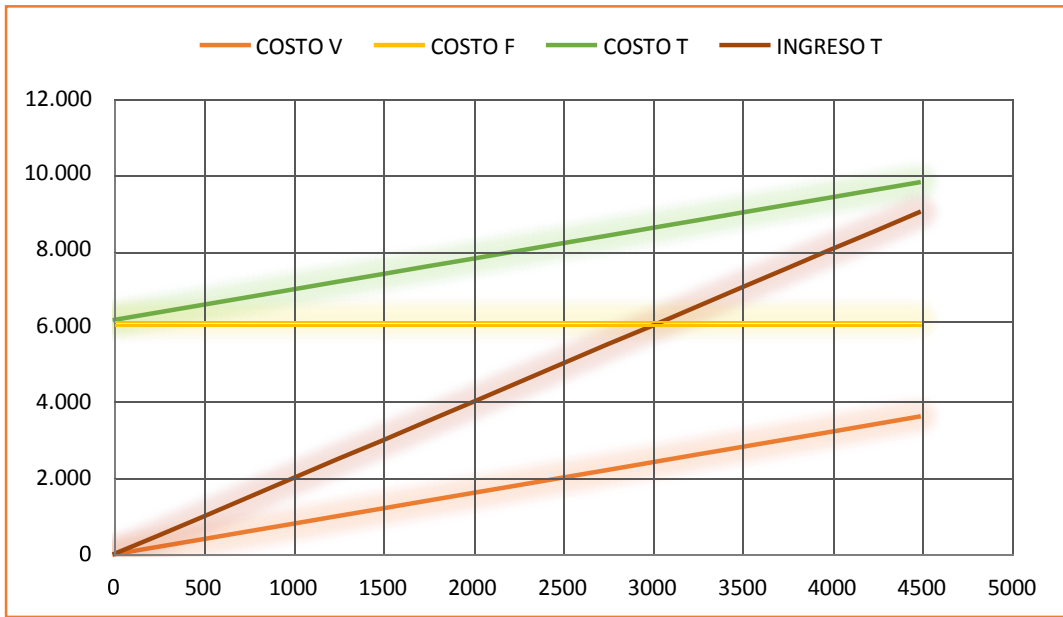


Grafico N 31: Punto de Equilibrio té de fruta de lima

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora.

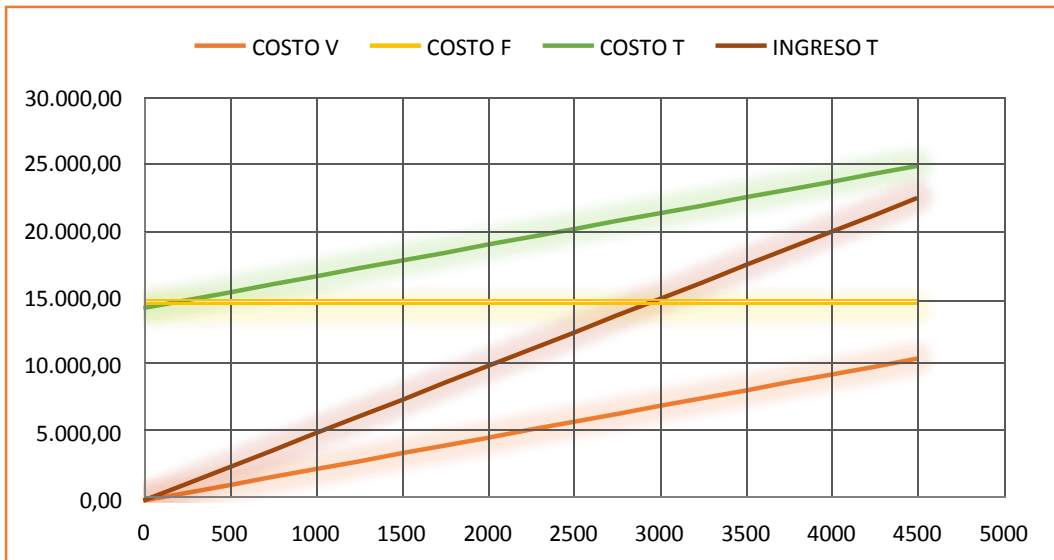


Grafico N 32: Punto de Equilibrio aceite de fruta de lima

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora.

5.8 Estado de Resultados Proyectado

En la siguiente tabla, se observa el estado de resultado de la empresa durante los primeros cinco años, así obteniendo la utilidad del primer año de \$ 27.456,23

Tabla N 90: Estado de Resultados Proyectado “Lima bella”

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos por Ventas	156.637,63	172.301,39	189.531,53	208.484,68	229.333,15
(-)	Costo de Ventas	65.727,43	74.325,78	80.435,23	87.104,48	94.386,94
	Utilidad Bruta en					
(=)	Ventas	90.910,20	97.975,62	109.096,30	121.380,20	134.946,21
(-)	Gasto de ventas	26.198,23	28.818,05	31.699,85	34.869,84	38.356,82
	Utilidad Neta en					
(=)	Ventas	64.711,97	69.157,57	77.396,44	86.510,36	96.589,39
(-)	Gastos Administrativos	21.643,37	23.807,70	26.188,47	28.807,32	31.688,05
(=)	Utilidad Operacional	43.068,60	45.349,86	51.207,97	57.703,04	64.901,34
(-)	Gastos Financieros					
(+)	Otros Ingresos					
(-)	Otros Egresos					
	Utilidad Antes de					
(=)	Participación	43.068,60	45.349,86	51.207,97	57.703,04	64.901,34
(-)	15% Participación trabajadores	6.460,29	6.802,48	7.681,20	8.655,46	9.735,20
	Utilidad Antes de					
(=)	Impuestos	36.608,31	38.547,38	43.526,77	49.047,59	55.166,14
(-)	Impuesto a la renta	9.152,08	9.636,85	10.881,69	12.261,90	13.791,53
	Utilidad o Pérdida del					
(=)	Ejercicio	27.456,23	28.910,54	32.645,08	36.785,69	41.374,60

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora.

5.9 Evaluación Financiera

a) Indicadores

a.1) Valor Actual Neto

Tabla N 91: Cálculo TMAR

	%	Tasa de	Promedio
	Participación	Rentabilidad	Ponderado
Fondos Propios	100%	25%	25%
Fondos de Terceros	0%	12%	0
Total			25%

Fuente: (Baca Urbina, 2013, pág. 184)

Elaborado por: La Autora.

A continuación, se procede a presentar la tabla con los valores obtenidos del flujo de caja, para proceder con el cálculo del Valor Actual Neto.

$$VAN = -II + \sum \frac{FNE_n}{(1+i)^n} \quad (\text{Baca Urbina, 2013})$$

Tabla N 92: Valor Actual Neto

AÑO	VALOR
0	-55.100,32
1	29.163,53
2	30.617,84
3	34.352,38
4	38.159,69
5	42.748,60
VAN	90.152,73

Fuente: (Baca Urbina, 2013)

Elaborado por: La Autora

a.2) Tasa Interna de Retorno

“Es la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos sea cero, es la tasa que igual a la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” (Baca Urbina, 2013).

Tabla N 93: Tasa de Interés Retorno

AÑO	VALOR
0	-55.100,32
1	29.163,53
2	30.617,84
3	34.352,38
4	38.159,69
5	42.748,60
TIR	51,46%

Fuente: (Baca Urbina, 2013)

Elaborado por: La Autora.

a.3) Beneficio Costo

Tabla N 94: Beneficio Costo

Factor Actualización	Costo	Costo actualizado	Ingresos	Ingresos actualizado
0,800000	73.437,78	58.750,22	156.637,63	125.310,10
0,640000	79.758,43	51.045,40	172.301,39	110.272,89
0,512000	86.660,00	44.369,92	189.531,53	97.040,14
0,409000	94.198,01	38.526,99	208.484,68	85.270,24
0,327000	102.433,42	33.495,73	229.333,15	74.991,94
		226.188,25		492.885,31

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora.

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

$$B/C = \frac{492.885,31}{226.188,25}$$

$$B/C = 2,18$$

Al analizar las operaciones respectivas para obtener el cálculo del costo beneficio, se procedió a dividir los valores correspondientes, los mismos en un valor de 2,18; indicando en ello que por cada dólar invertido se ganará 1,18.

a.4) Periodo de Recuperación

Tabla N 95: Periodo de Recuperación

FLUJO DE CAJA	
Io =	-55.100,32
	29.163,53
	30.617,84
	34.352,38
	38.159,69
	42.748,60
F =	35.008,41

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

$$P.R = \frac{I_0}{F} = \frac{-55.100,32}{35.008,41} = 1,57.$$

(Baca Urbina, 2013, pág. 212)

$$0,73 * 12 = 8,76$$

$$0,56 * 30 = 17,40$$

Se obtuvo un período de recuperación del 1,57, que mediante la realización de varios cálculos se observa que se recuperará la inversión en 1 año, 8 meses y 17 días.

Conclusiones

- El producto de aceite y té de fruta de lima es natural, es por eso que se tomó la iniciativa de realizar una encuesta para medir el campo de adquisición del producto, para ello el 86% de la población encuestada expuso argumentos positivos, el cual refleja estar dispuesta a adquirir el aceite y té de lima.
- Para la realización de cada producto estrella, se deben realizar adquisiciones de maquinaria procesadora de aceites, además se debe tomar en cuenta la calidad de la maquinaria para no tener inconvenientes de la maquinaria.
- Es importante considerar la cantidad de personal que cuenta la empresa Lima bella, para producir el aceite y té de fruta de lima, de acuerdo con el tiempo se verá si existe la necesidad de contratar más personal en un futuro.
- La empresa será constituida jurídicamente como compañía limitada ya que es un requisito indispensable para el funcionamiento de la empresa, sus siglas son CIA LTDA.
- Según los resultados obtenidos de los indicadores financieros, se plantea que el emprendimiento tiene rentabilidad y es viable para la producción y comercialización de aceite y Té de lima y seguir creciendo en la industria oleo esencial.

Recomendaciones

- Establecer estrategias de marketing, el cual permitirá atraer nuevos prospectos, fidelizando clientes y ganando ranking en el mercado oleo esencial.
- Mantener a la vanguardia los equipos y maquinaria de producción para realizar procesos automáticos y poder mejorar tiempos de entrega al cliente; logrando más unidades a menor costo.
- Al personal de Lima bella se le tiene que mantener incentivado con ímpetu para trabajar y desempeñarse bien en el lugar de trabajo, no se le puede desmotivar al personar ya que el rendimiento de producción bajaría.
- Los papeles de funcionamiento siempre deben ser actualizados cada año, de lo contrario se tendrá problemas con la entidad reguladora de papeles de funcionamiento.
- El plan de negocios se debe poner en marcha y funcionamiento, ya que indicará la rentabilidad y éxito del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

- (24 de marzo de 2018). Obtenido de CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR .
- ARBOS, L. (2012). ingeniería de procesos y de planta. En L. ARBOS, *empresa y gestion*. profit editorial.
- Área de Pymes. (2005). *areadepymes*. Obtenido de <https://www.areadepymes.com/?tit=guia-de-matematica-financiera&name=Manuales&fid=eg0adaa>
- Baca Urbina, G. (2013). Evaluación de Proyectos. *Séptima*, 148. México: Mc Graw Hill. Obtenido de http://iindustrialitp.com.mx/msamuel.lopezr/Evaluacion_de_Proyectos_7ma_Ed_Gabriel_Baca_Urbina.pdf
- Banco Central del Ecuador. (2020). *Indicadores Económicos*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/pendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=0>
- BOMBEROS QUITO 2018*. (s.f.). Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec/inspecciones-luae/>
- Carro, R., & González, D. (2012). Administración de la Calidad Total. 27. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf
- CHIAVENATO, E. (2006). En I. A. ADMINISTRACIÓN. MÉXICO: 1.
- CODIGO DE TRABAJO, E. (2018). QUITO : <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>.
- Cruz, & Cámara. (04 de 04 de 2010).
- GUALDEIRI, S. &. (2014). SPERANZA Y GUALDEIRI. En *APLICACION DEL SISTEMA HACCP*. ACADEMICA ESPAÑOLA. <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/codigo-de-trabajo/>. (2016). Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo*. (2010). Obtenido de INEC.
- KLOTTER, & ARMSTRONG. (2013). *FUNDAMENTOS DE MARKETING* . 16TH GLOBAL EDITION .

- KOONTZ, & WEIHRICH. (17 de 07 de 2013). Obtenido de https://www.todostuslibros.com/libros/elementos-de-administracion_978-607-15-0931-4
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Dirección de Marketing*. Pearson educación.
- LEY DE COMPAÑIAS . (2018). Obtenido de https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE . (2018). Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/>
- MINISTERIO DE SALUD PUBLICA . (19 de julio de 2018). Obtenido de <https://www.acreditacion.gob.ec/buenas-practicas-manufactura-alimentos-procesados/>
- Muñiz González, R. (2019). *CEF, Marketing XXI*. Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>
- PAREDES, A. (2009). En "*CERTIFICACION INTERNACIONAL DE ESPECIALISTAS EN GESTION POR PROCESOS*", *POTENCIA PRESENTADA EN EL SEMINARIO DE CONSULTORES DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS* . QUITO .
- QUITO ALCALDIA. (24 de marzo de 2018). Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>
- RAFFINO, M. E. (21 de JULIO de 2020). *MAMODEOBRA.COM*. Obtenido de <https://concepto.de/mano-de-obra/>
- RENDER, B. (2009). *DIRECCION DE LA PRODUCCION Y OPERACIONES* . En R. BARRY. 11 EDICION .
- RENDER, B. (2009). *PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES*. MÉXICO: PEARSON EDUCACIÓN.
- SENADI . (2017). Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS . (2018). Obtenido de <http://www.servicioderentasinternas.gob.ec>
- SERVICIO ECUATORIANO DE NORMALIZACION INEN . (JULIO de 2018).

TALACÓN, H. (2006). En *LA MATRIZ FODA: UNA ALTERNATIVA PARA REALIZAR DIAGNÓSTICO Y DETERMINAR LAS ESTRATEGIAS DE INTERVENCION EN LAS ORGANIZACIONES*. MEXICO.