



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

---

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACION Y  
COMERCIALIZACIÓN DE COLAGENO NATURAL CON SABORES A  
GUAYABA, NARANJA Y MORA EN LA CIUDAD DE QUITO.**

---

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado(a) en  
Administración de Empresas y Negocios.

**Autora**

Herrera Camacho María Mauricia

**Tutor**

Dr. Carlos Marcelo Borja Galeas

QUITO – ECUADOR

2023

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

Yo, María Mauricia Herrera Camacho declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de negocios para la elaboración y comercialización de colágeno natural con sabores a guayaba, naranja y mora en la ciudad de Quito”, como requisito para optar al grado de Licenciada de Administración de Empresas y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 04 días del mes de agosto de 2023, firmo conforme:

Autor: María Mauricia Herrera Camacho

Firma:   
HERREIRA CAMACHO MARIA MAURICIA  
Estudiante

Número de Cédula: 1717529620

Dirección: Pichincha, Quito, Solca

Correo Electrónico: maricrisherrera@hotmail.es

Teléfono: 023-285-292

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COLÁGENO NATURAL CON SABORES A GUAYABA, NARANJA Y MORA EN LA CIUDAD DE QUITO” presentado por María Mauricia Herrera Camacho, para optar por el Título de Licenciada en Administración de Empresas.

### **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, 05 de agosto del 2023

-----  
Dr. Carlos Marcelo Borja Galeas

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

Quito, 05 de agosto 2023



HERRERA CAMACHO MARIA MAURICIA  
Estudiante

1717529620

## **APROBACIÓN LECTORES**

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COLÁGENO NATURAL CON SABORES A GUAYABA, NARANJA Y MORA EN LA CIUDAD DE QUITO, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 05 de agosto de 2023

.....

Ing. Ivanna Karina Sánchez Montero  
LECTOR

.....

Phd. Andrés Alejandro Palacio Fierro  
LECTOR

## **DEDICATORIA**

Con mucho amor y aprecio, dedico esta tesis a mi esposo Santiago, a mis hijos Rafael, Martín, María Cristina y a todas las personas que de una u otra manera me han apoyado incondicionalmente con sus palabras de motivación, entendimiento y confianza han sido fundamentales para superar este duro desafío y mantenerme enfocada en el camino académico.

A Dios por otorgarme sabiduría y aliento durante todo este proceso de estudios.

¡Gracias por ser parte de mi vida y de este importante capítulo académico!

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por darme la vida y por ser mi guía constante. Sus bendiciones y cuidado han sido mi fuerza en momentos de dificultad y mi alegría en tiempos de felicidad. Gracias por escuchar mis oraciones, por darme la oportunidad de crecer y aprender cada día.

A mi familia, gracias por ser mi soporte incondicional, Su amor, paciencia y sacrificio han sido el pilar que me ha sostenido en las adversidades, cada gesto de cariño y cada palabra de aliento me han dado la confianza necesaria para enfrentar los desafíos y culminar mis objetivos.

A mis amigos, gracias por estar a mi lado, por compartir risas, alegrías y también penas.

A todos mis profesores que han sido mis mentores impartiendo sus enseñanzas a lo largo de mi trayectoria estudiantil, orientándome hacia un crecimiento intelectual y personal.

A mi tutor de tesis el Dr. Carlos Marcelo Borja Galeas, su dedicación, sabiduría y guía para realizar este proyecto de finalización académico.

<b>AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....</b>	<b>II</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>III</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....</b>	<b>IV</b>
<b>APROBACIÓN LECTORES.....</b>	<b>V</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>VI</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>VII</b>
<b>INDICE DE CONTENIDOS.....</b>	<b>VIII</b>
<b>ÍNDICE DE TABLA.....</b>	<b>13</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>16</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>18</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>19</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>20</b>
<b>DESCRIPCIÓN DE CAPÍTULOS.....</b>	<b>21</b>
<b>OBJETIVOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....</b>	<b>24</b>
Objetivos General.....	24
Objetivos Específicos.....	24
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>25</b>
<b>1 MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN.....</b>	<b>25</b>
1.1 Objetivo del Capítulo.....	25
1.2 Antecedentes investigativos del producto.....	25
1.2.1 Fundamentación del Producto.....	25
1.2.2 Tabla de características del producto.....	27



1.3 Mercado .....	28
1.3.1 Público objetivo del producto .....	28
1.3.1.1 Categorización de sujetos .....	29
1.3.1.2 Estudio de Segmentación.....	30
1.3.1.3 Plan de muestreo .....	33
1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información.....	34
1.3.1.5 Diseño y recolección de información .....	35
1.3.1.6 Análisis e Interpretación.....	38
1.4 Demanda Potencial .....	51
1.5 Análisis del Macro y Micro Ambiente .....	52
1.5.1 Análisis del micro ambiente .....	52
1.5.2 Análisis del macro ambiente.....	53
1.5.3 Proyección de la oferta .....	55
1.6 Demanda Potencial Insatisfecha .....	57
1.7 Diseño de marca (branding).....	57
1.8 Estrategias de marketing.....	58
1.9 Plan de Comunicación.....	60
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>61</b>
<b>2 OPERACIONES .....</b>	<b>61</b>
2.1 Objetivo del Capítulo.....	61
2.2 Descripción del proceso.....	61
2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio .....	61
2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas .....	65
2.2.3 Tecnología a aplicar.....	70
2.2.4 Factores que afectan las operaciones.....	72
2.3 Capacidad de Producción .....	73

2.3.1 Capacidad de Producción Futura.....	73
2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción.....	74
2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.....	74
2.5 Calidad.....	75
2.5.1 Método de Control de Calidad.....	75
2.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio.....	76
2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional.....	76
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>77</b>
<b>3 ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....</b>	<b>77</b>
3.1 Objetivo del Capítulo.....	77
3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos.....	77
3.2.1 Visión de la Empresa.....	77
3.2.2 Misión de la Empresa.....	77
3.2.3 Objetivos y estrategias.....	78
3.3 Organización Funcional de la Empresa.....	83
3.3.1 Organización Interna.....	83
3.4 Descripción de puestos.....	85
3.5 Control de Gestión.....	89
3.5.1 Indicadores de gestión.....	89
3.5.2 Necesidades de Personal.....	90
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>91</b>
<b>4 JURÍDICO LEGAL.....</b>	<b>91</b>
4.1 Objetivos del capítulo.....	91
4.2 Determinación de la forma jurídica.....	91
4.2.1 CONSTITUCIÓN.....	91

4.2.1.1	COMPANÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.....	91
4.3	Registros de marcas .....	110
4.4	Licencias necesarias para funcionar y documentos legales.....	112
	<b>CAPÍTULO V</b> .....	<b>118</b>
	<b>5 EVALUACIÓN FINANCIERA</b> .....	<b>118</b>
5.1	Objetivos del capítulo .....	118
5.2	Plan de inversiones .....	118
5.3	Cálculo de Costos y Gastos .....	120
5.3.1	Mano de Obra .....	120
5.3.2	Depreciación.....	121
5.3.3	Proyección de la depreciación .....	122
5.3.4	Detalle de Costos .....	122
5.3.5	Proyección de Costos.....	124
5.3.6	Detalle de Gastos .....	124
5.3.7	Proyección Gastos .....	124
5.4	Plan de Financiamiento.....	125
5.4.1	Forma de financiamiento .....	125
5.5	Cálculo de Ingresos.....	126
5.5.1	Proyección de Ingresos .....	127
5.6	Punto de Equilibrio .....	128
5.7	Estado de Resultados Proyectado .....	130
5.8	Flujo de Caja.....	131
5.9	Evaluación Financiera .....	132
5.9.1	Indicadores.....	132
5.9.2	Valor Actual Neto (VAN) .....	132

5.9.3 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	134
5.9.4 Ingresos operacionales proyectados.....	135
5.9.5 Egresos proyectados.....	135
5.9.6 Período de Recuperación.....	136
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>139</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>140</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>141</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>142</b>

## ÍNDICE DE TABLA

<b>Tabla 1</b> Producto.....	28
<b>Tabla 2</b> Categorización de sujetos.....	30
<b>Tabla 3</b> Dimensión conductual.....	30
<b>Tabla 4</b> Dimensión geográfica.....	31
<b>Tabla 5</b> Población sector norte de Quito.....	32
<b>Tabla 6</b> Dimensión demográfica.....	32
<b>Tabla 7</b> Variables de la muestra.....	33
<b>Tabla 8</b> Necesidades de información del objetivo específico 1.....	34
<b>Tabla 9</b> Necesidades de información del objetivo específico 2.....	35
<b>Tabla 10</b> Necesidades de información del objetivo específico 3.....	35
<b>Tabla 11</b> Tasa de crecimiento poblacional.....	37
<b>Tabla 12</b> Tasa de crecimiento del sector farmacéutico.....	37
<b>Tabla 13</b> Género.....	38
<b>Tabla 14</b> Rango de edad.....	39
<b>Tabla 15</b> Parroquia a la que pertenece.....	40
<b>Tabla 16</b> Beneficios del colágeno.....	41
<b>Tabla 17</b> Razón por lo que consumo.....	42
<b>Tabla 18</b> Marcas sustitutas.....	44
<b>Tabla 19</b> Lugar en donde lo adquiere.....	45
<b>Tabla 20</b> Tiempo de consumo.....	46
<b>Tabla 21</b> Presentación que lo consume.....	47
<b>Tabla 22</b> Disposición de compra de colágeno natural con sabores a frutas naturales.....	48
<b>Tabla 23</b> Alternativas de precio.....	49
<b>Tabla 24</b> Medios de información del producto.....	50
<b>Tabla 25</b> Tendencia de la demanda.....	51
<b>Tabla 26</b> Análisis del modelo 5 fuerzas de mercado.....	52
<b>Tabla 27</b> Productos sustitutos.....	56
<b>Tabla 28</b> Proyección de la oferta.....	56
<b>Tabla 29</b> Demanda potencial insatisfecha.....	57
<b>Tabla 30</b> Estrategia de plaza.....	60

<b>Tabla 31 Descripción de las actividades para el proceso de transformación del producto</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 32 Descripción de las actividades para el proceso de transformación del producto</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 33 Descripción área de producción y materiales</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 34 Descripción de equipos</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 35 Descripción de personas</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 36 Tecnología a aplicar al futuro</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 37 Capacidad de producción futura</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 38 Grado de sustitución de materia prima</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 39 Causas para la elaboración del diagrama de pareto</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 40 Entidades para aperturar el negocio</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 41 Matriz efe</b>	<b>79</b>
<b>Tabla 42 Matriz efi</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 43 Estrategias</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 44 Descripción del Puesto: Gerente</b>	<b>85</b>
<b>Tabla 45 Descripción del Puesto: Asistente Administrativo</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 46 Descripción del Puesto: Operario</b>	<b>87</b>
<b>Tabla 47 Descripción del Puesto: Operario</b>	<b>88</b>
<b>Tabla 48 Indicadores de gestion</b>	<b>89</b>
<b>Tabla 49 Indicadores de gestión</b>	<b>90</b>
<b>Tabla 50 Pasos para la constitución de la empresa</b>	<b>92</b>
<b>Tabla 51 Registro de marca</b>	<b>110</b>
<b>Tabla 52 PAGO E MARCAS</b>	<b>112</b>
<b>Tabla 53 LUAE</b>	<b>112</b>
<b>Tabla 54 SRI</b>	<b>114</b>
<b>Tabla 55 MUNICIPIO</b>	<b>114</b>
<b>Tabla 56 EMISION DEL INFORME DE COMPATIBILIDAD DE USO DE SUELO (ICUS)</b>	<b>115</b>
<b>Tabla 57 IESS</b>	<b>115</b>
<b>Tabla 58 MINISTERIO DE SALUD PUBLICA</b>	<b>116</b>
<b>Tabla 59 ARCSA</b>	<b>116</b>
<b>Tabla 60 BOMBEROS</b>	<b>117</b>
<b>Tabla 61 Plan de Inversiones</b>	<b>118</b>

<b>Tabla 62</b> Capital de Trabajo.....	119
<b>Tabla 63</b> Cálculo de Mano de Obra.....	120
<b>Tabla 64</b> Cálculos del Rol Personal Administrativo.....	121
<b>Tabla 65</b> Cálculos de las Depreciaciones.....	121
<b>Tabla 66</b> Proyección de la Depreciación.....	122
<b>Tabla 67</b> Detalle de Costos-Producción.....	122
<b>Tabla 68</b> Proyección de Costos.....	123
<b>Tabla 69</b> Detalle de Gastos.....	124
<b>Tabla 70</b> Proyección Gastos.....	124
<b>Tabla 71</b> Plan de Financiamiento.....	125
<b>Tabla 72</b> Determinación del Precio de Venta Unitario.....	126
<b>Tabla 73</b> Cálculo del Ingreso Anual.....	127
<b>Tabla 74</b> Proyección de Ingresos 5 Años.....	127
<b>Tabla 75</b> Datos de la Empresa para el Punto de Equilibrio.....	128
<b>Tabla 76</b> Datos para Graficar el Punto de Equilibrio.....	128
<b>Tabla 77</b> Estado de Resultados Proyectado.....	130
<b>Tabla 78</b> Flujo de Caja.....	131
<b>Tabla 79</b> Cálculo del TMAP.....	132
<b>Tabla 80</b> Cálculo del VAN.....	133
<b>Tabla 81</b> Cálculo del TIR.....	134
<b>Tabla 82</b> Ingresos Proyectados.....	135
<b>Tabla 83</b> Egresos Proyectados.....	135
<b>Tabla 84</b> Período de Recuperación.....	137
<b>Tabla 85</b> Cálculo del Período.....	137

## INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Dimensión Geográfica</i> .....	31
<i>Figura 2. Género</i> .....	38
<i>Figura 3. Rango de Edad</i> .....	39
<i>Figura 4. Parroquia a la que pertenece</i> .....	41
<i>Figura 5. Beneficios del colágeno</i> .....	42
<i>Figura 6. Razón por lo que consumo</i> .....	43
<i>Figura 7. Marcas Sustitutas</i> .....	44
<i>Figura 8. Lugar en donde lo adquiere</i> .....	45
<i>Figura 9. Tiempo de consumo</i> .....	46
<i>Figura 10. Presentación que lo consume</i> .....	47
<i>Figura 11. Disposición de compra de colágeno natural con sabores a frutas</i> .....	48
<i>Figura 12. Alternativas de precio</i> .....	49
<i>Figura 13. Medios de información del producto</i> .....	50
<i>Figura 14. Demanda Potencial de las personas</i> .....	51
<i>Figura 15. Proyección de la Oferta</i> .....	56
<i>Figura 16. Demanda Insatisfecha</i> .....	57
<i>Figura 17. Logotipo</i> .....	58
<i>Figura 18. Descripción de la elaboración del colágeno de pata de res</i> .....	61
<i>Figura 19. Mapa de Procesos</i> .....	63
<i>Figura 20. Flujoograma del proceso de producción</i> .....	64
<i>Figura 21. Diseño arquitectónico de la empresa "HECA"</i> .....	65
<i>Figura 22. Capacidad de Producción Futura</i> .....	74
<i>Figura 23. Análisis FODA</i> .....	78
<i>Figura 24. Mapa Estratégico</i> .....	82
<i>Figura 25. Organigrama Estructural</i> .....	83
<i>Figura 26. Organigrama Funcional</i> .....	84
<i>Figura 27. Pasos para la Constitución de la Empresa</i> .....	92
<i>Figura 28. Pasos para la Constitución de la Empresa</i> .....	93
<i>Figura 29. Pasos para la Constitución de la Empresa</i> .....	93
<i>Figura 30. Pasos para la Constitución de la Empresa</i> .....	94
<i>Figura 31. Superintendencia de Compañías</i> .....	95
<i>Figura 32. Superintendencia de Compañías registrate como usuario</i> .....	95
<i>Figura 33. Registro de Usuario</i> .....	96
<i>Figura 34. Reserva de denominación</i> .....	96
<i>Figura 35. Ingreso a Denominación de compañías</i> .....	97
<i>Figura 36. Reserva de Denominación</i> .....	97
<i>Figura 37. Sistema de Denominación de compañías</i> .....	98
<i>Figura 38. Domicilio de la compañía</i> .....	98
<i>Figura 39. Nombre de la compañía</i> .....	99
<i>Figura 40. Sistema de Denominación de compañías-Constitución</i> .....	99
<i>Figura 41. Tipo de la Compañía</i> .....	100
<i>Figura 42. Sistema de Denominación de compañías-Constitución-Tipo de compañía 2</i> .....	100
<i>Figura 43. Más Reservas</i> .....	101
<i>Figura 44. Constituir una Compañía</i> .....	101
<i>Figura 45. Sistema de Denominación de compañías-Constitución Electrónica</i> .....	102
<i>Figura 46. Ingreso al Sistema</i> .....	102
<i>Figura 47. Reservas para Constitución Electrónica</i> .....	103
<i>Figura 48. Solicitud de Constitución</i> .....	103
<i>Figura 49. Tipo de Constitución</i> .....	104
<i>Figura 50. Datos de la Compañía</i> .....	104
<i>Figura 51. Actividad Económica</i> .....	105
<i>Figura 52. Socios/ Accionistas</i> .....	105



<i>Figura 53. Indexación de documentos</i> .....	106
<i>Figura 54. Cuadro de suscripciones y pago de capital</i> .....	106
<i>Figura 55. Descripción del bien</i> .....	107
<i>Figura 56. Representantes legales</i> .....	107
<i>Figura 57. Datos Notaria</i> .....	108
<i>Figura 58. Costos del trámite</i> .....	108
<i>Figura 59. Inicio del trámite</i> .....	109
<i>Figura 60. Mensaje informativo</i> .....	109
<i>Figura 61. Solicitud casillero virtual</i> .....	110
<i>Figura 62. Solicitud en Línea</i> .....	111
<i>Figura 63. Punto de Equilibrio</i> .....	130

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

**TEMA:** PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COLÁGENO NATURAL CON SABORES A GUAYABA, NARANJA Y MORA EN LA CIUDAD DE QUITO.

**AUTOR:** María Mauricio Herrera Camacho.

**TUTOR:** Dr. Carlos Marcelo Borja Galeas.

**RESUMEN EJECUTIVO**

El plan de negocios presentado es una propuesta para establecer una empresa llamada "Nature Colágen HECA", que se dedica a la Elaboración y Comercialización de colágeno natural con sabores de frutas como la guayaba, naranja y mora, utilizando la pata de res como materia prima. El enfoque principal del negocio está dirigido a las personas que residen en el sector norte de la Ciudad de Quito, con el objetivo de abordar problemas de salud específicos, como el desgaste de articulaciones, cuidado de la piel, cabello y uñas, de la misma manera ayudar a los deportistas con huesos fuertes y sanos para evitar fracturas y el envejecimiento prematuro.

Para llevar a cabo el desarrollo de esta empresa, se realizaron diversos estudios de investigación en diferentes áreas. Se inició con un análisis del mercado objetivo para comprender los hábitos de consumo de los clientes y satisfacer sus necesidades. Luego, se investigó el proceso de producción del colágeno, con el objetivo de garantizar una gestión y control de calidad eficiente en todas las etapas, desde la obtención de la pata de res hasta el producto final. Se creó un organigrama que consta de un Gerente General, una Asistente Administrativa, un vendedor y un operador.

Asimismo, se tomó en cuenta el aspecto legal, asegurándose de cumplir con todos los requisitos necesarios para constituirse como una Compañía de Responsabilidad Limitada. Finalmente se realizó un análisis financiero con un VAN de \$71664,19 y el TIR del 42% que son positivos se establece que este Plan de Negocios es factible.

**DESCRIPTORES:** Articulaciones, colágeno natural, huesos fuertes, pata de res.

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

**THEME:** PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COLÁGENO NATURAL CON SABORES A GUAYABA, NARANJA Y MORA EN LA CIUDAD DE QUITO.

**AUTHOR:** María Mauricia Herrera Camacho.

**TUTOR:** Dr. Carlos Marcelo Borja Galeas.

**ABSTRACT**

The presented business plan is a proposal to establish a company called "Nature Collagen HECA," dedicated to the Production and Marketing of natural collagen with fruit flavors such as guava, orange, and blackberry, using beef feet as the raw material. The main focus of the business is aimed at people residing in the northern sector of Quito City, with the objective of addressing specific health issues, such as joint wear and tear, skin, hair, and nail care, as well as supporting athletes with strong and healthy bones to prevent fractures and premature aging. To carry out the development of this company, various research studies were conducted in different areas. It began with an analysis of the target market to understand customer consumption habits and meet their needs. Subsequently, the collagen production process was investigated to ensure efficient quality management and control at all stages, from obtaining beef feet to the final product. An organizational chart was created, consisting of a General Manager, an Administrative Assistant, a Sales Representative, and an Operator. Additionally, legal aspects were taken into account ensuring compliance with all necessary requirements to establish the company as a Limited Liability Company. Finally, a financial analysis was conducted, showing a positive Net Present Value (NPV) of \$71,664.19 and a 42% positive Internal Rate of Return (IRR), indicating the feasibility of this Business Plan.

**KEYWORDS:** Joints, natural collagen, strong bones, beef leg.



**(FIRMA Y SELLO DEPARTAMENTO DE IDIOMAS)**

## INTRODUCCIÓN

El motivo primordial para la elaboración de este plan de negocio fue satisfacer la demanda de los residentes de la ciudad de Quito que buscan mejorar su salud mediante el consumo de colágeno elaborado a partir de la pata de res, un producto totalmente natural sin aditivos ni conservantes. Se decidió agregar sabores de frutas tropicales como guayaba, naranja y mora, ya que estas frutas son reconocidas por su capacidad para fijar el colágeno en el organismo debido a su contenido de vitamina C y antioxidantes. A su vez, este producto tiene la ventaja de ser accesible y económico, brindando las mismas propiedades que un producto importado de alto costo, cumpliendo así con las necesidades de los posibles clientes.

La concepción de este emprendimiento surge a raíz de la creciente tendencia actual en la que las personas están cada vez más preocupadas por el cuidado de su salud y buscan consumir productos que contribuyan a su bienestar integral.

El colágeno en el mercado nacional presenta un costo de venta al público excesivamente alto, lo que dificulta su acceso para muchas personas de bajos recursos. Este producto proporciona numerosos beneficios para el cuidado de la salud, ya que contribuye al fortalecimiento de las articulaciones, mejora el metabolismo, favorece la salud de la piel, el intestino y el hígado, previene la pérdida ósea y apoya el sistema cardiovascular en general. Además, se trata de un producto casero, de alta calidad y, lo más importante, de fácil adquisición. (“EMR” 2022).

De acuerdo con la Federación de Ganaderos del Ecuador (FedegaEc), la gelatina de patas es un producto proveniente de la res y que posee muchas propiedades, porque es rico en vitaminas, calcio y colágeno que ayuda al mejoramiento de la piel, el cabello y las uñas.

El mercado objetivo para este producto incluye a hombres y mujeres que presentan problemas de fuerza y resistencia en sus cartílagos y tendones, así como aquellos que buscan retrasar el proceso de envejecimiento. Especialmente, se enfoca en mejorar la salud de la piel, el cabello y las uñas.

En el país, aproximadamente el 99% del mercado de colágeno se abastece a través de importaciones. En América Latina y específicamente en Ecuador, la demanda de colágeno está en aumento debido a su aplicación en la industria farmacéutica y biomédica. Además, el

colágeno es utilizado en cirugías plásticas y tratamientos para quemaduras. Los estilos de vida acelerados y los hábitos alimentarios poco saludables, junto con el incremento de problemas de salud, han llevado a las personas a adoptar un enfoque más saludable en su estilo de vida, lo que ha impulsado el consumo de suplementos nutricionales, incluido el colágeno. Se espera que esta tendencia fomente la demanda del producto. También se observa que la creciente preferencia de los consumidores por bebidas saludables será otro factor que impulsará el crecimiento de la industria de colágeno. (EMR, 2022).

Se observa un aumento significativo en la demanda de colágeno en el segmento de cosméticos y cuidado de la piel debido a sus propiedades antienvjecimiento y reparadoras de células. Estas cualidades hacen que el colágeno sea un ingrediente adecuado para la formulación de productos cosméticos. A medida que los consumidores se vuelven más conscientes de las tendencias en belleza y cuidado de la piel, se espera que la demanda de colágeno siga creciendo, lo que contribuirá al crecimiento del mercado en esta región. La industria de los cosméticos y productos para el cuidado de la piel verá un impulso significativo debido a las propiedades beneficiosas del colágeno, y esto abrirá oportunidades para el desarrollo y la expansión de nuevos productos y líneas de cuidado personal que contengan este componente. (EMR, 2022).

El estudio de factibilidad del proyecto se basó en una encuesta realizada para evaluar el nivel de conocimiento de las personas sobre el colágeno y los beneficios que este producto proporciona a nuestro organismo.

## **Descripción de Capítulos**

### **Capítulo Primero**

En este capítulo se realiza una introducción general al proyecto, donde se expone el problema existente en la actualidad relacionado con la preparación del colágeno a partir de la pata de res. Se presentan los objetivos generales y específicos del proyecto, así como una descripción detallada del segmento de mercado al que se está enfocando. Además, se abordan las estrategias que se implementarán para lograr la comercialización exitosa del producto.

## **Capítulo Segundo**

En este capítulo se proporciona una descripción detallada del proceso de cambio del producto, es decir, cómo se transforma la pata de res en colágeno. Se explican las técnicas utilizadas en el proceso de preparación del colágeno, incluyendo los pasos involucrados y los equipos o medios necesarios para llevarlo a cabo. También se aborda la importancia de medir la calidad del producto y se presentan los métodos o estándares utilizados para evaluar y asegurar la calidad del colágeno obtenido.

## **Capítulo Tercero**

En este capítulo se aborda el desarrollo de la organización que llevará a cabo el proyecto. Se describe la estructura de la organización, incluyendo los roles y responsabilidades de cada miembro del equipo. También se realiza una planificación detallada del proyecto, definiendo los plazos, recursos necesarios y las actividades a realizar para lograr los objetivos establecidos. Se establece el principal objetivo del proyecto y se formulan los análisis estratégicos que permitirán cumplir con la gestión del control de calidad. Además, se definen las estrategias y acciones necesarias para garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad establecidos.

## **Capítulo Cuarto**

En este capítulo se abordan todos los aspectos relacionados con la legalidad para instaurar la empresa. Se describe el marco legal y normativo aplicable al negocio de la producción y comercialización de colágeno a base de pata de res. Se detallan los requisitos legales necesarios para establecer la empresa, como licencias, permisos y registros necesarios.

Además, se aborda el tema de los registros de marca del producto. Se explican los parámetros y procedimientos necesarios para obtener los registros de marca correspondientes, lo cual es importante para proteger la identidad y propiedad intelectual del producto.

## **Capítulo Quinto**

En este capítulo se realiza un estudio financiero detallado del proyecto. Se analiza de dónde se obtendrán los recursos económicos necesarios para poner en marcha el proyecto,

considerando fuentes de financiamiento como inversionistas, préstamos o fondos propios.

Además, se analiza el costo total en el proceso de producción, incluyendo los costos de materias primas, mano de obra, equipos, infraestructura y otros gastos relevantes. Se realiza un análisis exhaustivo de los flujos de ingresos y egresos para evaluar la rentabilidad del proyecto.

Se establecen las ganancias estimadas que se esperan recibir a lo largo del tiempo, considerando los precios de venta, los volúmenes de venta proyectados y los costos asociados. Se utilizan parámetros financieros como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) para determinar si el proyecto es viable desde un punto de vista financiero.

También se presentan las conclusiones derivadas del análisis realizado en el presente trabajo. Se resumen los hallazgos más relevantes y se destacan los aspectos clave que surgieron durante el estudio financiero. Además, se ofrecen recomendaciones específicas basadas en los resultados obtenidos, con el objetivo de mejorar y fortalecer el proyecto en el futuro.

Se enfatiza la importancia de las conclusiones y recomendaciones para el desarrollo y crecimiento del proyecto, destacando cómo pueden contribuir a su éxito y sustentabilidad.

Y por último se incluye la bibliografía utilizada en el trabajo, siguiendo las normas de cita y referencia correspondientes. Se listan todas las fuentes consultadas, como libros, artículos, informes, sitios web, entre otros.

Adicional se adjuntan los anexos correspondientes, que son documentos o información adicional relevante para el desarrollo y comprensión del estudio financiero. Los anexos pueden incluir estados financieros proyectados, análisis de mercado, datos adicionales y cualquier otro elemento que respalde y enriquezca el estudio.

## **Objetivos del trabajo de titulación**

### **Objetivo General**

Desarrollar un Plan de Negocios para la Elaboración y Comercialización de Colágeno Natural con sabores a guayaba, naranja y mora en el sector norte de Quito.

### **Objetivos Específicos**

1. Separar el colágeno de la pata de la res.
2. Preparar un producto natural y saludable, acorde al estilo de vida del cliente potencial.
3. Posicionar al colágeno para su comercialización y distribución, en el mercado norte de la ciudad de Quito.
4. Implementar para la comercialización de nuestro producto en el mercado, la publicidad y los canales de distribución adecuada



## **CAPITULO I**

### **1 Mercado y Comercialización**

#### **1.1 Objetivo del Capítulo**

Desarrollar un Plan de Negocios para la Elaboración y Comercialización de Colágeno Natural con sabores a guayaba, naranja y mora en el sector norte de Quito.

#### **1.2 Antecedentes investigativos del producto**

##### **1.2.1 Fundamentación del Producto.**

### **EI COLÁGENO**

El colágeno es una proteína producida por células llamadas fibroblastos y se encuentra presente en todos los animales, incluido el cuerpo humano. Es una de las proteínas más abundantes en el organismo y desempeña un papel crucial en la estructura y fortaleza de los tejidos conectivos, como la piel, los huesos, los tendones y los cartílagos. Además de su función estructural, el colágeno también tiene beneficios para la salud, como mejorar la elasticidad de la piel, fortalecer las articulaciones y contribuir al funcionamiento adecuado de diversos órganos. (Escalante,2022).

El colágeno es la molécula proteica con gran cantidad en los vertebrados. Se estima que aproximadamente una de cada cuatro proteínas en el cuerpo humano es colágeno, lo que representa alrededor del 7% de la masa corporal total. Esta proteína es esencial para mantener la integridad y la función de diversos tejidos, como la piel, los huesos, los tendones, los ligamentos y los cartílagos. Su alta concentración en el organismo subraya su importancia para la estructura y la resistencia de estos tejidos, así como para mantener la salud y la elasticidad de la piel. (Legiadria,2020).

Su función principal radica en la formación de fibras que constituyen las estructuras del cuerpo, proporcionando firmeza y elasticidad a dichas estructuras. El colágeno también desempeña un papel esencial en la hidratación de los tejidos, contribuyendo así a mantener su integridad y funcionalidad.

Con el paso del tiempo, la producción de colágeno en el cuerpo tiende a disminuir, lo que puede llevar a la aparición de signos de envejecimiento y a la pérdida de elasticidad en la piel y los tejidos. Por esta razón, el consumo de colágeno a través de suplementos o alimentos ricos en esta proteína se ha vuelto popular para promover la salud y la vitalidad del cuerpo. (CuidatePlus, 2021)

La fibra de colágeno tiene la propiedad de mezclarse con diversos tipos de sustancias y minerales en el cuerpo, lo que le permite desempeñar diferentes funciones según el tejido o estructura en la que se encuentre:

**Huesos:** La combinación del colágeno con cristales de calcio permite la formación de una estructura dura y rígida que proporciona resistencia y soporte a los huesos.

**Piel:** El colágeno se mezcla con la elastina para formar una estructura en forma de red, lo que brinda a la piel su elasticidad y firmeza, contribuyendo a mantener una apariencia juvenil y tersa.

**Cartílagos:** En los cartílagos, el colágeno se combina con elastina y otras sustancias, formando un gel que absorbe los impactos producidos por los movimientos de las articulaciones. Esto ayuda a proteger las articulaciones y mantener la flexibilidad y movilidad adecuadas.

Estas características del colágeno son esenciales para el funcionamiento y la integridad de todas las estructuras y tejidos del cuerpo, lo que demuestra la importancia crucial de esta proteína en la salud y el bienestar general. (Purezanatur, 2018).

A medida que envejecemos, la producción de colágeno en el cuerpo disminuye de manera gradual. Se estima que, a los 40 años, el organismo produce aproximadamente la mitad del colágeno que se producía durante la adolescencia. Esta reducción en la producción de colágeno tiene un impacto significativo en la salud y apariencia del cuerpo, contribuyendo al deterioro propio del envejecimiento.

La pérdida de elasticidad y flexibilidad en la piel se debe a la disminución de colágeno, lo que conduce a la formación de arrugas y líneas finas. Además, la reducción de colágeno

también puede afectar negativamente las articulaciones y los músculos, causando dolores y rigidez. (Diccionario de la Belleza, 2021).

En estos últimos años se ha desarrollado muchas alternativas que ayudan al cuerpo humano a generar colágeno. En mayor cantidad son cada vez los tratamientos y productos que benefician la pérdida de colágeno con el avance de los años.

En muchos alimentos se puede encontrar colágeno como es el caso de la pata de res que, unido a ciertas frutas tropicales como la guayaba, la naranja o la mora potencializan la fijación en los huesos de nuestro cuerpo humano y aporta vitamina c de mucho beneficio para nuestro organismo.

El colegio de médicos señala que a los 25 años de edad el cuerpo humano baja sus niveles de colágeno, lo que ocasiona reacciones adversas en la piel se minimiza su hidratación natural y brillo.

En tal virtud los doctores y expertos sugieren ingerir alimentos que nos ayuden a generar colágeno en nuestro organismo como es el caso de las carnes rojas, huevos, pollo, frutas cítricas, verduras varias y alimentos que contengan omega tres como los pescados, mariscos, nueces, semillas como la chía, linaza y aceites de plantas en general.

### **1.2.2 Tabla de características del producto**

#### **Pata de Res**

La pata de res es una fuente rica en colágeno, una proteína esencial para el reforzamiento de los huesos y la reparación del cuerpo en caso de lesiones. Además de estas funciones, el colágeno presente en la gelatina obtenida de la pata de res es un producto natural sin conservantes ni preservantes que tiene muchas propiedades, porque es rico en vitaminas, calcio, hierro, fósforo y mucho colágeno, lo cual aporta a la protección de dientes y huesos y que además ayuda en el cuidado de la piel en general, mantiene el brillo en el cabello y uñas sanas.

**Tabla N.- 1 EL PRODUCTO**

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	De las patas de res se extrae la materia prima para la elaboración de nuestro producto de colágeno que es de forma gelatinosa y adicionando las frutas como son: la naranja, mora y guayaba encargadas de fijar y aportar mucha vitamina C al cuerpo.
<b>VENTAJAS</b>	Producto de fácil acceso y bajo costo
<b>BENEFICIOS</b>	Producto con muy altos beneficios para los consumidores, excelente para la salud del ser humano.

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

Es de relevante importancia entregar valor agregado a los desechos de los huesos de la pata de res luego de extraer nuestro producto el colágeno de tipo II que trae múltiples beneficios para la salud a nuestro cuerpo en general y a su vez otorgar un producto de bajo costo y fácil acceso a nuestros clientes potenciales con los mismos beneficios de los productos importados y de alto valor comercial.

### **1.3 Mercado**

#### **1.3.1 Público objetivo del producto**

Nuestro colágeno se obtiene del hueso y cartílago de la pata de res, lo que lo convierte en una fuente natural de esta valiosa proteína. Su consumo se recomienda a partir de los 30 años, cuando la piel comienza a experimentar un desgaste notorio, pero puede ser beneficioso empezar antes en casos de exposición prolongada al sol o tabaquismo, debido al daño que pueden causar en la piel.

Los estudios sugieren que el consumo de colágeno puede tener efectos positivos en la piel, estimulando la producción de colágeno, mejorando la elasticidad, incrementando la hidratación y aumentando la densidad de colágeno en la piel, lo que contribuiría a reducir los síntomas del envejecimiento.

La suplementación de colágeno se considera apropiada para casi todas las personas a partir de los 25-30 años, pero es especialmente recomendada para aquellos que tienen necesidades especiales, como deportistas, personas mayores de 40 años, individuos con problemas osteoarticulares o aquellos en período de convalecencia, entre otras situaciones.

La suplementación debe realizarse durante al menos 3 meses para obtener resultados efectivos y se sugiere acompañarla con un estilo de vida saludable que incluya una dieta adecuada y ejercicio físico controlado.

El producto de colágeno viene en una presentación de 75 gr en forma gelatinosa, con la adición de frutas naturales como guayaba, naranja o mora, lo que lo hace ideal para untar con pan, galletas o tostadas, lo que lo hace una opción versátil y agradable para su consumo.

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

Los datos estadísticos del estudio elaborado por la marca especializada en complementos alimenticios estadounidense, en colaboración con la Fundación Internacional de la Artrosis (OAFI), revelan que un 68% de la población mundial mayor de 35 años sufre de dolor en las articulaciones. Este problema afecta de manera más significativa a las mujeres y tiene un impacto directo en su capacidad para llevar a cabo actividades físicas y ejercicios.

Con el aumento en la edad, el dolor articular tiende a agravarse, lo que puede resultar en dificultades serias para realizar las actividades cotidianas debido al intenso dolor en alguna articulación.

Esta información resalta la importancia de cuidar la salud articular a medida que envejecemos y la necesidad de abordar adecuadamente el dolor y las molestias articulares para mantener una buena calidad de vida y funcionalidad física. La utilización de complementos alimenticios, como el colágeno mencionado anteriormente, puede ser una opción para apoyar la salud articular y reducir el impacto del dolor en las actividades diarias. Sin embargo, siempre es recomendable consultar con profesionales de la salud para obtener el diagnóstico y tratamiento adecuados. (Vanir, 2021)

Nuestros productos serán consumidos por los siguientes clientes potenciales:

Comprador: Varones y damas desde los 30 años en adelante.

Decidor: Mayores a 35 años con fuertes dolores en sus articulaciones.

Usuario: Personas mayores de 25 años, atletas y personas en general que deseen tener en buen estado su salud.

Influyente: Médicos, nutriólogos y atletas en general.

**Tabla N.- 2 CATEGORIZACIÓN DE SUJETOS**

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Gente con dolor en alguna articulación de su cuerpo.
¿Quién usa?	Varones y damas cuando tienen artrosis
¿Quién decide?	Varones y damas
¿Qué influye?	Los dolores que aparecen por la falta del colágeno.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

### 1.3.1.2 Estudio de Segmentación

Mediante este estudio, permitió comprender la predilección y necesidades de las personas que se encuentra en el norte de Quito.

**Tabla N.- 3 DIMENSION CONDUCTUAL**

VARIABLE	DESCRIPCION
<b>TIPO DE NECESIDAD:</b>	SOCIAL
<b>TIPO DE COMPRA:</b>	MENSUAL
<b>RELACION CON LA MARCA:</b>	NO
<b>ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:</b>	POSITIVA

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

Tabla N.- 4 DIMENSION GEOGRÁFICA

VARIABLE	DESCRIPCION	No
PAÍS	Ecuador	18'431.196
REGIÓN	Sierra	7'847.136
CIUDAD URBANA Y RURAL	Quito	2'827.106
SECTOR	Norte de Quito	876.403
MUESTRA	400	

Fuente: INEC

Elaborado por: La autora

La parte Norte de Quito se halla formado por 14 parroquias que son: El Condado, Ponceano, Carcelén, Cotocollao, Comité del Pueblo, Cochapamba, La Concepción, Rumipamba, La Kennedy, Belisario Quevedo, Jipijapa, Ñaquito, San Isidro del Inca y Mariscal Sucre.

Figura 1

Dimensión Geográfica



Fuente: Google Maps

Elaborado por: La autora

**Tabla N.- 5 POBLACIÓN SECTOR NORTE DE QUITO****POBLACIÓN**

<b>No</b>	<b>PARROQUIA</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	<b>TOTAL</b>
1	BELISARIO QUEVEDO	28870	31710	60580
2	CARCELEN	35196	37416	72612
3	COCHAPAMBA	34734	37200	70934
4	COMITÉ DEL PUEBLO	32663	33899	66562
5	CONCEPCIÓN	24295	27439	51734
6	COTOCOLLAO	22100	24293	46393
7	EL CONDADO	52736	54581	107317
8	IÑAQUITO	29066	33361	62427
9	JIPIJAPA	24101	27204	51305
10	KENNEDY	40558	44852	85410
11	MARISCAL SUCRE	11985	13068	25053
12	PONCEANO	35468	38283	73751
13	RUMIPAMBA	20750	23130	43880
14	SAN ISIDRO DEL INCA	28685	29760	58445
	<b>TOTAL</b>	<b>421207</b>	<b>455196</b>	<b>876403</b>

**Fuente:** Planificación 2023**Elaborado por:** La Autora**Tabla N.- 6 DIMENSIÓN DEMOGRÁFICA**

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>No. HABITANTES</b>
<b>SEXO</b>	Hombres y Mujeres	421.207/455.196
<b>EDAD</b>	35 años en adelante	368.090

**Fuente:** INEC**Elaborado por:** La autora

**Nota:** La parte Norte de la ciudad de Quito se encuentra conformada por una población de 876,403 habitantes, obteniendo el 52% de mujeres y el 48% de hombres. Según los datos entregados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).



### 1.3.1.3 Plan de muestreo

Con la finalidad de llevar a cabo este análisis se aplicará la fórmula de muestra finita donde la población del norte de la ciudad de Quito es de 876.403 habitantes, en el cual cada elemento de la población tenga la misma probabilidad de ser seleccionado.

#### FÓRMULA FINITA

$$n = \frac{K^2 \times P \times Q \times N}{e^2 (N-1) + K^2 \times P \times Q}$$

**Tabla N.- 7 VARIABLES DE LA MUESTRA**

<b>N</b>	876.403
<b>k</b>	2
<b>P</b>	50%
<b>Q</b>	50%
<b>e</b>	5%

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

$$n = \frac{2^2 \times 50 \times 50 \times 876403}{5^2 (876403-1) + 2^2 \times 50 \times 50}$$

$$n = \frac{8764030000}{(25) (876402) + (4 \times 50 \times 50)}$$

$$n = \frac{8764030000}{21920050}$$

$$n = 399,8 = 400$$

Al resolver la fórmula del tamaño de la muestra, se obtiene como resultado 400,

este método nos indica que, de una población total de 876.403 habitantes, a 400 personas se les realizara las encuestas; y de esta manera generalizar resultados a partir de sus respuestas. La encuesta se realizó los días 19 al 22 de mayo de 2023, por medio de las encuestas virtuales.

### 1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información

#### Objetivo General

Desarrollar un Plan de Negocios para la Elaboración y Comercialización de Colágeno Natural con sabores a guayaba, naranja y mora en el sector norte de Quito.

#### Objetivos Específicos

5. Investigar sobre el mercado objetivo según sus características.
6. Entender las necesidades del cliente potencial a través de un estudio de mercado.
7. Acrecentar en el cliente potencial la lealtad hacia la marca.

OBJETIVO ESPECÍFICO: Investigar sobre el mercado objetivo según sus características.

**Tabla N.- 8 NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 1**

<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipos de información</b>	<b>Fuente</b>	<b>Instrumentos</b>
Población	Primaria	INEC	Plataformas virtuales
Consumidores	Secundaria	Hombres y Mujeres	Plataformas virtuales
Indagación sobre los mercados objetivos	Primaria	Puntos de vista de la población	Encuestas

**Fuente:** INEC

**Elaborado por:** La autora

OBJETIVO ESPECÍFICO: Entender las necesidades del cliente potencial a través de un estudio de mercado.

**Tabla N.- 9 NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 2**

<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipos de información</b>	<b>Fuente</b>	<b>Instrumentos</b>
Establecer el mercado potencial	Secundaria	SENPLADES	Base de Datos
Variedad de Consumidores	Secundaria	INEC	Base de Datos
Investigación de los precios de la demanda	Secundaria	BCE	Base de Datos

**Fuente:** SENPLADES, BCE, INEC

**Elaborado por:** La autora

OBJETIVO ESPECÍFICO: Acrecentar en el cliente potencial la lealtad hacia la marca.

**Tabla N.- 10 NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 3**

<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipos de información</b>	<b>Fuente</b>	<b>Instrumentos</b>
Canales de Distribución	Secundaria	Libros	Servicios Agrupados
Páginas Virtuales	Secundaria	Páginas Digitales	Plataformas Virtuales
Indicadores	Secundaria	Libros	Servicios Agrupados

**Fuente:** Papers

**Elaborado por:** La autora

### 1.3.1.5 Diseño y recolección de información

#### Desarrollo de Instrumentos

#### Información Secundaria

- BANCOS DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES
  - o Necesidad 2

Los datos estadísticos se consiguen del SENPLADES

- o Necesidad 3

" Es el conjunto de organizaciones que están interconectadas y colaboran entre sí para llevar un producto o servicio desde su punto de origen hasta el consumidor final o usuario industrial. " (Kotler-Armstrong, 2018)

- PLATAFORMAS VIRTUALES

- o Necesidad 1

Se consigue información del INEC, alcanzando el sector norte de la ciudad de Quito.

El levantamiento de la información se realiza a Compañías Farmacéuticas de la ciudad de Quito mediante tarjetas de kardex.

- o Necesidad 3

Se ejecuta un estudio de las páginas que abarcan mayor alcance referente al marketing.

Para saber el mercado objetivo se crea una encuesta por medio de una plataforma virtual.

- SERVICIOS AGRUPADOS

- o Necesidad 3

" Es el conjunto de organizaciones que están interconectadas y colaboran entre sí para llevar un producto o servicio desde su punto de origen hasta el consumidor final o usuario industrial. " (Kotler-Armstrong, 2018).

“Los indicadores deben ser específicos y estar estrechamente relacionados con los fenómenos económicos, sociales, culturales u otros aspectos en los que se busca intervenir o actuar. Es esencial establecer objetivos y metas claras para poder evaluar el grado de cumplimiento y tomar decisiones adecuadas en función de los resultados obtenidos. Deben estar vinculados directamente con la meta u objetivo que se pretende lograr o con la política que se busca implementar. De esta manera, se asegura que los indicadores sean representativos y relevantes para medir el progreso hacia el logro de los resultados deseados.” (Awad,2019).

- INFORMACIÓN PRIMARIA

o Encuesta

A través de una plataforma virtual se efectuará la correspondiente encuesta para reunir datos referentes a las necesidades de las personas en relación al colágeno.

Diseño del Instrumento

**Tabla N.- 11 TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL**

<b>AÑO</b>	<b>INCREMENTO DE HABITANTES ANUAL</b>	<b>No. HABITANTES</b>
2023		18'431.196
2024	387.055	18'818.251
2025	387.055	19'213.434
2026	387.055	19'616.917
2027	387.055	20'028.872

**Fuente:** INEC

**Elaborado por:** La autora

Utilizando la tasa de crecimiento poblacional anual de la población se estima en 2,1% (INEC,2023).

**Tabla N.- 12 TASA DE CRECIMIENTO DEL SECTOR FARMACÉUTICO**

<b>AÑO</b>	<b>PROCENTAJE</b>	<b>VENTAS (millones de dólares)</b>
2019	-2%	630
2020	13%	715
2021	17%	264
2022	18%	1909
2023	21%	2227

**Fuente:** SRI

**Elaborado por:** La autora

### 1.3.1.6 Análisis e Interpretación

#### Encuesta

Se realizó una encuesta para establecer las necesidades que genera al consumir el colágeno, donde ayudará a conocer la preferencia del cliente potencial y se lo realiza mediante la plataforma virtual del correo universitario con el siguiente link:

<https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=Y8hdoAOef02HiDvgtZlgejM0vx7zMN1Jq2DufzfdN9BUNzk3MldHQ0o2WkNLOFM0UIBRTFk4TVFUVC4u>

Obteniendo los siguientes resultados.

#### PREGUNTAS DE LA ENCUESTA DE COLÁGENO

##### 1.- Género

Hombre

Mujer

Tabla N.- 13 GÉNERO

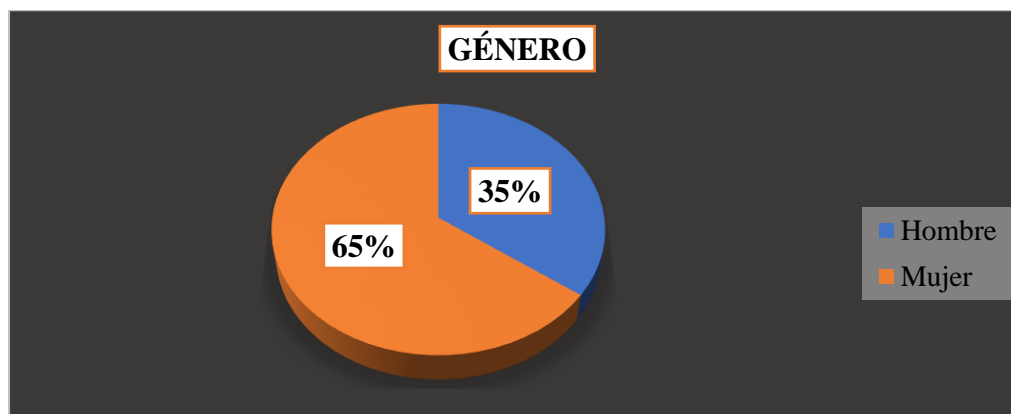
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	141	35%
Mujer	259	65%
Total	400	100%

**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

#### Figura 2

*Género*



**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

En el cual se observa que serían las mujeres con un 65% de acogida que adquirirían nuestro producto, a diferencia de los varones con un porcentaje del 35%. Por lo tanto, debemos impulsar nuestro producto con campañas publicitarias para que llegue a ambos géneros de forma equitativa.

## 2.- ¿En qué rango de edad se encuentra?

Desde 25 hasta 35 años

Desde 35 hasta 45 años

Desde 45 años en adelante

**Tabla N.- 14** RANGO DE EDAD

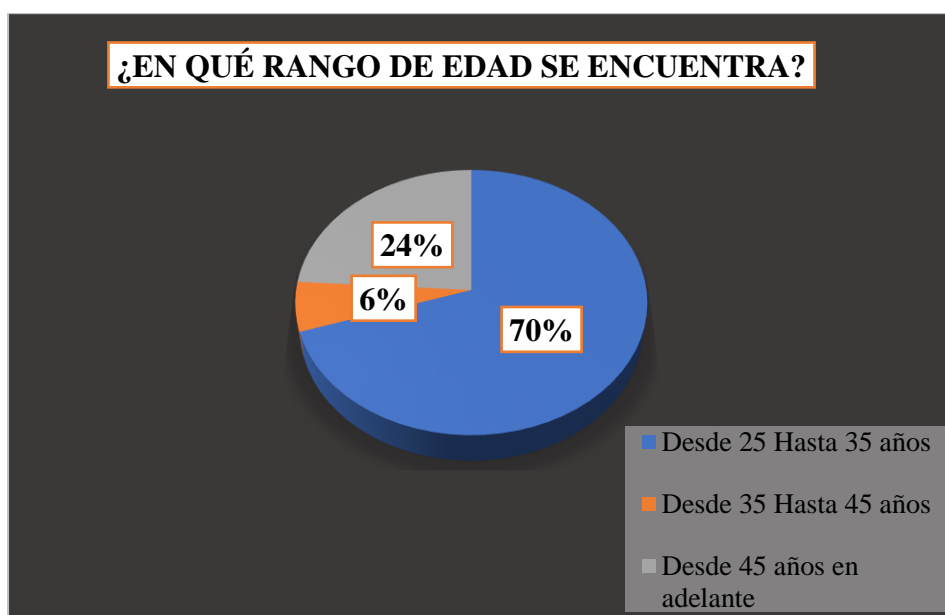
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desde 25 Hasta 35 años	282	70%
Desde 35 Hasta 45 años	24	6%
Desde 45 años en adelante	94	24%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

### Figura 3

*Rango de Edad*



**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

De los cuales se desprenden los siguientes resultados: Desde 25 hasta los 35 años obteniendo un 70%, desde los 35 hasta 45 años con un porcentaje del 6%, y el rango de los 45 años en adelante con un porcentaje del 24%. Por lo tanto, estos datos indican el target del público que vamos a llegar, para conocer el rango de edad que estarían dispuestos a adquirir nuestro producto.

### 3.- ¿En qué parroquia al norte de Quito vive usted?

No	PARROQUIA
1	BELISARIO QUEVEDO
2	CARCELEN
3	COCHAPAMBA
4	COMITÉ DEL PUEBLO
5	CONCEPCIÓN
6	COTOCOLLAO
7	EL CONDADO
8	IÑAQUITO
9	JUPIJAPA
10	KENNEDY
11	MARISCAL SUCRE
12	PONCEANO
13	RUMIPAMBA
14	SAN ISIDRO DEL INCA

Tabla N.- 15 PARROQUIA A LA QUE PERTENECE

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Belisario Quevedo	20	5%
Carcelén	60	15%
Cochapamba	28	7%
Comité del Pueblo	28	7%
Concepción	20	5%
Cotocollao	24	6%
El Condado	36	9%
Iñaquito	40	10%
Jipijapa	12	3%
Kennedy	56	14%
Mariscal Sucre	16	4%
Ponceano	24	6%
Rumipamba	4	1%
San Isidro del Inca	32	8%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

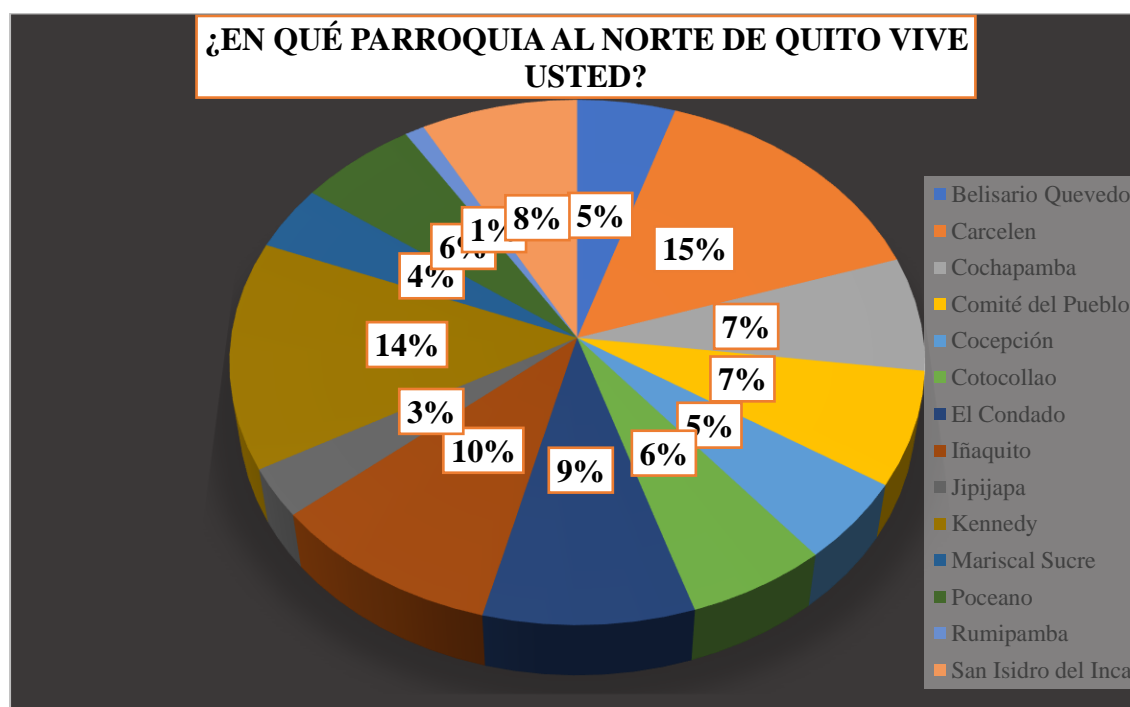
**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora



**Figura 4**

*Parroquia a la que pertenece*



**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

La parroquia de Carcelén tiene el porcentaje más elevado de posibilidad de adquisición de nuestro producto con el 15%. Por lo tanto, realizaremos publicidad en redes sociales para llegar a las demás parroquias, que conozcan las bondades del producto y lo compren.

#### 4.- ¿Conoce los beneficios que otorga el colágeno a su salud?

SI NO

**Tabla N.- 16 BENEFICIOS DEL COLÁGENO**

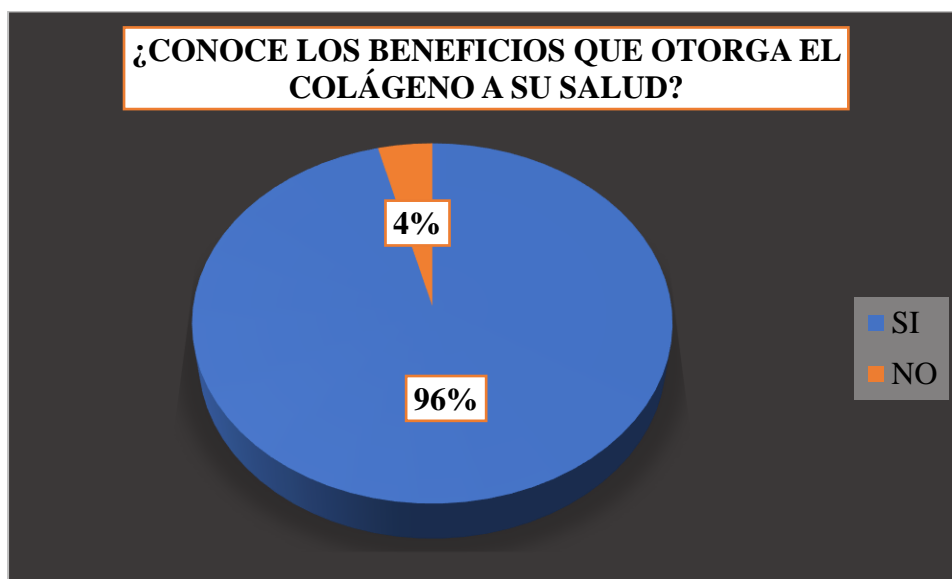
Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	384	96%
NO	16	4%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

**Figura 5**

*Beneficios del colágeno*



**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

El 96% de los encuestados respondieron que Si conocen los beneficios que otorga el colágeno a la salud, y el 4% no tiene conocimiento del producto. Por lo tanto, se abre una gran posibilidad de adquisición de nuestro producto.

### 5.- ¿Por qué razón consume el colágeno?

Por sugerencia médica

Por deporte

Por prevención

Otros

**Tabla N.- 17 RAZÓN POR LO QUE CONSUMO**

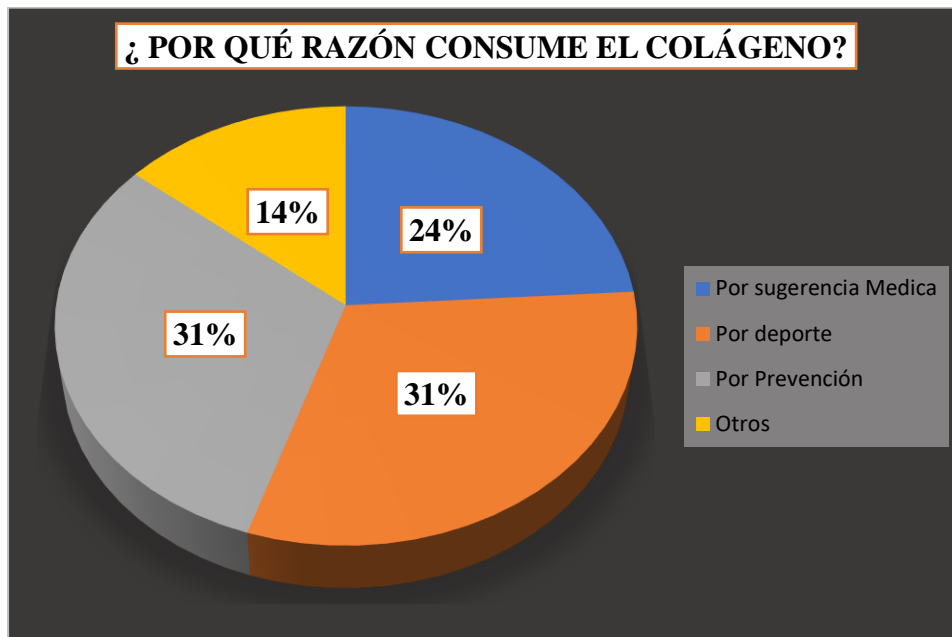
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por sugerencia Medica	96	24,0%
Por deporte	124	31,0%
Por Prevención	124	31,0%
Otros	56	14,0%
TOTAL	400	100%

**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

**Figura 6**

*Razón por lo que consumo*



**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

Los porcentajes más altos se encuentran por Prevención y por deporte con el 31% cada uno, le sigue con un 24% por sugerencia médica y un 14% otros. Por lo tanto, se debe realizar un marketing bien estructurado para que conozcan nuestro producto que es beneficioso en todas las áreas relacionadas a la salud.

#### **6.- ¿Qué marcas de suplementos nutricionales consume?**

Colagel

Colnatur

Gelicard

Herbalife

Otros

**Tabla N.- 18** MARCAS SUSTITUTAS

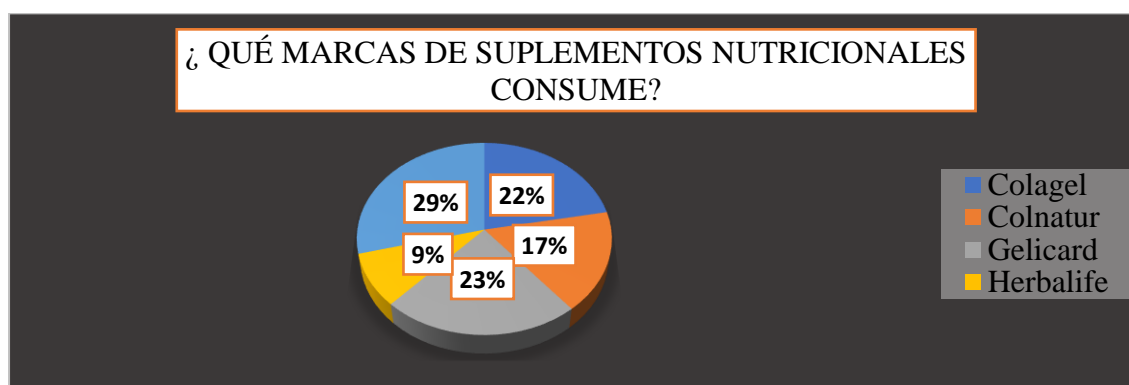
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Colagel	88	22,0%
Colnatur	68	17,0%
Gelicard	92	23,0%
Herbalife	36	9,0%
Otros	116	29,0%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

**Figura 7**

*Marcas Sustitutas*



**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

Se analiza a la competencia teniendo los siguientes resultados, Gelicard con un 23%, Colagel con un 22%, Herbalife con un 9%, Colnatur con un 17%, y otras marcas con un 29%. Por lo tanto, nuestro producto tiene la posibilidad de entrar a competir con estas grandes marcas internacionales ya que ofrecen el mismo beneficio a bajo costo.

**7.- ¿En qué lugar adquiere el producto?**

Entregas a Domicilio

Páginas web

Supermercados

Tiendas

Farmacias

Otros

**Tabla N.- 19** LUGAR EN DONDE LO ADQUIERE

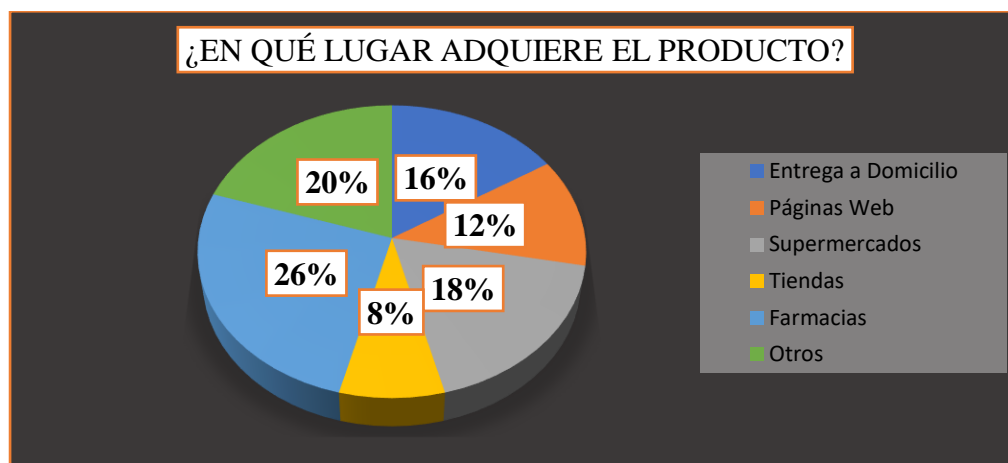
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entrega a Domicilio	64	16,0%
Páginas Web	48	12,0%
Supermercados	72	18,0%
Tiendas	32	8,0%
Farmacias	104	26,0%
Otros	80	20,0%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

**Figura 8**

*Lugar en donde lo adquiere*



**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

El lugar en el que más adquieren el producto es en farmacias con el 26%, en páginas web un 12%, también a las personas les gusta recibir el producto a domicilio con un porcentaje del 16%, en supermercados 18%, tiendas con un 8%, otros con un 20%. Por lo tanto, nosotros como empresa debemos realizar alianzas estratégicas con el sector farmacéutico y supermercados para lograr introducir nuestro producto e implementar entregas del producto a domicilio.

## 8.- Con qué frecuencia consume el colágeno?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

Tabla N.- 20 TIEMPO DE CONSUMO

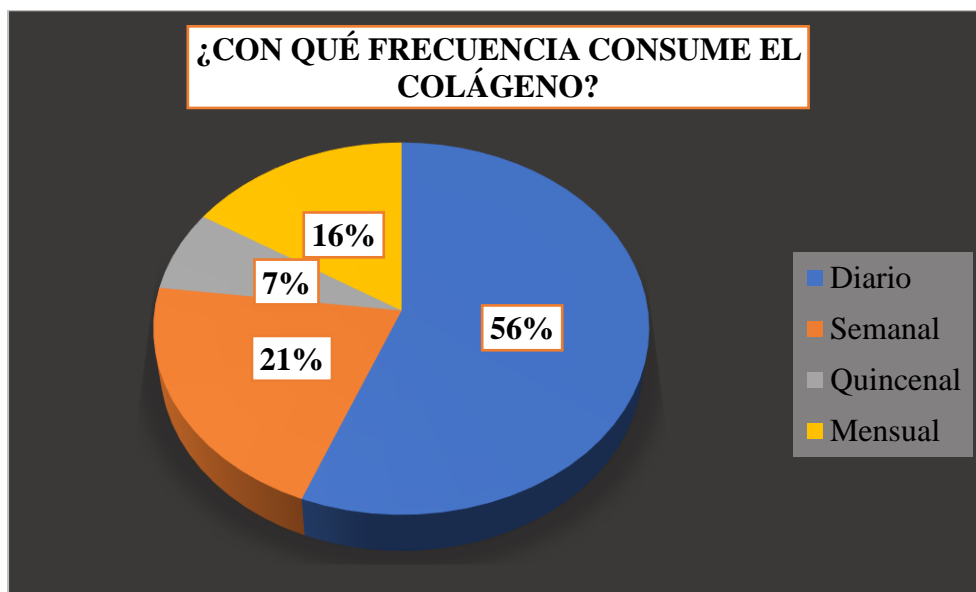
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	224	56,0%
Semanal	84	21,0%
Quincenal	28	7,0%
Mensual	64	16,0%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

### Figura 9

*Tiempo de consumo*



**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

Se tiene que semanalmente consumen un 21%, quincenal un 7%, diario un 56% y de forma mensual un 16%. Por lo tanto, el tiempo sería otro factor crucial que ayude a tomar decisiones importantes.

### 9.- ¿En qué tipo de presentación consume colágeno?

Gel

Cápsulas

Polvo

Otros

Tabla N.- 21 PRESENTACIÓN QUE LO CONSUME

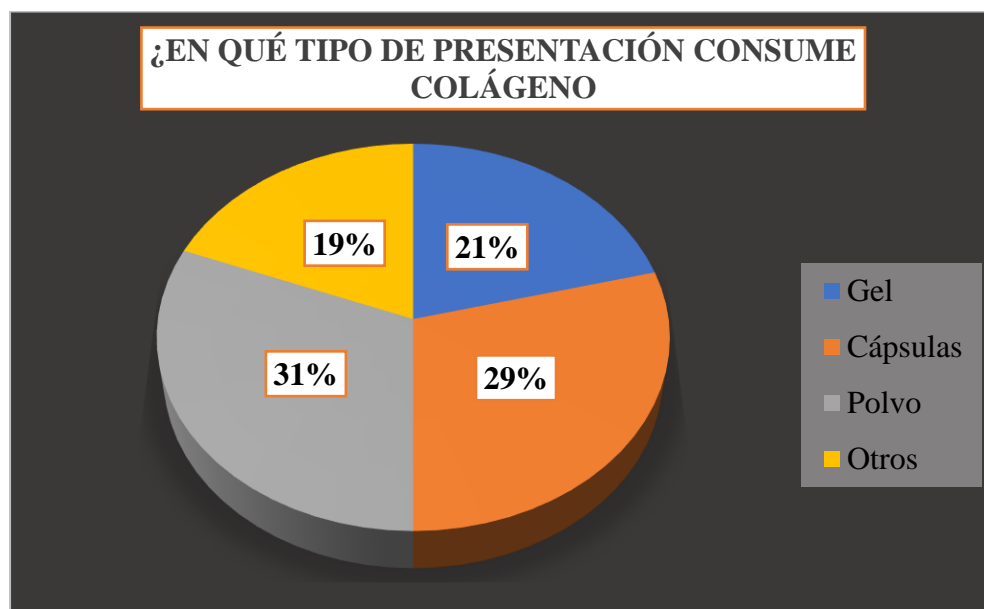
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Gel	84	21,0%
Cápsulas	116	29,0%
Polvo	124	31,0%
Otros	76	19,0%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

**Figura 10**

*Presentación que lo consume*



**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

Los siguientes resultados indican la presentación que más consumen las personas del segmento colágeno que son: les gusta en polvo un 31%, en cápsulas un 29%, en gel un 21% y el restante 19% diferente presentación. Por lo tanto, mi presentación en forma

gelatinosa ofrece otra forma de presentación del colágeno que puede llegar a tener buena acogida entre la población que adquieren estos productos.

**10.- ¿Estaría dispuesto a comprar colágeno natural con sabores a guayaba, naranja y mora que pueda ayudar para el dolor de las articulaciones y el fortalecimiento de tendones, uñas y cabello?**

SI NO

**Tabla N.- 22 DISPOSICIÓN DE COMPRA DE COLÁGENO NATURAL CON SABORES A FRUTAS NATURALES**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	376	94%
NO	24	6%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

**Figura 11**

*Disposición de compra de colágeno natural con sabores a frutas naturales*



**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora



El 94% de los encuestados estarían dispuestos a comprar mi producto obteniendo gran aceptación, frente al 6% que dijo que No. Por lo tanto, se observa que nuestro producto tendrá gran acogida en el segmento del colágeno.

**11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un envase de 75 gr de colágeno natural con sabores a guayaba, naranja y mora?**

\$ 5 A 10

\$ 10 A 15

\$ 15 A 20

**Tabla N.- 23 ALTERNATIVAS DE PRECIO**

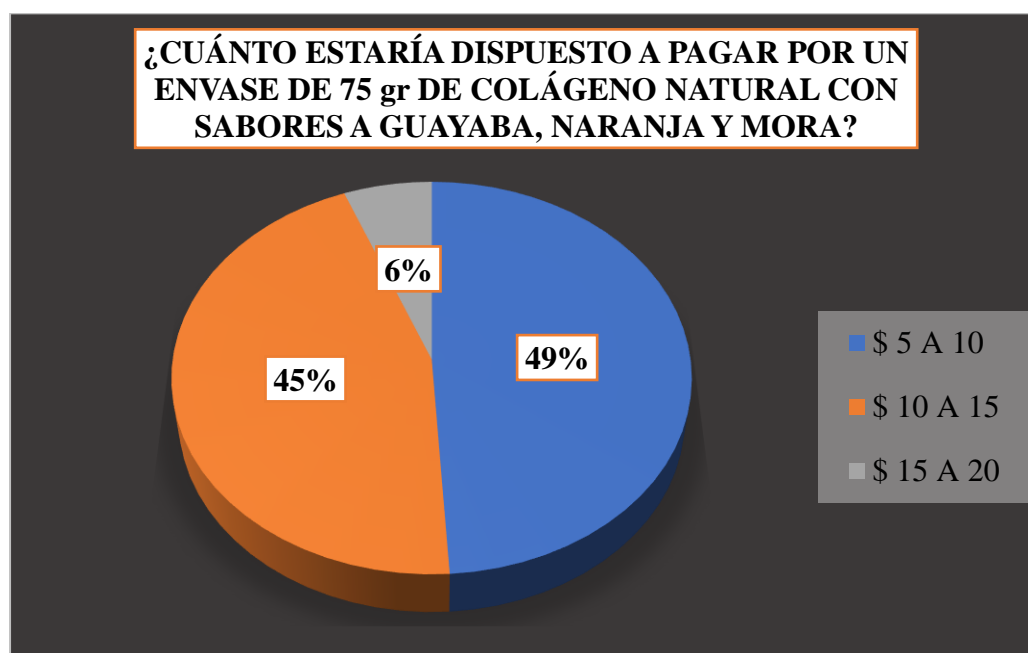
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 5 A 10	196	49%
\$ 10 A 15	180	45%
\$ 15 A 20	24	6%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

**Figura 12**

*Alternativas de precio*



**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

El costo de \$5 a 10 dólares obtuvo en la encuesta el porcentaje del 49%, el costo de \$10 a \$15 obtuvo un porcentaje del 45% y por último el costo de \$15 a \$20 con un porcentaje del 6% un precio más alto. Por lo tanto, al segmento de mercado que va dirigido mi producto compraría a un costo accesible de \$5 a 10 dólares.

## 12.- ¿A través de que medio le gusta recibir información sobre el producto?

Almacenes Determinados

Anuncios Publicitarios

Experiencias de otras personas

Redes Sociales

Tabla N.- 24 MEDIOS DE INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

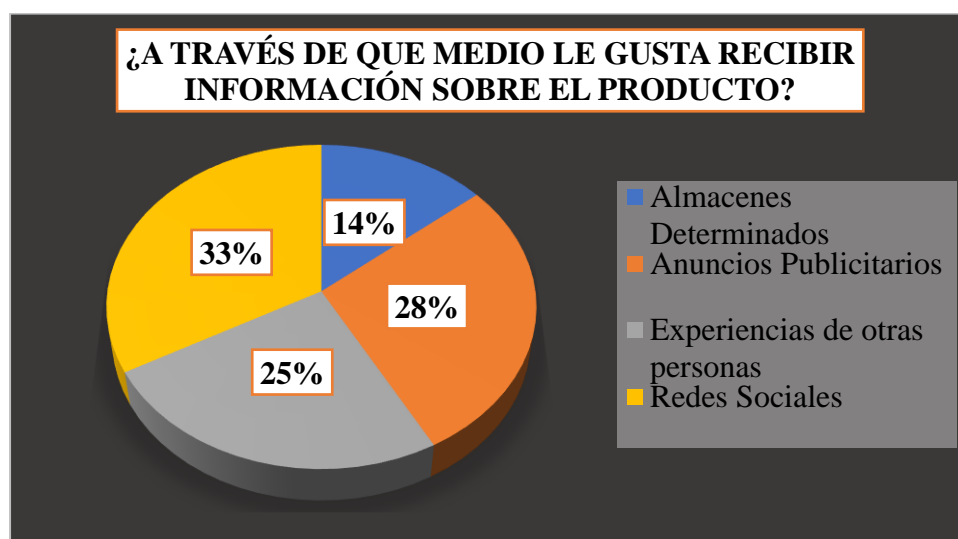
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Almacenes Determinados	56	14,0%
Anuncios Publicitarios	112	28,0%
Experiencias de otras personas	100	25,0%
Redes Sociales	132	33,0%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

### Figura 13

*Medios de información del producto*



**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

Los resultados de la encuesta arrojan que el 33% le gustaría recibir información por redes sociales, también tener información por experiencia de otras personas obteniendo el 25%, almacenes de determinados un 14% y los anuncios publicitarios obtuvo un 28%. Por lo tanto, esta información que nos proporciona la encuesta ayudara para la implementación del marketing que realizara nuestra empresa.

### 1.4 Demanda Potencial

Se realizó una encuesta para conocer sobre el colágeno de la ciudad de Quito, a lo que se tomó a 400 personas de la población norte de la ciudad de 876.403 habitantes para el análisis de la demanda.

#### Demanda potencial de las personas

Tabla N.- 25 TENDENCIA DE LA DEMANDA

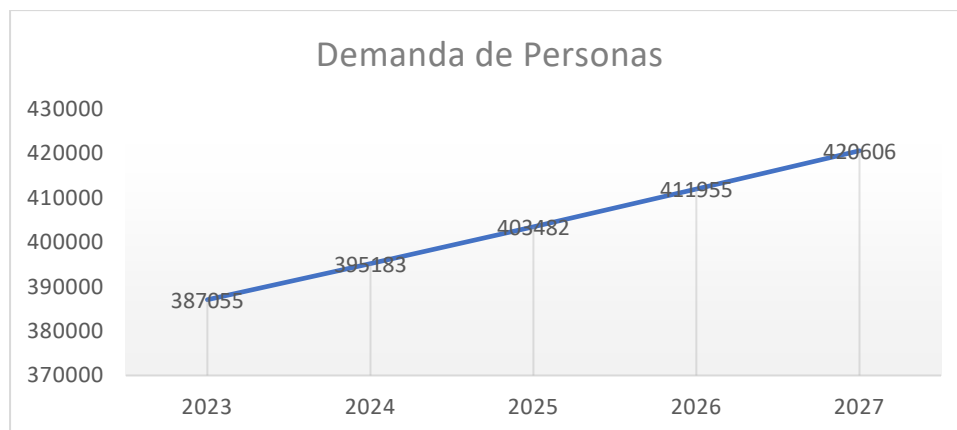
Años	Demanda de Personas	Tasa de crecimiento Poblacional	Demanda en Unidades	Demanda de Meses	Demanda en Días
2023	387055	2,10%	2.322.330	193.528	6451
2024	395183		2.371.099	197.592	6586
2025	403482		2.420.892	201.741	6725
2026	411955		2.471.731	205.978	6866
2027	420606		2.523.637	210.303	7010

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

#### Figura 14

Demanda Potencial de las personas



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

## 1.5 Análisis del Macro y Micro Ambiente

### 1.5.1 Análisis del micro ambiente

Tabla N.- 26 ANÁLISIS DEL MODELO 5 FUERZAS DE MERCADO

<b>FACTORES</b>	<b>IMPACTO</b>
<b>COMPETIDORES</b> Quito en el año 2023, tiene 2'827.106 habitantes, se manifiesta un mayor número de consumidores, esto indica que la probabilidad que participen competidores nuevos en el sector es muy elevada ya que es sumamente complicado acaparar en el inicio todo el espacio motivo por el cual aparecerán organizaciones nuevas a partir del comienzo de la nuestra. Se evidencia que el 99% del mercado de Colágenos en el país es importado. Por lo cual se considera una amenaza de mediano impacto para la organización. La amenaza mayor hoy en día son las empresas que se encuentran establecidas en el mercado, porque cuentan con precios que favorecen al público, son muy accesibles y por lo cual la empresa debe tener en cuenta este factor relevante al momento de entregar un producto de mucha calidad y un valor que genera competencia a todos los clientes potenciales.	BAJO
<b>PROVEEDORES</b> Los ganaderos son los proveedores de la pata de res a los camales de todo el país. La amenaza mayor sería que los mercados y camales, están observando los múltiples beneficios que se obtiene con el colágeno extraído de la pata de res.	MEDIO
<b>CLIENTES</b> Alrededor del mundo ha aumentado el consumo de colágeno en las personas adultas	ALTO

y que quieren mantenerse en condiciones óptimas de salud. En estos días no existe demasiada diferencia en el consumo del producto ya que los hombres y mujeres cuidan de su aspecto físico de manera equitativa.	
<b>PRODUCTOS SUSTITUTOS</b> El reemplazo del colágeno de pata de res es el colágeno de origen marino y vegetal. Las más relevantes amenazas serían la alimentación de forma equilibrada y los suplementos, ya que hoy en día se está teniendo más cuidado con la salud de las personas.	ALTO
<b>RIVALIDAD EN LA INDUSTRIA</b> En esta área se encuentran algunas compañías que a través del tiempo vienen ofertando productos de buena calidad y a excelente precio, sus estrategias más utilizadas son: las tiendas virtuales y las redes sociales, también utilizan estrategias de promociones variadas de los productos para captar la atención de los clientes potenciales y lograr una cuota mayor en el mercado.	ALTO

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

### 1.5.2 Análisis del macro ambiente

#### ENTORNO POLÍTICO

El gobierno actual del Ecuador liderado por Guillermo Lasso, coloca a la Economía de nuestro país en una etapa de crecimiento y recuperación en el plano económico, debido a las pérdidas generadas por la emergencia sanitaria causada por la pandemia del COVID-19, que paralizó al mundo en general por casi tres años, generando en nuestro país una caída del PIB entre el 7.3% y 9.6% según las estimaciones del BCE. (Sedano, 2021)

Por tal razón el Gobierno del Ecuador, ha tomado la decisión de reactivar todo lo que involucra la parte empresarial, fomentando la participación de los pequeños

inversionistas y emprendedores en general, siendo de gran ventaja para los emprendedores que aprovechan las oportunidades que brinda este Gobierno, otorgando créditos bancarios con una tasa de interés mínima.

## **ENTORNO ECONÓMICO**

El Covid-19 ha ocasionado pérdidas en todos los niveles sociales y económicos de nuestro país y a nivel global, por el colapso de varias empresas y la eliminación de puestos de trabajo.

En cuanto al crecimiento del 2023, se pudo observar un crecimiento económico de aproximadamente el 3,1%, se puede evaluar que la economía del Ecuador entrará en un lento crecimiento durante el periodo 2023 – 2027 según lo indicado por el banco mundial.

En relación al macroentorno se identifica en la actualidad ventajas y desventajas que causan impacto en los nuevos emprendedores.

De forma efectiva, está el poder acceder a créditos bancarios con una tasa de interés del 1% a 30 años como plazo, el cual está enfocado a apoyar y mejorar a los emprendedores en referencia a sus proyectos, para que de esta manera fomentar el crecimiento económico de todo el país.

De manera negativa se encuentra afectando de igual manera a las empresas con posicionamiento como a los nuevos emprendedores, el alza en los precios de la materia prima debido al aumento en el precio en la venta del ganado vacuno que afecta a los proveedores de forma directa. Todos estos inconvenientes se convierten en un impedimento para los emprendedores debido a que se ven obligados, con el fin de mantener la rentabilidad de su negocio, el aumento el precio de todos los productos.

## **ENTORNO TECNOLÓGICO**

El uso relacionado a la tecnología es una gran ventaja para nuestro negocio debido a que permite promocionar nuestro producto en esta generación actual a través de los medios tecnológicos como las redes sociales en general, asegurando que llegará a muchos clientes posibles, además del acceso a maquinarias industriales más tecnificadas que permitirá que la producción sea más rápida, eficiente y segura, logrando alcanzar el objetivo de entregar a los clientes productos de calidad y saludables cien por ciento naturales libre de preservantes.

## **ENTORNO ECOLÓGICO**

Los factores ecológicos, son absolutamente favorables para este tipo de negocios, puesto que apoya a la producción nacional de ganado vacuno y frutas tropicales como la guayaba, la naranja y la mora, puesto que es la materia prima de nuestro producto el colágeno de pata de res. En referencia al Ecuador, su variedad de climas y tierras prosperas, hace que haya una gran variedad de opciones lo que ocasiona que existan diferentes sabores, colores con grandes beneficios para la salud de todos los habitantes.

## **ENTORNO LEGAL**

La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (LOEI) tiene como objetivo principal establecer un marco normativo que promueva y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico en un país. Esta ley busca incentivar la cultura emprendedora y crear nuevas formas de organización empresarial y financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor.

Dentro de las propuestas del presidente del Ecuador, está la de fomentar la creación de nuevas oportunidades de empleos para los jóvenes y personas desempleadas, para esto, apoya a la creación de nuevos negocios que puedan generar más fuentes de trabajo que a su vez asista al crecimiento económico del país.

Además, en las propuestas, se incorpora dar permisividad a los emprendedores por los riesgos que representa iniciar un nuevo negocio, una de estas es la flexibilidad de acceder a créditos y alternativas para que los contratos a plazo puedan ser establecidos hasta por tres años. Todas estas propuestas, dan un apoyo legal absoluto a los nuevos emprendimientos puesto que otorga mayor facilidad y velocidad para acceder a beneficios financieros y legales en cuanto a las contrataciones de nuevos empleados.

### **1.5.3 Proyección de la oferta**

Para hacer la demanda de la oferta se consultó al Grupo DIFARE para saber acerca de los precios de los productos sustitutos en relación al colágeno.

**Tabla N.- 27 PRODUCTOS SUSTITUTOS**

Opciones	Al mes sector norte	Al año sector norte	Porcentaje
Gelicart	320	3840	57%
Biosil	155	1860	28%
Hidrolageno	85	1020	15%
<b>Total</b>	<b>560</b>	<b>6720</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** DIFARE

**Elaborado por:** La autora

Se tiene 6720 que corresponden a los datos de los productos sustitutos, esto nos sirve para calcular la muestra para la proyección de la oferta para los 5 años posteriores, para este cálculo se utiliza la tasa de inflación del año 2023 que es de 2,9% esta información es entregada por el (INEC 2023).

**Tabla N.- 28 PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

Años	Tasa de crecimiento	Oferta en Unidades	Oferta en Meses	Oferta en días
2024	2,10%	6720	40.320	19
2025		6801	40.804	19
2026		6882	41.293	19
2027		6965	41.789	19
2028		7048	42.290	20

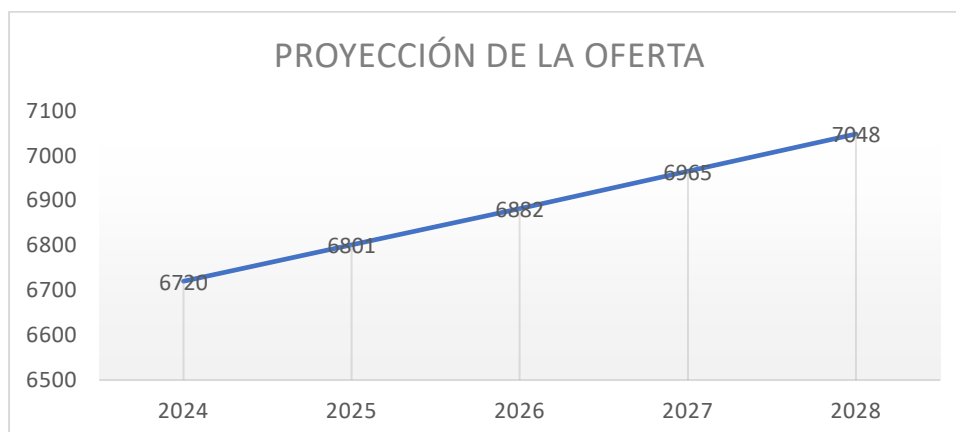
**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Conclusión:** La proyección de la oferta para el año 2024, es de 6720 unidades, para el año 2026 es de 6882 unidades y para el año 2028 corresponde a 7048 unidades.

**Figura 15**

*Proyección de la Oferta*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora



## 1.6 Demanda Potencial Insatisfecha

Para calcular la demanda insatisfecha, se toma los datos de la demanda, de la oferta y de las personas de los productos sustitutos, con ello se solventa los requerimientos de los clientes de colágeno.

Tabla N.- 29 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

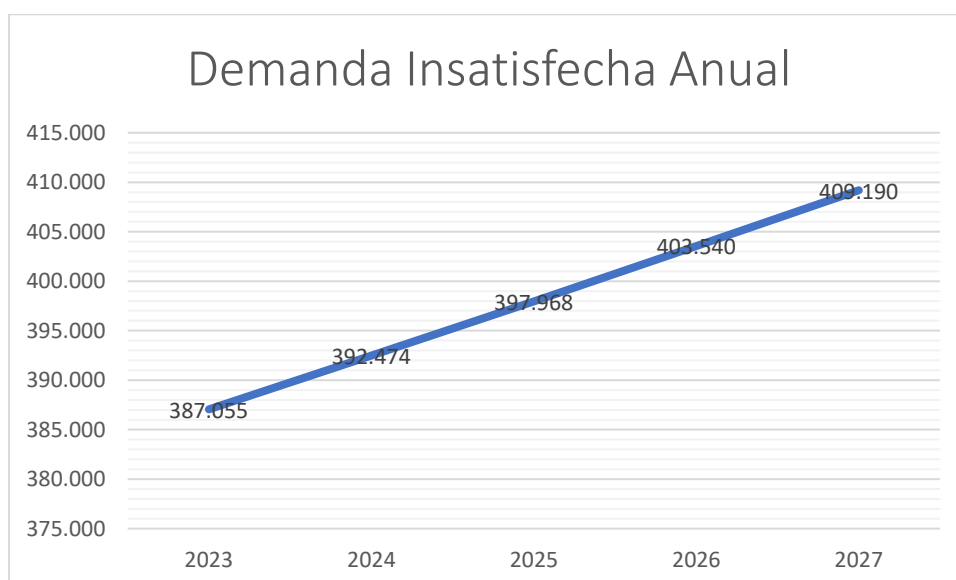
Años	Tasa de Crecimiento del Sector	Demanda en Unidades	Demanda en Oferta	P.D.J Unidades
2023	2,10%	387.055	6720	380.335
2024		392.474	6801	385.673
2025		397.968	6882	391.086
2026		403.540	6965	396.575
2027		409.190	7048	402.142

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Figura 16**

*Demanda potencial insatisfecha anual*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

## 1.7 Diseño de marca (branding)

El negocio es acerca de la elaboración del colágeno extraído de la pata de res siendo

este un producto 100% natural con sabores de frutas naturales como son: la guayaba, la naranja y la mora, libre de preservantes y conservantes.

- Nombre de la marca

El nombre que escojo es NATURE COLAGEN, que corresponde al enlace de dos palabras.

- Logotipo

### **Figura 17**

*Logotipo*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

- Eslogan

Renueva tu salud, hace referencia que al consumir nuestro producto natural se refuerza y se mantiene todo el sistema óseo de nuestro cuerpo.

- Percepción y posicionamiento

Elegimos la imagen de la planta que indica que el producto es 100% natural, el color rosado por la guayaba que aporta grandes cantidades de vitamina C.

- Diferenciación

Nuestro colágeno 100% natural a base de pata de res mantendrá algunas ventajas diferenciadoras como son:

Sabores de frutas naturales

Servicio al cliente personalizado

Personal capacitado en atención al cliente

Será una experiencia de compra grata para el cliente.

## **1.8 Estrategias de marketing**

### **Segmentación**

En referencia al estudio ejecutado se aprecia que las mujeres a partir de los 35 años empiezan a cuidar la salud referente a las articulaciones del cuerpo en general, a los clientes

les agrada conocer acerca de las promociones varias que ofrecemos, que necesitan encontrar en el producto, en referencia al precio cuanto pagarían los clientes y con estos análisis se podrá crear estrategias para alcanzar los objetivos trazados que puedan brindar los resultados esperados.

## **PROMOCIÓN**

- **Descuentos directos:** Consiste en ofrecer descuentos a los clientes basados en el volumen de compra. Cuanto mayor sea la cantidad de producto adquirido, mayor será el descuento aplicado.
- **Regalos publicitarios:** Entregar regalos publicitarios con el logo o marca del producto de forma gratuita a los clientes. Estos regalos pueden ser productos promocionales como bolígrafos, camisetas, tazas, entre otros.
- **Premios a la fidelidad:** Se busca recompensar y mantener la lealtad de los clientes que realizan compras repetidas o frecuentes del producto. Los premios a la fidelidad pueden incluir descuentos especiales, facilidades de pago o programas de puntos acumulativos.

## **PRECIO**

El costo del producto debe ser accesible para que de esta forma el cliente potencial adquiera nuestro producto.

## **PLAZA**

Para poner en conocimiento del producto al público utilizaremos los comercios digitales muy conocidos, donde se ofrecen un sin número de productos como son: Market Place, Mercado Libre, App de salud.

Buscar convenios con las compañías que se dedican a trabajar con productos naturales.

## **PRODUCTO**

Para insertar el colágeno de pata de res en el mercado competitivo y aumentar su visibilidad y reconocimiento entre los consumidores potenciales. A continuación, se detallan los beneficios y objetivos de cada estrategia:

8. Crear mercadotecnia para dar a conocer las bondades del colágeno.
9. Fabricación de etiquetas adherentes con el logo de la organización para ubicar a la marca.
10. Conseguir los permisos respectivos para elaborar el producto.

### **1.9 Plan de Comunicación**

Los objetivos son acrecentar clientes nuevos y conseguir el reconocimiento de la marca, para lograr cristalizar estos objetivos se utilizará las plataformas virtuales acorde con el adelanto de la tecnología en nuestros días.

**Tabla N.- 30**

<b>Objetivo: Aumentar la captación del cliente para el segundo semestre del año 2024</b>						
<b>OBJETIVO</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>PROYECTOS ESTRATEGICOS</b>	<b>MEDIO PUBLICITARIO</b>	<b>PRESUPUESTO TIEMPO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>INDICADOR</b>
Captar Clientes	Hacer campañas en las diferentes aplicaciones	Aumentar la utilidad	Facebook Tik Tok Twitter	6 meses \$ 400	Jefe de Marketing	Nuevos clientes/Total de clientes anterior mes

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

## CAPITULO II

### 2 Operaciones

#### 2.1 Objetivo del Capítulo

Especificar la descripción del proceso, factores y necesidades de las operaciones para la transformación del producto.

#### 2.2 Descripción del proceso

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

#### Figura 18

*Descripción de la elaboración del colágeno de pata de res*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

Para la elaboración del colágeno en base a la pata de res, iniciamos con los siguientes pasos: A continuación se indican los pasos con el que se elabora el colágeno en base a la pata de res.

**Adquisición de la materia prima:** Se compra la pata de res en el camal o mercados de la ciudad de Quito.

**Limpeza del producto:** Con un soplete se quema los pelos de la pata de res, con un cuchillo se retiran las partes quemadas y las pezuñas de la pata, se corta en trozos a la pata de res, se procede a limpiar la pata de res con abundante agua y se deja reposar en recipientes plásticos con agua y el zumo de limones por 1 hora y media.

**Cocinado:** luego se enjuaga y se coloca la pata de res en olla de presión con 2 litros de agua y tapamos la olla, se cocina por 2 horas aproximadamente, luego de las 2 horas se verifica que han quedado los huesos de la pata de res limpios, han soltado su colágeno.

**Colado:** Se utiliza un colador y un recipiente de vidrio para separar la sustancia líquida de los huesos, lo tapamos y dejamos enfriar.

**Mezclado:** mezclamos con una batidora eléctrica el zumo de las frutas ya licuadas ya sea la guayaba, naranja o mora con la sustancia líquida que se encuentra en el recipiente de vidrio.

**Envasado:** Se envasa la mezcla de colágeno con la fruta en los recipientes de plástico de 75 gr.

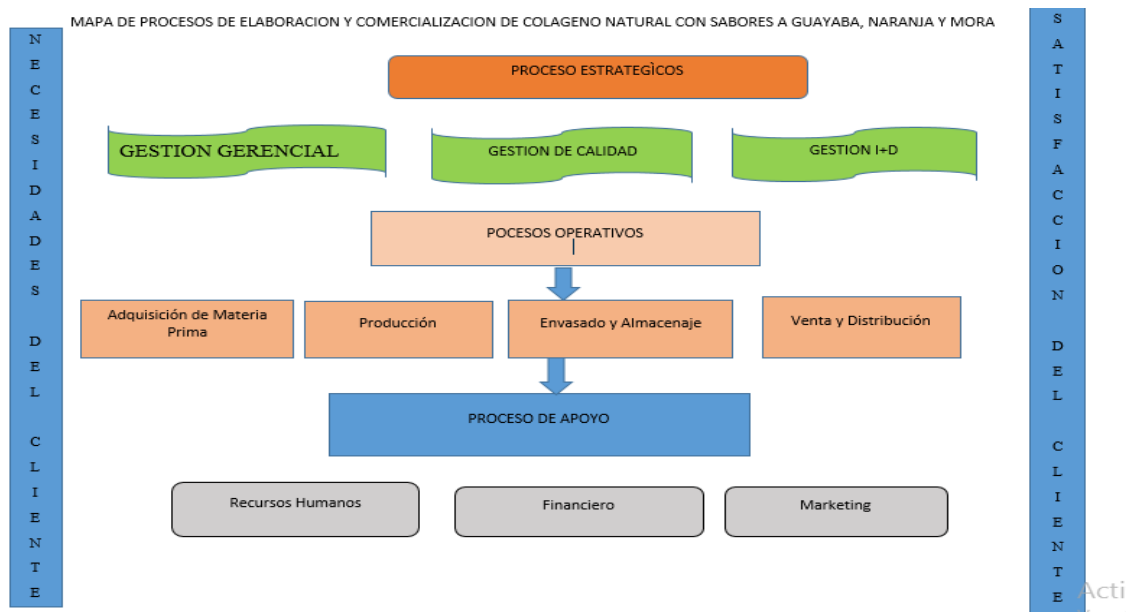
**Refrigerado:** Llevamos los envases de plástico al congelador por una hora y media, el colágeno ha endurecido, queda con una textura gelatinosa con sabor, libre de conservantes.

**Etiquetado:** Se coloca en los envases plásticos el adhesivo del logo de la empresa.

**Almacenamiento y Distribución:** Se traslada el producto para mantenerse en refrigeración para luego ser distribuido según los pedidos solicitados por los distintos proveedores.

**Figura 19**

*Mapa de Procesos*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Tabla N.- 31 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES PARA EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DEL PRODUCTO**

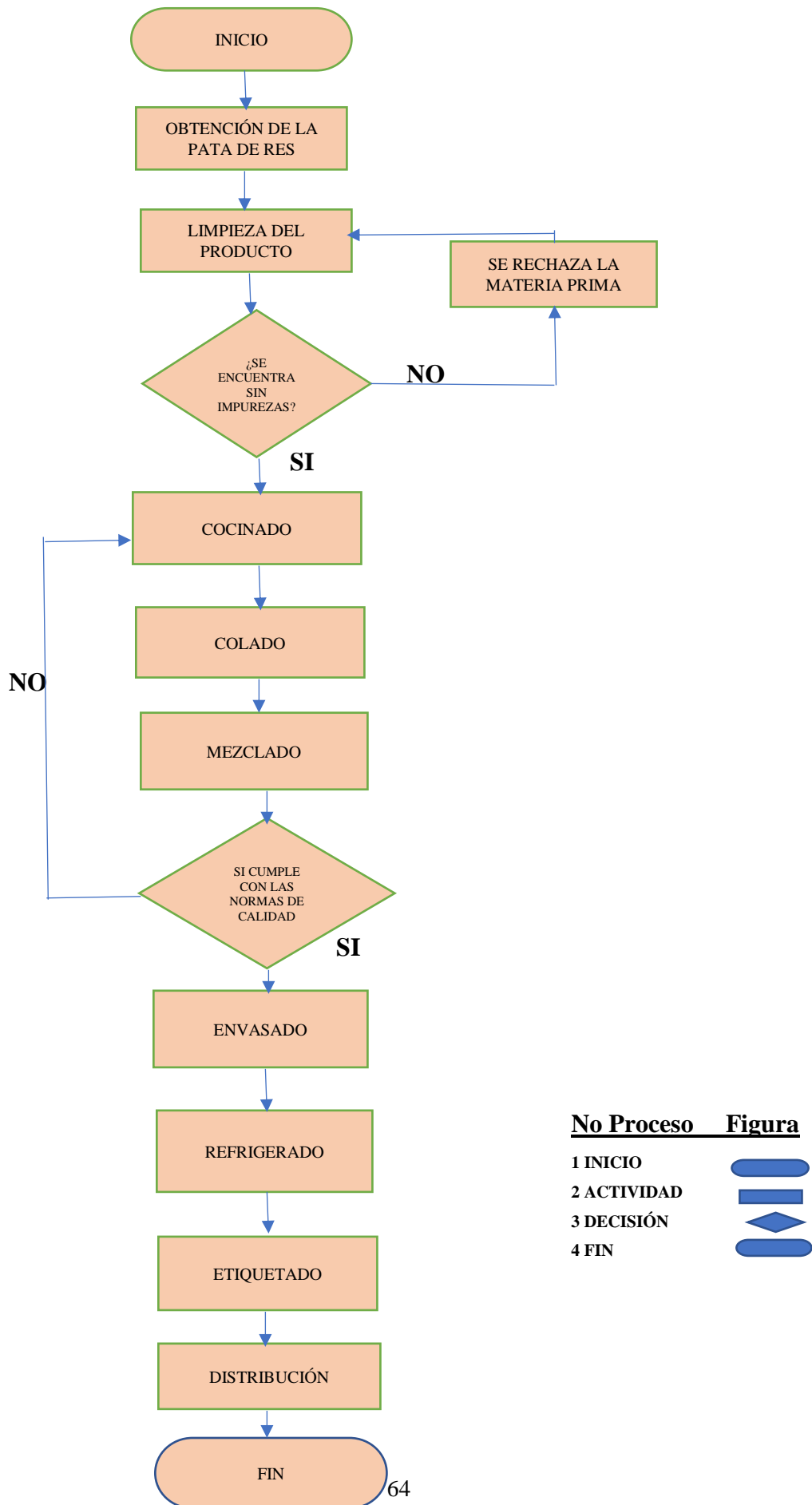
ACTIVIDADES	CANTIDAD	TIEMPO (minutos)
Adquisición de la materia prima	12 libras	120
Limpieza del Producto		90
Cocinado		120
Colado		20
Mezclado con los sabores de las frutas		15
Envasado		30
Refrigerado		90
Etiquetado		20
Almacenamiento		20
<b>Total</b>		<b>525 minutos</b>

**Fuente:** Investigación propia


**Elaborado por:** La autora

**Nota:** En la tabla nos detalla cómo es el proceso de la elaboración del colágeno con el tiempo estipulado en cada proceso, se visualiza que los procesos que más se demoran es el de adquirir la materia prima y el cocinado.

**Figura 20** *Flujograma del proceso de producción*



**No Proceso    Figura**

- 1 INICIO 
- 2 ACTIVIDAD 
- 3 DECISIÓN 
- 4 FIN 

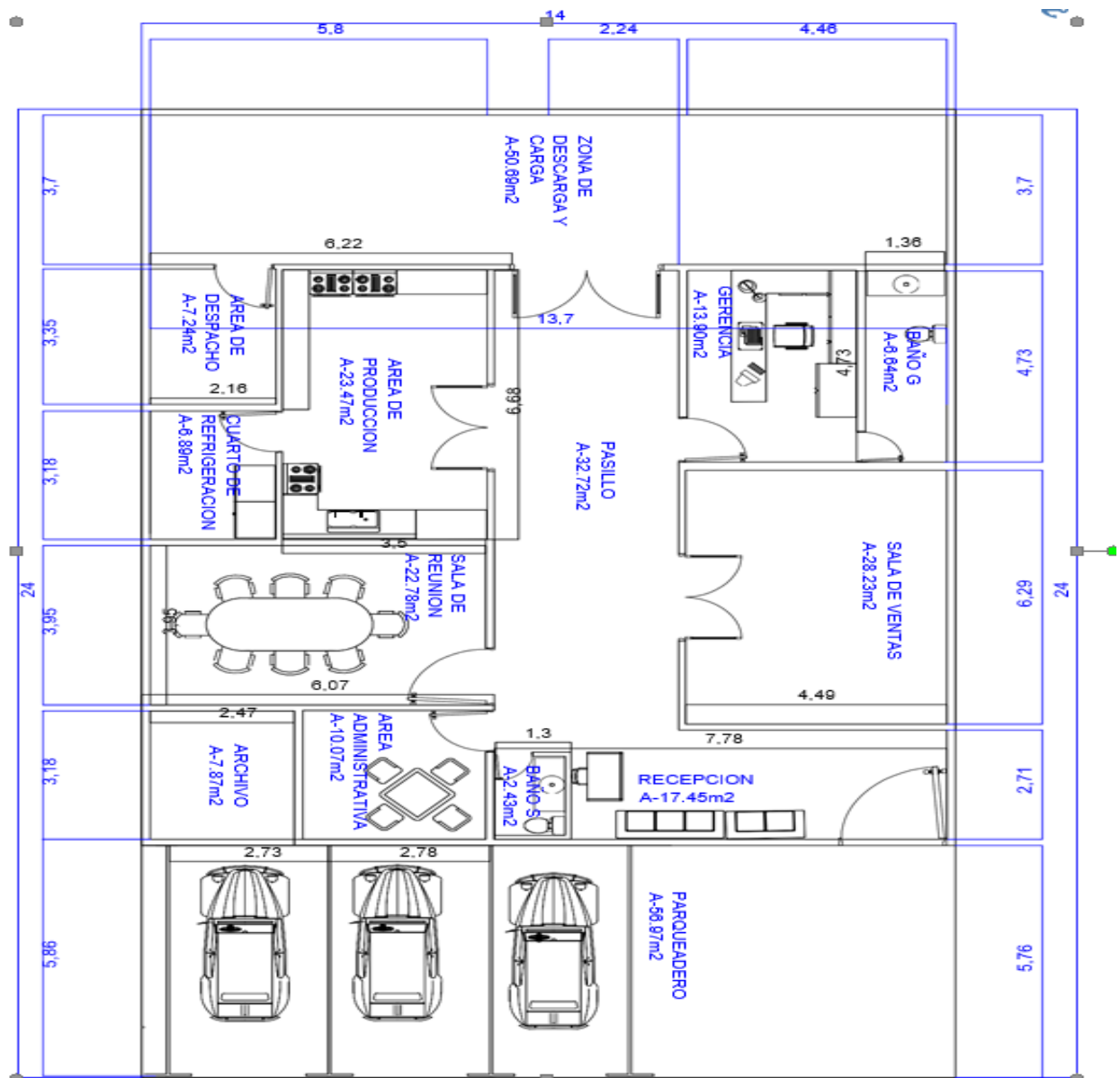


## 2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

### 1. Distribución de Instalaciones.

**Figura 21**

*Diseño arquitectónico de la empresa "HECA"*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Nota:** Se indica el diseño que tendrá la empresa con sus diferentes áreas, distribuido de la siguiente manera: Área de Producción, Sala de Reunión, Archivo, Área administrativa, Recepción, Baño Social, Sala de ventas, Área de Despacho, Gerencia, Baño de Gerencia, Cuarto de Refrigeración, Zona de Carga y Descarga y Zona de Parqueadero. (Autocad, 2023).

**Tabla N.- 32 DESCRIPCIÓN DE LAS ÁREAS DE LA EMPRESA “HECA”**

Áreas	Características	Medidas	Total (m2)
<b>Recepción</b>	Es el espacio de atención directa, donde se recibe a los clientes, proveedores y a los mismos trabajadores de la empresa.	2.71 x 6.7	18.15 m2
<b>Área Administrativa</b>	Es el área de la empresa que se encarga de funciones como contrataciones, pagos, ventas, entre otras cosas.	3.6 x 3.18	11.45 m2
<b>Archivo</b>	Espacio donde se guarda los documentos de la empresa.	2.47 x 3.18	7.85 m2
<b>Sala de Reunión</b>	Espacio utilizado para reuniones de negocios o entre miembros de las diferentes áreas de la empresa.	3.95 x 5.8	22.91 m2
<b>Sala de Ventas</b>	Es el área donde se realizan las estrategias comerciales y se concretan los negocios con los clientes.	6.29 x 4.46	28.05 m2
<b>Baño social</b>	El baño es una habitación destinada principalmente para el aseo personal, ducharse y la evacuación de desechos humanos. Es un espacio fundamental en cualquier lugar, donde los empleados y visitantes pueden satisfacer sus necesidades de higiene y cuidado personal.	2.43 x 1.3	3.16 m2
<b>Gerencia</b>	Espacio que ocupa la persona que se encarga de la dirección y representación de la empresa.	4.73 x 4.46	21.1 m2
<b>Baño Gerencia</b>	El baño es una habitación destinada principalmente para el aseo personal, ducharse y la evacuación de desechos humanos. Es un espacio fundamental en cualquier lugar, donde los empleados y visitantes pueden satisfacer sus necesidades de higiene y cuidado personal. Este cuarto de baño es de uso exclusivo del Gerente de la Empresa.	4.73 x 1.36	6.43 m2
<b>Área de Producción</b>	Es el corazón de la empresa porque es donde ocurre el proceso de	6.68 x 3.5	23.38 m2

	transformar las materias primas, insumos, recursos y materiales en productos finales que serán entregados o vendidos a los clientes.		
<b>Área de Despacho</b>	Es el espacio donde se prepara el producto final para enviar a los clientes.	2.16 x 3.35	7.24 m <sup>2</sup>
<b>Cuarto de Refrigeración</b>	Lugar donde se almacena el producto terminado.	2.16 x 3.18	6.87 m <sup>2</sup>
<b>Pasillo</b>	Espacio donde transitan el personal tanto interno como externo hacia las distintas áreas dentro de la empresa.	3.74 x 11.02	41.21 m <sup>2</sup>
<b>Zona de Descarga y Carga</b>	Es el espacio de la empresa destinado para los transportistas para cargar y descargar la materia prima o producto terminado.	3.7 x 14	51.8 m <sup>2</sup>
<b>Parqueadero</b>	Son espacios destinados para el uso exclusivo de visitantes y personal de la empresa.	5.76 x 14	80.64 m <sup>2</sup>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

## 2. Flujo de Materiales




**Tabla N.- 33 DESCRIPCIÓN ÁREA DE PRODUCCIÓN Y MATERIALES**


<b>ACTIVIDAD</b>	<b>MATERIALES</b>
Área de Limpieza	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Soplete</li> <li>- Set de cuchillos</li> <li>- Cortador manual de huesos</li> <li>- Mesa de acero inoxidable</li> <li>- Recipientes plásticos</li> <li>- Guantes</li> </ul>
Área de Cocinado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cocina Industrial</li> <li>- Olla de presión</li> </ul>
Área de Colado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colador</li> <li>- Recipiente de vidrio</li> </ul>
Área de Mezclado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Batidora</li> </ul>
Área de Envasado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recipientes plásticos</li> </ul>
Área de Refrigerado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Refrigeradora</li> </ul>
Área de Etiquetado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stickers</li> </ul>
Área de Almacenamiento y Distribución	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipo de Refrigeración</li> </ul>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Tabla N.- 34 DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS**

Actividad (etapa de producción)	Equipo	Características	Imagen	Valor
Limpieza	Soplete chamuscador	Soplete a gas portátil. Soldador chamuscador de 70 cm de largo. Lira blindada de 3m de largo. Tubo de 40cm de largo. Boquilla de 76mm de diámetro. Empuñadura con gatillo economizador. En función del tipo de bombona de gas (propano o butano), el tipo de regulador o incluso la cantidad de gas que le quede a la bombona son aspectos que influyen considerablemente en el tipo de llama.		\$ 33.95
Limpieza	Cortador Manual de Huesos	Dimensiones del producto 27,9"L x 7,8"W x 2,3"H pulgadas Material Cuerpo de acero inoxidable No. 430 Color: Plateado Características especiales: Multipropósito Usos Recomendados: Para Producto Huesos Material de la hoja: Acero inoxidable Peso del artículo: 17,6 Libras Longitud de la hoja: 14 Pulgadas		\$ 279.99
Cocinado	Cocina Industrial	Cocina industrial de 6 quemadores fabricado en acero inoxidable con parrillas en hierro fundido.		\$420
Cocinado	Olla a presión	Descripción: Olla a presión 20 litros Diámetro: 28 cm Altura: 33 cm Capacidad: 20 L		\$254.82
Mezclado	Batidora Eléctrica	Con tazón portátil de acero inoxidable de 3.7 cuartos de galón, 6 controles de velocidad, 300 vatios de potencia, 2 accesorios para batidora y gancho para amasar.		\$73.16
Mezclado	Licuadaora	Dimensiones: Ancho: 26.04 cm Profundidad: 21.59 cm Altura total: 35.56 cm Características: Modelo: BLSTBPST-013 Garantía: 12 meses Potencia: 700 (watts) Material de vaso: Vidrio Capacidad de vaso 1.5 (tazas) Velocidades licuadaora: 2 Trituradora de hielo: Sí Tipo de controles: Interruptor		\$ 129

Almacenamiento	Refrigerador Industrial Vertical	Dimensiones (mm): 4260x720x2000 Peso (Kg): 678 Capacidad (Lt.): 3900 Temperatura: 2-8 grados C Puertas: 6 Repisas: 24 Refrigerante: R404a Clase Climática: 4 Voltaje: 220 V Luces Led Control Digital Ruedas		\$3.200
----------------	-------------------------------------	---	---	---------

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Tabla N.- 35 DESCRIPCIÓN DE PERSONAS**

<b>Actividad</b>	<b>Tiempo (por actividad)</b>	<b>No. Personas</b>	<b>Horas- hombre</b>
Adquisición de materia prima	120 minutos	Operador	10 minutos
Registro del Inventario	8 minutos	Operador	8 minutos
Preparación de materiales	8 minutos	Operador	8 minutos
Lavado de la pata de res	90 minutos	Operador	30 minutos
Cocinado de la pata de res	120 minutos	Operador	10 minutos
Colado de la pata de res	20 minutos	Operador	10 minutos
Mezclado con los sabores de las frutas	15 minutos	Operador	15 minutos
Envasado del producto	30 minutos	Operador	10 minutos


Refrigerado del producto	90 minutos	Operador	10 minutos
Etiquetado del producto	20 minutos	Operador	10 minutos
Almacenamiento del producto	20 minutos	Operador	20 minutos
Distribución y Venta del producto	6 minutos	Vendedor	6 minutos




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

### 2.2.3 Tecnología a aplicar

Para la Empresa “HECA” ante el avance de la tecnología en el mundo, se adquirirá maquinaria de alta gama para la mejora continua del proceso en la elaboración de la materia prima para impulsar el desarrollo y crecimiento de la empresa.

**Tabla N.- 36 TECNOLOGÍA A APLICAR AL FUTURO**

Maquinaria	Descripción	Precio	Figura
<b>DEPILADORA DE PATAS</b>	<p>Máquina centrífuga para la limpieza, depilado y escaldado de las patas de res. Simplifica y racionaliza el trabajo.</p> <p><b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fabricada en Acero Inoxidable AISI-304</li> <li>• Revestimiento de compuerta de carga y descarga de junta estanca</li> <li>• Cámara interna de aislamiento acústico</li> <li>• Centralización de los puntos de engrase</li> <li>• Bandeja de extracción de producto</li> <li>• Compuerta superior para la introducción del producto</li> </ul>	\$ 3.300	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potencia 20 CV</li> <li>• Producción 400 Patas/ Hora</li> </ul>		
<b>CIZALLA HIDRÁULICA PARA CORTE DE PATA DE RES</b>	<p>Esta herramienta utiliza una cuchilla industrial que se activa mediante un motor que funciona con agua a presión. El líquido ejerce una fuerza tan grande, que provoca el corte vertical inmediato.</p> <p><b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para la parte delantera y posterior de las reses, cortando el hueso o la articulación.</li> <li>• Con un ciclo de corte de 1,5 segundos, es una herramienta de alta producción y alto rendimiento, utilizada ampliamente para los usos más exigentes.</li> <li>• Controles bi-manuales antideslizantes para la seguridad del operario.</li> <li>• A tener en cuenta el punto de fijación, los protectores del pulgar y del gatillo en ambas herramientas.</li> <li>• Cumple con la normativa europea CE.</li> </ul>	\$900	
<b>DESPEZUÑADORA DE PATA DE RES</b>	<p>Máquina despezuñadora de patas de res (Modelo: D-500) compuesto por dos rodillos que facilitan su extracción sin ningún tipo de esfuerzos.</p> <p><b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fabricada en acero inoxidable.</li> <li>- Sistema de seguridad mecánica de control de par.</li> <li>- Sistema de seguridad eléctrica de parada de emergencia.</li> <li>- Motor reductor de 3 CV de potencia. (Vacuno).</li> <li>- Cuadro eléctrico para regular las funciones del motor.</li> </ul>	\$1.700	
<b>TAMIZADORA</b>	<p>Una tamizadora es un instrumento que se emplea con el objetivo de separar partículas sólidas según su tamaño. En el caso de la pata de res separa el hueso del líquido para realizar la gelatina</p>	\$2.900	

	<p><b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Aptas para tamizar desde 36 micras hasta 25 mm.</li> <li>-Entrada de producto por la parte central y salidas por la tolva inferior central.</li> <li>-Fabricadas íntegramente en acero inoxidable AISI304/316 o en hierro</li> <li>-Motores vibratorios de masas excéntricas.</li> <li>-Diámetros disponibles: 400 mm, 600mm, 760mm, 900 mm, 1.200 mm y 1.500 mm.</li> <li>-Ideales para tamizado de seguridad en líneas de producción.</li> <li>-Gran capacidad de producción.</li> </ul>		
--	---	--	--

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

## 2.2.4 Factores que afectan las operaciones

### FACTORES CLIMÁTICOS

El efecto del clima en el ganado vacuno es un aspecto crucial que puede tener un impacto significativo en la salud, bienestar y productividad de los animales. El clima afecta a los animales de diversas maneras, y su capacidad para hacer frente a las condiciones climáticas adversas está relacionada con mecanismos fisiológicos y de comportamiento.

En condiciones extremas de frío o calor, los animales pueden experimentar estrés térmico, lo que puede llevar a una disminución en el consumo de alimento y agua. El estrés térmico también puede afectar la eficiencia digestiva y el rendimiento del ganado, lo que resulta en una reducción en la tasa de ganancia de peso y producción.

Las altas temperaturas pueden afectar la fertilidad y la reproducción del ganado, lo que puede tener un impacto negativo en la producción de carne o leche. Además, el exceso de calor puede aumentar el riesgo de enfermedades y afectar el bienestar general de los animales.



Para mitigar el estrés térmico en el ganado, se deben tomar medidas adecuadas, como proporcionar sombra, asegurar un suministro adecuado de agua y mantener un manejo adecuado de los animales durante las épocas de temperaturas extremas.

El impacto del clima en el ganado vacuno tiene implicaciones tanto económicas como de bienestar animal. Es fundamental que los productores y ganaderos estén conscientes de estas consideraciones y tomen medidas adecuadas para proteger la salud y el bienestar de sus animales, así como para mantener la productividad de la explotación ganadera. Además, la investigación y la implementación de prácticas ganaderas sostenibles pueden ayudar a enfrentar los desafíos relacionados con el clima y garantizar una producción animal más resiliente y eficiente.

## 2.3 Capacidad de Producción

### 2.3.1 Capacidad de Producción Futura

Para sacar la producción futura de la empresa, me baso en los resultados de las ventas que debo tener diarias de mi producto que serían 80 productos a \$ 5 sería \$ 400 diarios, a la semana sería (400 x 5 = \$ 2000), al mes sería (2000 x 4 = \$8000) y al año sería (8000 x 12 = \$96000), el valor de 96000 utilizo para la proyección de la Capacidad de Producción futura a 5 años con una tasa de crecimiento poblacional de 2,10% se tiene:

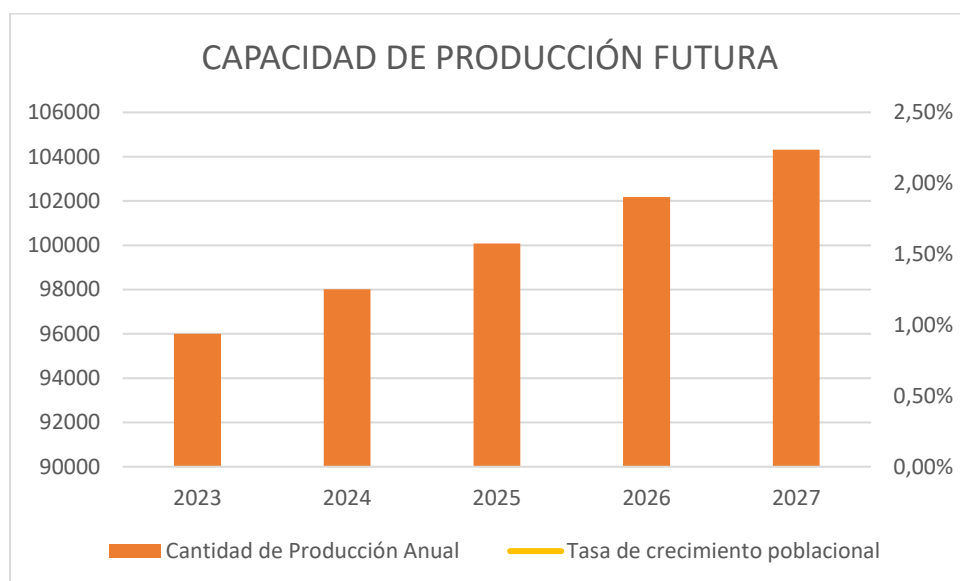
**Tabla N.- 37** CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN FUTURA

Años	Cantidad de Producción Anual	Tasa de crecimiento poblacional
2023	96000	2,10%
2024	98016	
2025	100074	
2026	102176	
2027	104322	

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

**Figura 22**

*Capacidad de Producción Futura*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

## 2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

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

#### **Materia prima pata de res:**

Según Franzone (2022), la pata de la res es una extremidad o apéndice del cuerpo que tiene funciones fundamentales para el movimiento y la estabilidad del animal. Contiene una alta concentración de proteína de colágeno, lo que la convierte en una fuente importante de este componente esencial para el reforzamiento de los huesos y la sanación del cuerpo en caso de lesiones.

**Tabla N.- 38 GRADO DE SUSTITUCIÓN DE MATERIA PRIMA**

Materia Prima	Descripción	Grado de Sustitución	Proveedores
Pata de Res	Protege y mejora las articulaciones y los huesos en general. Fuente de proteínas y vitaminas. Mejora la piel, uñas y el pelo.	BAJO - porque no existen empresas que realicen colágeno natural en base a pata de res en la Ciudad de Quito.	Gelicart Biosil

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

## 2.5 Calidad

### 2.5.1 Método de Control de Calidad

**Tabla N.- 39 CAUSAS PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGRAMA DE PARETO**

No.	Causas	Prob.	Impacto	Pxl	%	% acum.
1	Cable de alimentación cortada	3	5	15	12,40%	12,40%
2	Rayos que caen sobre las líneas A.T.	3	5	15	12,40%	24,80%
3	Las explosiones eléctricas	3	5	15	12,40%	37,20%
4	Sobretensiones eléctricas de origen interno	3	5	15	12,40%	49,60%
5	Defectos eléctricos internos	2	5	10	8,30%	57,90%
6	Humedad elevada	3	3	9	7,40%	65,30%
7	Baterías en mal estado	2	4	8	6,60%	71,90%
8	Falta de mantenimiento por parte de los funcionarios	2	4	8	6,60%	78,50%
9	Lámpara fundida	2	3	6	5,00%	83,50%
10	Cable de alimentación cortado	2	3	6	5,00%	88,40%
11	Deterioro de un aislador	2	3	6	5,00%	93,40%
12	Manguera rota	1	4	4	3,30%	96,70%
13	Máquina en mal estado	1	4	4	3,30%	100,00%

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Conclusión:** Se evidencia en la tabla que las cuatro primeras causas serían las de mayor relevancia obteniendo un porcentaje del 12,4% cada una y se busca opciones para que se resuelvan los problemas en el campo de la energía eléctrica y no ocasionar daños importantes.

## **2.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio**

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

Para cumplir con los requisitos para abrir el negocio se requieren de las siguientes entidades, los cuales se detalla en el Capítulo IV.

**Tabla N.- 40 ENTIDADES PARA APERTURAR EL NEGOCIO**

<ul style="list-style-type: none"><li>• LUAE- La Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas.</li><li>• SRI</li><li>• MUNICIPIO</li><li>• PERMISO DE FUNCIONAMIENTO</li><li>• MSP- Ministerio de Salud Pública</li><li>• ARCSA- Permisos de Funcionamiento Agencia Nacional de regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.</li><li>• RUC- Registro Único de Contribuyentes</li><li>• IESS</li><li>• ICUS – Emisión del informe de Compatibilidad de usos del Suelo</li><li>• BOMBEROS</li></ul>
--

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

## **CAPITULO III**

### **3 Organización y Gestión**

#### **3.1 Objetivo del capítulo**

Realizar el análisis estratégico en conjunto con la visión y misión para llegar a establecer la organización funcional de la empresa, con sus respectivas necesidades y un control adecuado.

#### **3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos**

##### **3.2.1 Visión de la Empresa**

En el 2027 ser la mejor empresa en producir y distribuir el colágeno a partir de la pata de res incrementando una gama extensa de productos los cuales permitan cubrir las necesidades de los clientes en lo referente al cuidado integral de la salud, obteniendo el respaldo y apoyo a nivel nacional.

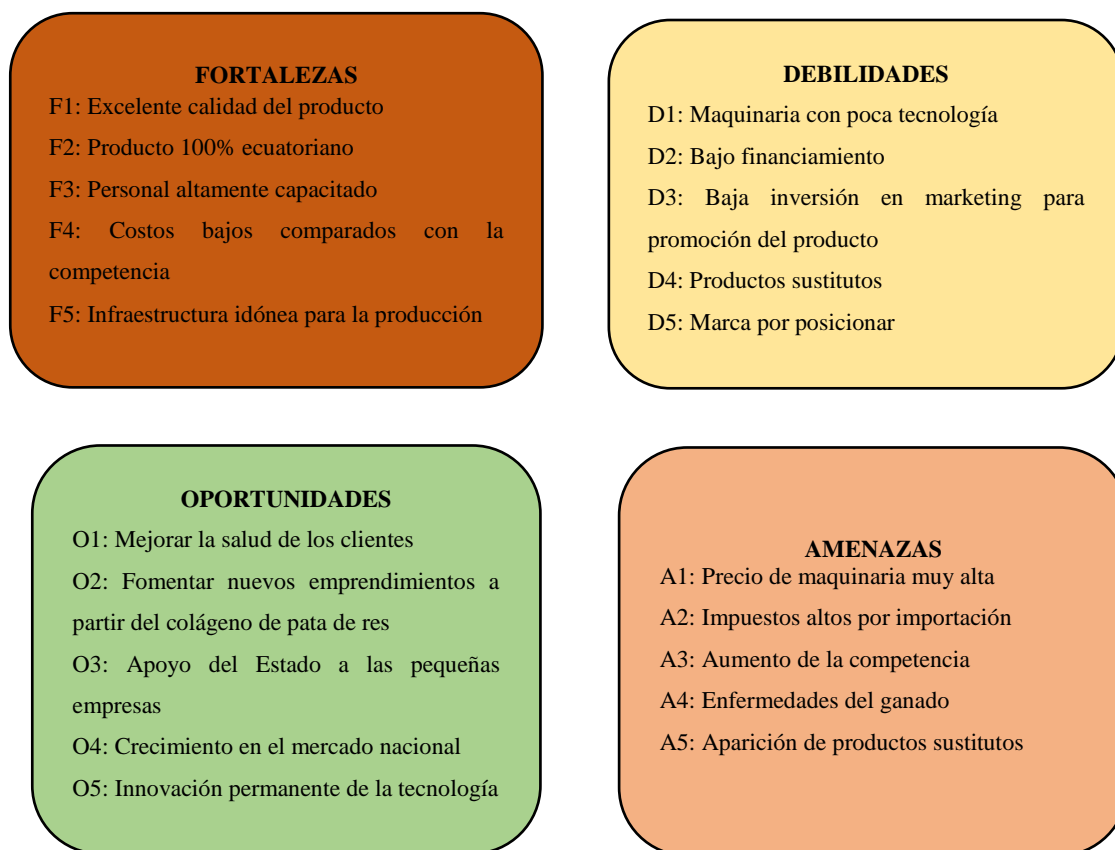
##### **3.2.2 Misión de la Empresa**

Brindar a los clientes mayores de 30 años en adelante un producto 100% natural libre de preservantes y conservantes para mantener huesos y articulaciones fuertes, logrando desarrollar mayor flexibilidad y resistencia, además de que ayuda a reparar y prevenir las señales de envejecimiento prematuras de nuestro cuerpo por medio de un óptimo servicio con los más altos estándares de calidad.

### 3.2.3 Objetivos y estrategias

**Figura 23**

*Análisis FODA*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Tabla N.- 41** MATRIZ EFE

<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>PONDERADA</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>VALOR</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			<b>1,65</b>
O1: Mejorar la salud de los clientes	20%	4	0,8
O2: Fomentar nuevos emprendimientos a partir del colágeno de pata de res	5%	3	0,15
O3: Apoyo del Estado a las pequeñas empresas	5%	2	0,1
O4: Crecimiento en el mercado nacional	5%	3	0,15
O5: Innovación permanente de la tecnología.	15%	3	0,45
<b>AMENAZAS</b>			<b>1,25</b>
A1: Precio de maquinaria muy alta	20%	2	0,4
A2: Impuestos altos por importación	5%	2	0,1
A3: Aumento de la competencia	5%	3	0,15
A4: Enfermedades del ganado	10%	4	0,4
A5: Aparición de productos sustitutos	10%	2	0,2
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>2,9</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

Como se puede observar las oportunidades son mucho mayores que las amenazas por consiguiente la probabilidad de éxito son mayores que el fracaso.

**Tabla N.- 42** MATRIZ EFI

<b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>PONDERADA</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>VALOR</b>
<b>FORTALEZAS</b>			<b>1,85</b>
F1: Excelente calidad del producto	20%	4	0,8
F2: Producto 100% ecuatoriano	10%	3	0,3
F3: Personal altamente capacitado	5%	3	0,15
F4: Costos bajos comparados con la competencia	10%	4	0,4
F5: Infraestructura idónea para la producción	5%	4	0,2
<b>DEBILIDADES</b>			<b>0,7</b>
D1: Maquinaria con poca tecnología	10%	2	0,2
D2: Bajo financiamiento	5%	1	0,05
D3: Baja inversión en marketing para promoción del producto	10%	2	0,2
D4: Productos sustitutos	10%	1	0,1
D5: Marca por posicionar	15%	1	0,15
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>2,55</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

Como se puede observar las fortalezas son mucho mayores que las debilidades por consiguiente la probabilidad de éxito son mayores que el fracaso.



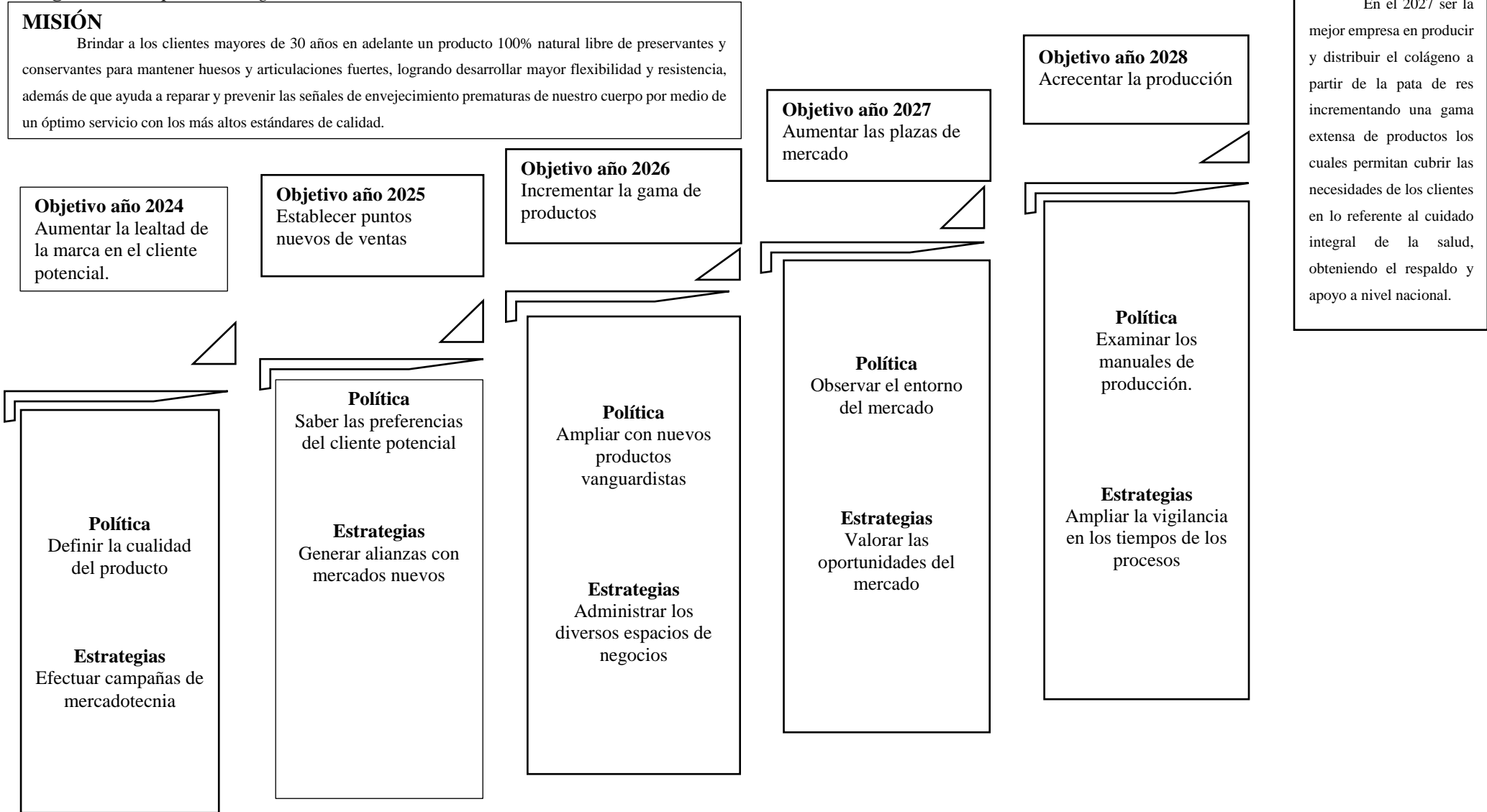
**Tabla N.- 43 ESTRATEGIAS**

<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
<b>INTERNAS</b>	<b>INTERNAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ampliar campañas de publicidad con el personal capacitado para alcanzar más mercado</li> <li>- Plantear nuevos métodos tecnológicos para optimizar la materia prima</li> <li>- Ampliar la gama de productos para acrecentar el mercado</li> <li>- Aprovechar la ayuda del Estado para aumentar el beneficio de la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumentar la lealtad de la marca en el consumidor potencial.</li> <li>- Implementar programas de cuidado al ganado vacuno para tener una materia prima de calidad.</li> <li>- Desarrollo financiero para crear nuevas plataformas virtuales para ampliar el mercado.</li> <li>- Plantear la unión entre ganaderos para crear nuevas fuentes de trabajo.</li> </ul>
<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
<b>EXTERNAS</b>	<b>EXTERNAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear manuales de procedimiento para la producción.</li> <li>- Crear nuevas plataformas virtuales para preparar al personal de la empresa.</li> <li>- Conocer las políticas y leyes del sector ganadero.</li> <li>- Consolidar los objetivos planteados para generar utilidad a la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear un plan eventual para abastecer de materia prima.</li> <li>- Ampliar el financiamiento para la compra de maquinaria tecnológica.</li> <li>- Crear alianzas con empresas ecológicas.</li> <li>- Fidelizar la marca en los clientes potenciales desarrollando la mercadotecnia.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Figura 24 Mapa Estratégico**



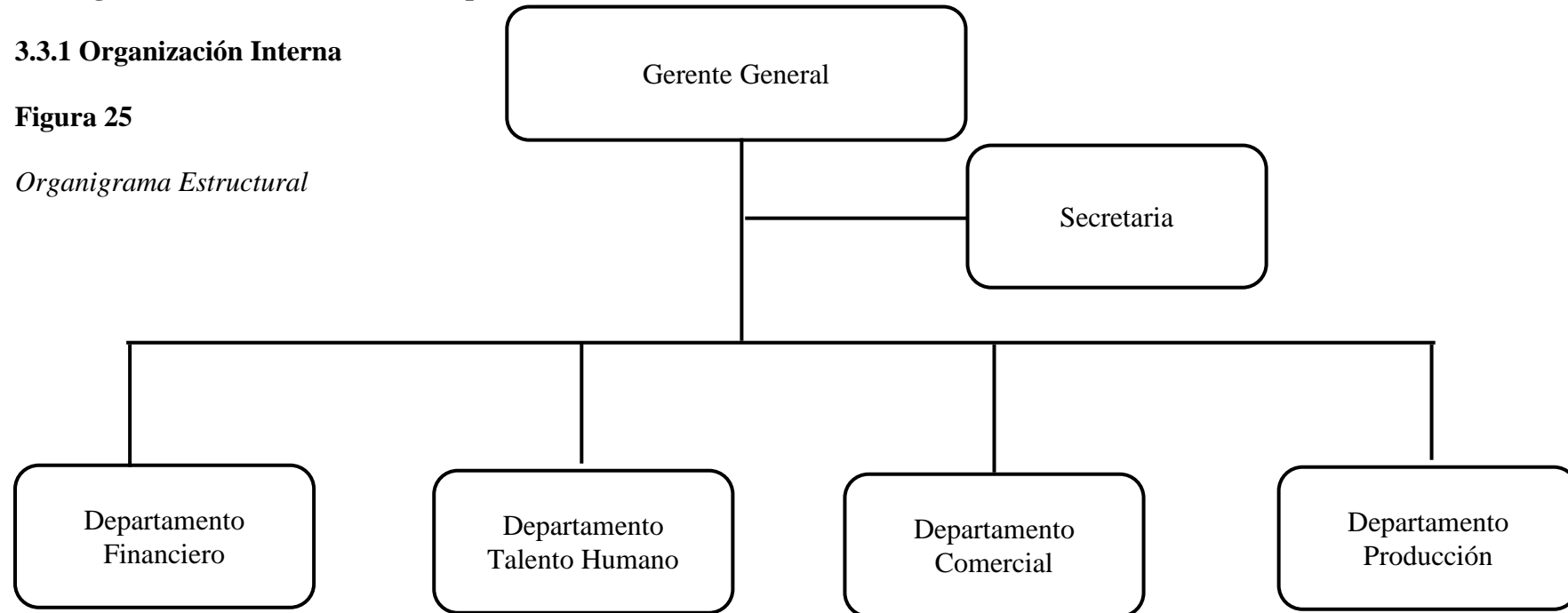
## EMPRESA "HECA"

### 3.3 Organización Funcional de la Empresa

#### 3.3.1 Organización Interna

Figura 25

*Organigrama Estructural*



**Fuente:** Investigación propia

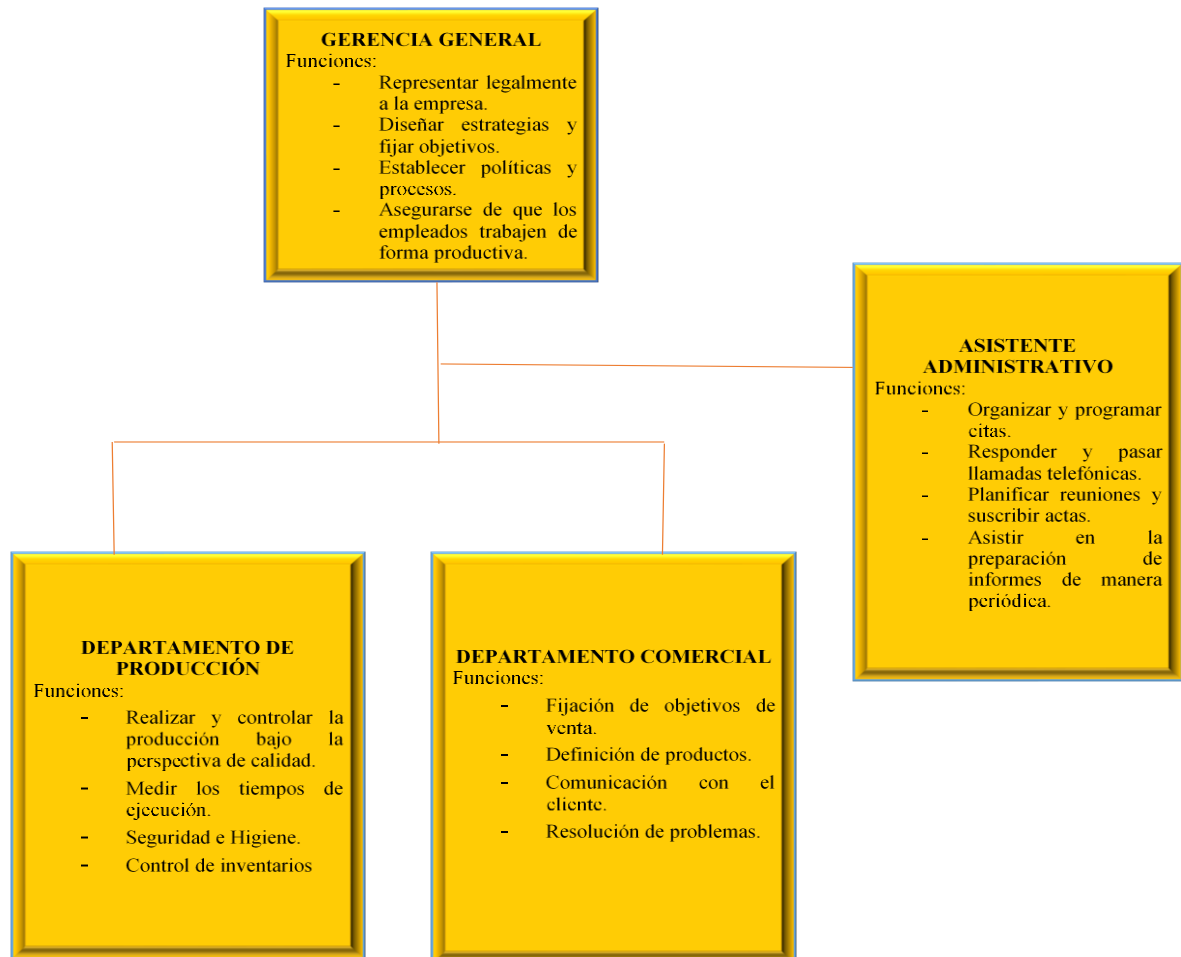
**Elaborado por:** La autora

## EMPRESA “HECA”

### Organigrama Funcional

Figura 26

*Organigrama Funcional*



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

### 3.4 Descripción de puestos.

Las siguientes tablas indican la descripción de puestos para la empresa, esto nos ayuda a identificar la responsabilidad que tiene cada puesto de trabajo, detallando el objetivo, las funciones y los requisitos mínimos para el mismo.

Tabla N.- 44 Descripción del Puesto: Gerente

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>
<i>Puesto: Gerente</i>
<i>Jefe inmediato superior: Ninguno</i>
<i>Supervisa a: Asistente Administrativo, Vendedor y Operario</i>
<b>II OBJETIVO DEL PUESTO:</b>
Liderar y controlar toda la empresa. Coordinar el trabajo de las distintas áreas dentro de la organización. Planificar todas las actividades que se ejecutan dentro de la empresa. Ser el vocero de la organización.
<b>III FUNCIONES</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. <b>Proyectar</b> a la empresa a futuro: para lograrlo debe encaminar los objetivos organizacionales y tratar que el personal los asuma como suyos.</li><li>2. <b>Planificar</b> una vez señalada la meta: el gerente a la cabeza debe realizar la planificación estratégica, el camino que van a seguir para lograr los objetivos propuestos. Su actuación es preponderante en esta etapa ya que debe motivar y comprometer al grupo para que laboren de manera unida y armónica.</li><li>3. <b>Fortalecer</b> la productividad: para lograrlo se debe capacitar de manera constante al equipo de trabajo y descubrir las fortalezas de cada uno de los integrantes de la organización para que ejerzan un mejor trabajo. Esto logra aumentar la efectividad y eficiencia en la organización.</li><li>4. <b>Optimizar</b> todos los recursos de la empresa, con esto se consigue que se utilicen de una forma más eficiente.</li><li>5. <b>Evaluar</b> de forma periódica los resultados del grupo de trabajo con el objetivo de corregir las falencias y mejorar todos los procesos para lograr cumplir con los objetivos y llegar a la meta trazada.</li></ol>

<p>6. <b>Hablar</b> de manera permanente con los integrantes de la organización. Para el éxito empresarial se requiere desarrollar una comunicación de doble vía, que permita escuchar los proyectos, propuestas de mejora y los problemas que aquejan a los trabajadores y de esa manera lograr la retroalimentación del equipo informando, continuamente, los avances, los desaciertos, pero, principalmente se debe aplaudir los logros obtenidos.</p>
<p><b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b></p>
<p><i>Título profesional: Licenciado en Administración de Empresas o Ingeniero Comercial</i></p>
<p><i>Experiencia: 3 años de experiencia en cargos similares.</i></p>
<p><i>Habilidades: Autoconocimiento, Motivar a los equipos, Gestión de emociones, Comunicación asertiva, Generar confianza.</i></p>
<p><i>Formación: Finanzas, Producción, Comercio o Mercadotecnia.</i></p>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Tabla N.- 45** Descripción del Puesto: Asistente Administrativo

<p><b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b></p>
<p><i>Puesto: secretaria</i></p>
<p><i>Jefe inmediato superior: Gerente</i></p>
<p><i>Supervisa a: Ninguno</i></p>
<p><b>II OBJETIVO DEL PUESTO:</b></p>
<p>Mantener la organización, llevar la agenda, atender al público, gestionar documentos</p>
<p><b>III FUNCIONES</b></p>

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asegurarse que la compañía cumpla con todas las obligaciones de ley, por lo que debe comprobar la documentación y que esta se encuentre vigente.</li> <li>2. Revisar la correspondencia emitida o recibida por la gerencia.</li> <li>3. Mantener buen trato con sus compañeros de trabajo, el personal que labora en la organización, así como con los clientes, visitas o asociados.</li> <li>4. Llevar un registro de todas las reuniones de su superior.</li> <li>5. Elaborar informes de incidencias dentro de la empresa.</li> <li>6. Ser comunicativa.</li> </ol>
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>
<i>Título profesional: Técnico Superior en Secretariado Ejecutivo/a</i>
<i>Experiencia: 2 años de experiencia en puestos similares</i>
<i>Habilidades: Escuchar activamente las indicaciones dadas por los superiores, comprensión de lectura, comunicación efectiva con los compañeros de trabajo y clientes, escribir con coherencia los informes y memos que se requieran, pensamiento crítico.</i>
<i>Formación: Manejo de office, Excel, ofimática, expresión oral y escrita, normas de archivo, servicio al cliente.</i>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Tabla N.- 46 Descripción del Puesto: Operario**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>
<i>Puesto: Operario</i>
<i>Jefe inmediato superior: Gerente</i>
<i>Supervisa a: Ninguno</i>
<b>II OBJETIVO DEL PUESTO:</b>
Encaminar los procesos de manufactura para impulsar la elaboración en masa. Manejar las máquinas o herramientas especializadas, control de calidad del producto, provisión de materia prima o cualquier otra actividad necesaria en el proceso de producción.
<b>III FUNCIONES</b>

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar operaciones del proceso industrial.</li> <li>2. Mantener limpia el área que está bajo su responsabilidad y en orden los equipos que se utilizan para la producción.</li> <li>3. Realizar operaciones básicas de mantenimiento de los equipos y efectúa los partes de incidencias.</li> <li>4. Seguir al pie de la letra las indicaciones del gerente.</li> <li>5. Controlar las mercancías y las materias primas que se almacenan en el área de producción.</li> </ol>
---

**IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:**

**Título profesional:** Bachiller

**Experiencia:** 1 año en el Área de Producción

**Habilidades:** Habilidad para trabajar con una variedad de materiales y máquinas, habilidad para comprender instrucciones y seguirlas con precisión, buena capacidad de comunicación, buenas habilidades matemáticas, conocimiento de los procedimientos de seguridad.

**Formación:** Control de Calidad, Procesos de Producción, Manejo de maquinaria técnica, seguridad industrial.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

Tabla N.- 47 Descripción del Puesto: Vendedor

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>
<i>Puesto: Vendedor</i>
<i>Jefe inmediato superior: Gerente</i>
<i>Supervisa a: Ninguno</i>
<b>II OBJETIVO DEL PUESTO:</b>
Mejorar el desempeño comercial del producto que ofrece la empresa para la que trabaja. Por lo tanto, se podría decir que la función principal de estos profesionales no es otra que vender.
<b>III FUNCIONES</b>



<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investigar al consumidor.</li> <li>2. Conocer el producto.</li> <li>3. Entender el mercado y la competencia.</li> <li>4. Establecer conexiones de valor.</li> <li>5. Promover la retención de clientes.</li> <li>6. Captar nuevos clientes.</li> <li>7. Brindar retroalimentación a la empresa.</li> <li>8. Colaborar con otros equipos.</li> </ol>
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>
<b><i>Título profesional:</i></b> Bachiller
<b><i>Experiencia:</i></b> 1 año de experiencia en puestos similares
<b><i>Habilidades:</i></b> Honradez en la gestión de ventas, dotes de comunicación, capacidad de escuchar, conocimiento del producto, creatividad, motivación y actitud positiva.
<b><i>Formación:</i></b> Ventas, Atención al Cliente

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

### 3.5 Control de Gestión

#### 3.5.1 Indicadores de gestión

Los indicadores de gestión son formas de medir si una empresa, área o proyecto está logrando sus metas y objetivos estratégicos. Las empresas los utilizan para evaluar su éxito a la hora de alcanzar lo establecido en la planeación estratégica.

**Tabla N. 48** INDICADORES DE GESTION

ÁREAS	INDICADORES
<b>Administrativa</b>	11. Metas ejecutadas / Total metas estimadas 12. Ventas ejecutadas *100 / Ventas estimadas
<b>Recursos Humanos</b>	13. Trabajadores enfermos / Desempeño Laboral 14. Total de vendedores renunciaron*100 / Total Contrataciones vendedores anual

<b>Financiera</b>	15. Costo de productos vendidos/ inventario promedio 16. Total Activo / Patrimonio
<b>Producción</b>	17. Unidades de producción / Tiempo de Mano de Obra 18. Devolución de productos / Total de pedidos
<b>Comercial</b>	19. Ventas por páginas digitales / Ventas totales 20. Visitador nuevo / Visitador total al mes

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

### 3.5.2 Necesidades de Personal

La siguiente tabla indica cómo se conforma la proyección del personal para los primeros 5 años de crecimiento de la empresa.

**Tabla N. 49** INDICADORES DE GESTIÓN

ÁREA	AÑOS				
	2024	2025	2026	2027	2028
<b>Comercialización</b>	1 vendedor	0	0	1 vendedor	1 Director Comercial
<b>Producción</b>	1 operario	0	0	1 operario	0
<b>Dirección General</b>	1 Gerente 1 Asistente Administrativo	0	0	0	0
<b>Recursos Humanos</b>	0	0	0	0	1 Director de Recursos Humanos
<b>Financiera</b>	0	0	0	0	1 Contador
<b>Total Personal</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>3</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

Se aprecia en la tabla que para el inicio de actividades del año 2024 se necesita contratar, 1 vendedor, 1 operario, 1 gerente y 1 asistente administrativo total serán 4 personas, dependiendo de las ganancias que genere la empresa se contratará más personal.

## **CAPITULO IV**

### **4 Jurídico Legal**

#### **4.1 Objetivos del capítulo**

Obtener todos los documentos y requisitos necesarios para el funcionamiento de la empresa en base a las políticas legales.

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

##### **4.2.1 CONSTITUCION**

###### **4.2.1.1 COMPAÑIAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

Los aportes de los socios colectivos conforman el capital de la sociedad, el cual es en especies o dinero, si es en especies se encuentra formado por todos los bienes muebles o inmuebles que corresponden a todas las operaciones realizadas por la sociedad. La Junta Directiva de la Empresa indica que el capital no puede ser inferior a la cantidad fijada por el mismo y todas las acciones serán divididas en la forma en que se designen.

Las acciones de aporte de capital de esta sociedad serán equitativos, indivisibles y acumulables.

Para la constitución de la Empresa la forma jurídica será en base a la Compañía Limitada y se realiza los siguientes pasos en la página de la Súper de Compañías.

Se inicia ingresando a la página de la Súper de Compañías al respectivo link que es <https://www.supercias.gob.ec/portalscvs/> y se siguen los siguientes pasos que a continuación se detallan:

## PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Tabla N. 50 PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

- 1. Escoger y separar un nombre.** El trámite se lo realiza en la Superintendencia de Compañías. Ahí se revisa que no exista otra empresa con el mismo nombre de nuestra organización.
- 2. Elaboración de estatutos.** Se denomina al contrato social que dirigirá a la sociedad y se ratifica a través de una minuta realizada por un abogado.
- 3. Aperturar la respectiva cuenta de integración de capital.** Se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos principales cambian dependiendo del banco, lo cuales se enumeran a continuación:
  - Capital mínimo: 400 dólares para Compañía Limitada
  - Carta de socios en la que se especifica la participación de cada uno de los socios.
  - Copias de cédula y papeleta de votación de cada uno de los socios.
  - Pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.
- 4. Se debe elevar a escritura pública.** Ir donde un notario público y entregar lo siguiente: reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los reglamentos establecidos.
- 5. Realizar la aprobación del estatuto.** Trasladar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para que revisen y aprueben a través de resolución.
- 6. Se debe publicar en un diario del país.** La Superintendencia de Compañías entrega 4 copias de la resolución y su extracto respectivo para hacer una publicación en cualquier diario del país.
- 7. Se debe Obtener los respectivos permisos municipales.** En el municipio respectivo de la ciudad de creación de la empresa, se deberá realizar lo siguiente:
  - Se debe cancelar la patente municipal.
  - Solicitar el certificado de cumplimiento de obligaciones.

Figura 27

*Pasos para la Constitución de la Empresa*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Figura 28**

*Pasos para la Constitución de la Empresa*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Figura 29**

*Pasos para la Constitución de la Empresa*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

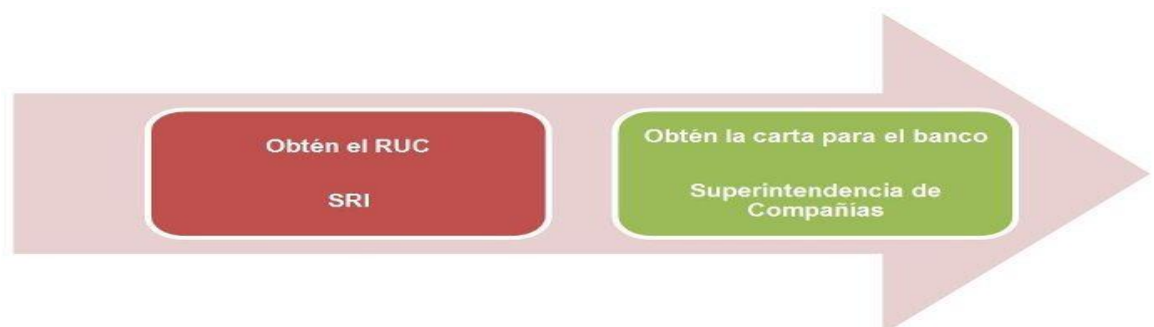
8. **Inscribir la compañía.** Dirigirse al Registro Mercantil del cantón donde fue creada la empresa con todos los documentos antes descritos, para inscribir la sociedad.
  9. **Crear la Junta General de Accionistas.** En esta reunión se escogerá a los representantes de la empresa: como son presidente, gerente, etc., según conste en los estatutos.
  10. **Conseguir los documentos habilitantes.** Luego de realizar la inscripción en el Registro Mercantil, la Superintendencia de Compañías entrega los documentos para aperturar el RUC de la empresa.
  11. **Registrar el nombramiento del representante.** En el Registro Mercantil, se debe ingresar el nombramiento del administrador de la empresa elegido en la Junta de Accionistas, con la respectiva razón de aceptación. Esto se debe realizar en los 30 días posteriores a la designación.
  12. **Obtención del RUC.** El (RUC) Registro Único de Contribuyentes se obtiene en el (SRI) Servicio de Rentas Internas, con los siguientes documentos:
    - Formulario correspondiente debidamente lleno
    - El Original y copia de la escritura de constitución
    - El Original y copia de los nombramientos
    - Copias de cédula y papeleta de votación de cada uno de los socios
    - En caso de que otra persona realice el trámite se debe realizar una carta de autorización del representante legal.
  13. **Obtención de la carta para el banco.** Con el Registro Único de Contribuyentes (RUC), la Superintendencia de Compañías entrega una carta dirigida al banco donde se aperturó la cuenta, para que se pueda utilizar el valor depositado.
- La constitución de la compañía limitada se conforma cumpliendo todos los pasos antes indicados. Adicional se recomienda contratar un abogado para que colabore con todo el proceso; el costo del servicio ofertado depende del monto del capital que tiene la empresa.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

### Figura 30

*Pasos para la Constitución de la Empresa*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

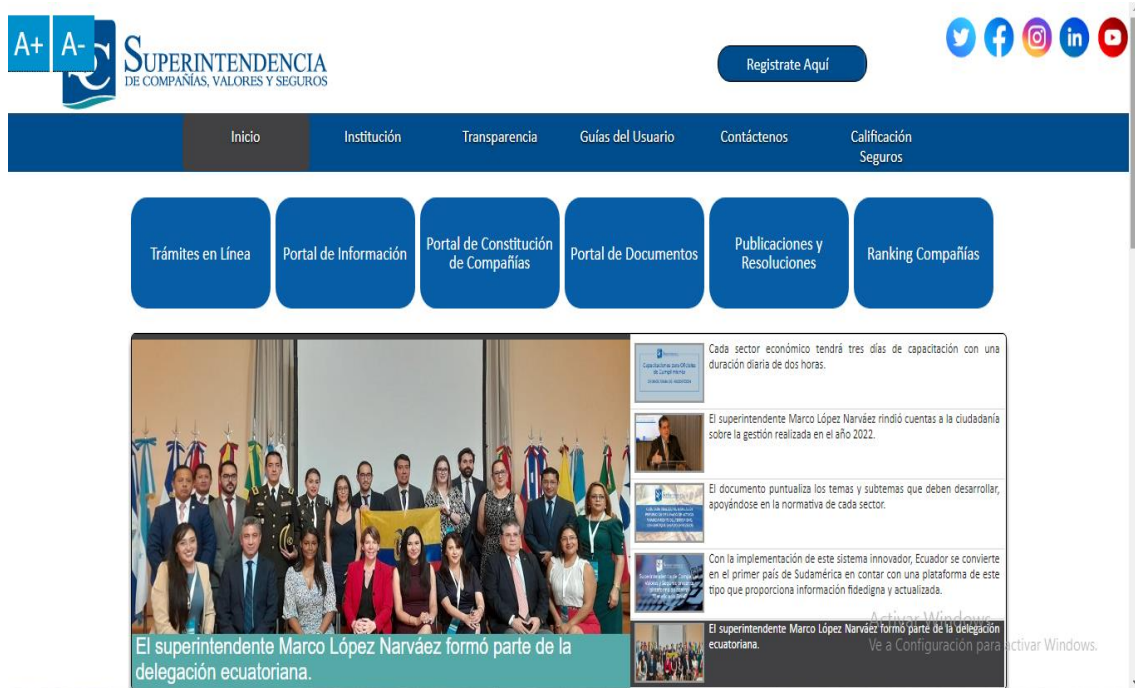
## SIMULACIÓN

1. Ingresamos a la página de la Superintendencia de Compañías

<https://www.supercias.gob.ec/portalscvts/>

**Figura 31**

*Superintendencia de Compañías*



2. Seleccionar crear Usuario

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

**Figura 32**

*Superintendencia de Compañías regístrate como usuario*



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

3. Se despliega la información respectiva para llenar la información personal que pide para poder registrarse en la página.

**Figura 33**

*Registro de Usuario*

1. INFORMACIÓN PERSONAL	
NOMBRES:	
APELLIDOS:	
2. DIRECCIÓN	
CALLE PRINCIPAL:	
CALLE SECUNDARIA:	
SECTOR:	
PARROQUIA:	

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

4. Se regresa a página principal y selecciona el ícono Reserva de Dominación

**Figura 34**

*Reserva de denominación*



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

5. Se despliega la siguiente ventana donde se ingresa el Usuario y Contraseña respectiva.



**Figura 35**

*Ingreso a Denominación de compañías*



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

6. Se despliega la página denominación de compañías y escogemos la opción Reserva de Denominación.

**Figura 36**

*Reserva de Denominación*



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

7. Escogemos la imagen de Constitución.

**Figura 37**

*Sistema de Denominación de Compañías- Constitución*



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

8. Se debe completar la información para tener conocimiento de donde va a estar constituida la empresa, la información a indicar es: País, Provincia, Cantón y Ciudad, luego se presiona el botón continuar que se encuentra en el lado inferior derecho de la página para proseguir.

**Figura 38**

*Domicilio de la compañía*



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

9. Se pone el nombre de la empresa en el ícono NOMBRE DE LA COMPAÑÍA.

### Figura 39

Nombre de la compañía

Como se llamará su compañía
Nombre de la compañía <input type="radio"/>
NATURE COLAGEN "HECA"

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

10. Se despliega otra pestaña en la misma página donde seleccionamos la expresión peculiar, la plataforma entrega algunas sugerencias, luego se presiona el botón continuar.

### Figura 40

Sistema de Denominación de Compañías- Constitución- Domicilio de la compañía paso 2

Como se llamará su compañía
Nombre de la compañía <input type="radio"/>
NATURE COLAGEN "HECA"
Seleccione cual va a ser su expresión peculiar
<b>Expresión Peculiar</b>
<input type="radio"/> NATURE
<input type="radio"/> COLAGEN
<input type="radio"/> HECA

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

11. Se abre otra pestaña donde da a conocer el Tipo de Compañía que se constituirá.

**Figura 41**

*Tipo de la compañía*



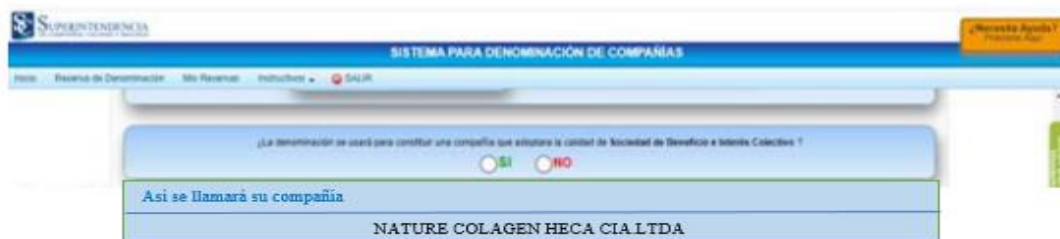
**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

12. Se da a conocer el nombre de la empresa respondiendo varias preguntas y se adjunta el tipo de compañía que se formó. Al finalizar verificamos que todo esté en orden.

**Figura 42**

*Sistema de Denominación de Compañías- Constitución- Tipo de Compañía 2*



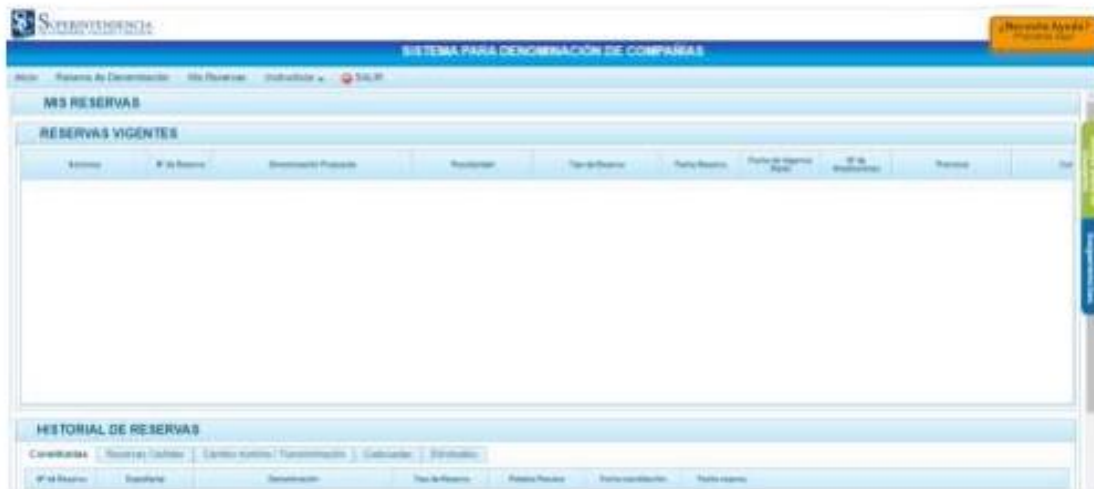
**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

13. En esta pestaña se puede visualizar la reserva por el nombre pendientes que se está solicitando a la Súper de Compañías.

**Figura 43**

Mis Reservas



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

14. Retornamos a la página principal de la Superintendencia y seleccionamos Constituir una Compañía.

**Figura 44**

*Constituir una Compañía*



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

15. Se abre la pestaña y se seleccionamos Constitución Electrónica.

**Figura 45**

*Sistema de Denominación de Compañías- Constitución Electrónica*



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

16. Ingresar en la nueva pestaña el usuario y contraseña respectivo.

**Figura 46**

*Ingreso al sistema*



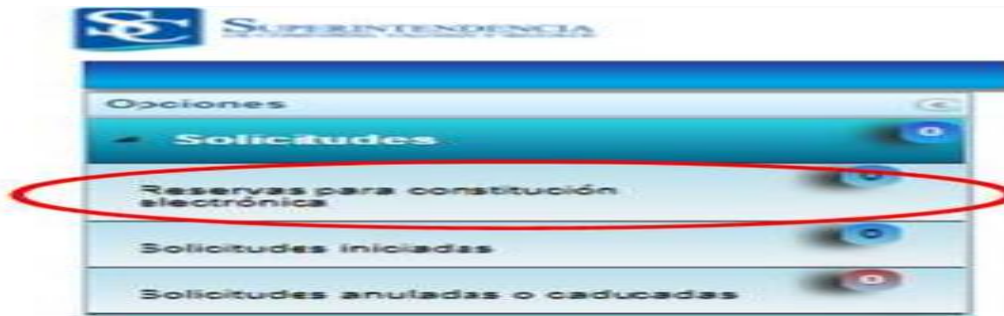
**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

17. Se observan varias opciones el momento de ingresar a esta nueva página de la Superintendencia de Compañías se selecciona la opción Reservas para constitución electrónica.

**Figura 47**

*Reservas para Constitución Electrónica*



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

18. El proceso de constitución inicia con seleccionar el nombre de la reserva que se va a utilizar para constituir la compañía.

**Figura 48**

*Solicitud de Constitución*



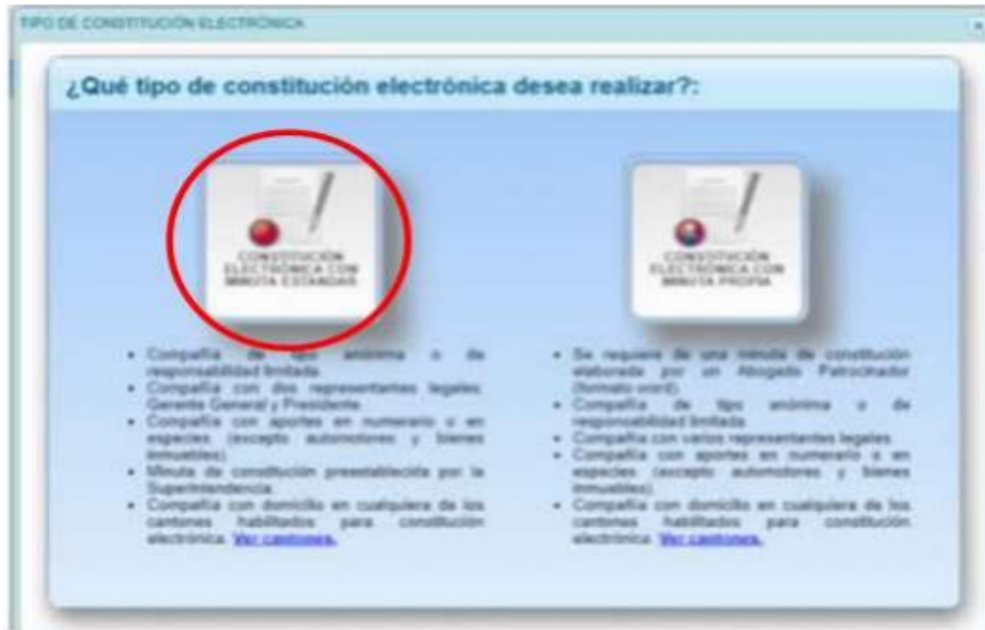
**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

19. Se selecciona el tipo de constitución, se debe realizar una minuta de constitución de la compañía a través de un abogado se debe presentar en formato Word.

**Figura 49**

*Tipo de Constitución*



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

20. Se debe llenar la solicitud para la información. Se inicia con los Datos de la Compañía.

**Figura 50**

*Datos de la Compañía*



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora



21. Se ingresan todos los datos de la actividad económica de la empresa que se va a constituir.

**Figura 51**

*Actividad Económica*

Código	Descripción	Tipo
H4021 02	SERVICIOS DE TAXI	Principal
H4021 02	TRANSPORTE TERRESTRE DE PASAJEROS POR SISTEMAS DE TRANSPORTE SUBURBANO, QUE PUEDEN ABARCAR LINEAS DE AUTOBUS PROVINCIAL, PARROQUIAL, ETCÉTERA. EL TRANSPORTE SE REALIZA POR RUTAS ESTABLECIDAS SIGUIENDO NORMALMENTE UN HORARIO FIJO, Y EL EMBARQUE Y DESEMBARQUE DE PASAJEROS EN PARADAS ESTABLECIDAS. INCLUYE LA EXPLOTACIÓN DE FUNICULARES, TELEFÉRICOS, ETCÉTERA, QUE FORMEN PARTE DEL SISTEMA DE TRANSPORTE SUBURBANO.	Complementaria

**Registrar / Medir actividad económica**

**Objeto Social**

La compañía tendrá por objeto dedicarse a la actividad SERVICIOS DE TAXI, así como también podrá ejecutar las actividades complementarias: TRANSPORTE TERRESTRE DE PASAJEROS POR SISTEMAS DE TRANSPORTE SUBURBANO, QUE PUEDEN ABARCAR LINEAS DE AUTOBUS PROVINCIAL, PARROQUIAL, ETCÉTERA. EL TRANSPORTE SE REALIZA POR RUTAS ESTABLECIDAS SIGUIENDO NORMALMENTE UN HORARIO FIJO, Y EL EMBARQUE Y DESEMBARQUE DE PASAJEROS EN PARADAS ESTABLECIDAS. INCLUYE LA EXPLOTACIÓN DE FUNICULARES, TELEFÉRICOS, ETCÉTERA, QUE FORMEN PARTE DEL SISTEMA DE TRANSPORTE SUBURBANO.

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

22. Se escoge la opción 2. Socios/Accionista y se registran los datos generales de los accionistas de la empresa.

**Figura 52**

*Socios / Accionistas*

**SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS**

Nombre Razón (Comercial): PROTECTORA, JULIEN & CARRERA COMERCIALIZADORA JULIEN SA

Tipo de Compañía: SA

Actividad Económica: HD: SERVICIOS Y EXTRACCIÓN DE MINERA

Fecha de Constitución: 2016-01-01

La compañía se dedicará al comercio de bienes y está regulada por la Ley 1612

1. Socios / Accionistas

Principal	Tipo	Tipo identificación	Apellidos Nombres	Fecha Social	Identificación	Fecha de Inscripción	Editar	Eliminar	Ver Det.
-----------	------	---------------------	-------------------	--------------	----------------	----------------------	--------	----------	----------

Ignorar

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

23. Al ingresar el accionista o los accionistas genera la opción para subir los documentos pertinentes donde se constató que toda la información es legal.

**Figura 53**

*Indexación de documentos*



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

24. Seleccionar la Opción 3. Cuadro de Suscripciones y Pago de capital, donde se registra el capital suscrito correspondiente de la compañía.

**Figura 54**

*Cuadro de Suscripciones y Pago de capital*



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

25. Se inserta el capital pagado, en donde ingresamos los bienes muebles, se puede seleccionar el bien a indexar.

**Figura 55**

*Descripción del bien*

Descripción del Bien - BIENES MUEBLES

“Las aportaciones en especie podrán ser solo de bienes muebles.”  
“El bien que se aporte debe estar relacionado con el objeto social, al cual será verificado mediante un control posterior.”  
“Se exceptúan vehículos automotores o transportes motorizados en general.”

**Tipo de Bien:** ACCIONES

Descripción:

Cantidad:

Avalúo (unitario):

Avalúo Total:

Grabar Cerrar

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

26. Se selecciona Representantes Legales en la opción 4, en este lugar se ingresa la información individual.

**Figura 56**

*Representantes legales*

Representantes Legales

Nombre:  Apellido:  Cédula:  Fecha de Nacimiento:

Sexo:  Estado Civil:  Profesión:  Cargo:

Dirección:  Teléfono:  Correo Electrónico:  Fecha de Inicio de Función:

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

27. Se selecciona la opción 5. Datos de la Notaría.

**Figura 57**

*Datos Notaría*

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

28. Se selecciona Costos del trámite que corresponde a la Opción 6, la cual especifica los valores del trámite de constitución de la compañía.

**Figura 58**

*Costo del trámite*

Costos Notaría			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
ESCRITURA PÚBLICA	1	\$ 275.80	\$ 275.80
AUTENTICACION DE FIRMAS	2	\$ 11.82	\$ 23.64
Sub-Total:			\$ 299.44
IVA:			\$ 36.83
<b>Total Notaría:</b>			<b>\$ 336.27</b>

Costos Registro Mercantil			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Costos Registros de Constitución	1	\$ 0.00	\$ 0.00
Costos Gubernales de Constitución	1	\$ 32.50	\$ 32.50
Costos Registros de Nombramiento	2	\$ 25.00	\$ 50.00
Costos Gubernales de Nombramiento	2	\$ 0.00	\$ 0.00
Sub-Total:			\$ 82.50
IVA:			\$ 0.00
<b>Total Registro Mercantil:</b>			<b>\$ 82.50</b>

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

29. Se selecciona Inicio de Trámite Opción 7, se observa el trámite ingresado.

**Figura 59**

*Inicio del trámite*



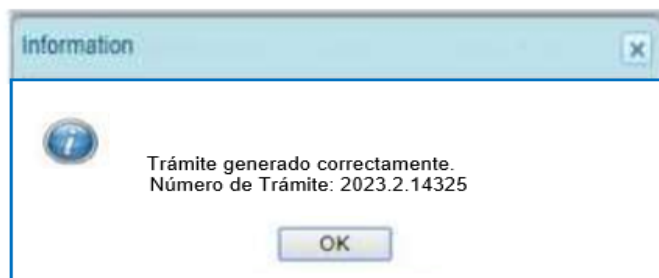
**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

Un mensaje indica el número de trámite asignado.

**Figura 60**

*Mensaje informativo*



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

b) Se debe pagar los valores de la Superintendencia de Compañías en un tiempo máximo de 30 días.

c) Realizar la apertura de la cuenta de inversión en el banco, el monto para compañía Limitada es 400 dólares.

d) Un notario debe realizar la escritura pública.

- e) La Superintendencia de compañías debe aprobar el estatuto.
- f) Hacer en el periódico la publicación respectiva.
- g) Conseguir los permisos municipales respectivos.
- h) En el Registro Mercantil subir la escritura pública y el nombramiento del representante.

### 4.3 Registros de marcas

Tabla N. 51 REGISTRO DE MARCA

Para la inscripción de una Marca se requiere realizar algunos trámites la gran mayoría se los realiza por medio de la página web y se los enuncia a continuación:

1. Búsqueda Fonética, donde permite observar si ya existe alguna marca igual a la que necesitamos inscribir.
2. Enviar un mail al siguiente correo [foneticoquito@senadi.gob.ec](mailto:foneticoquito@senadi.gob.ec) para que nos faciliten la ayuda respectiva para la búsqueda.
3. La búsqueda tiene un costo de \$16,00

**Registro de la marca**

- Ingresar en la página del SENADI: [www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)
- Seleccionar programa/servicios
- Ingresar la opción casillero virtual

Figura 61

*Solicitud Casillero Virtual*

SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES

**Solicitud Casillero Virtual**

Los campos con (\*) son obligatorios

[Manual de Uso](#)

Tipo de Persona \*:  Natural  Jurídica

Nombres del Responsable\*:

Apellidos del Responsable\*:

Tipo de Documento \*:  Cédula  Pasaporte  RUC

Número de Cédula, Pasaporte o RUC \*:

Teléfono \*:

Celular \*:

Correo \*:

Confirmar Correo \*:

¿Tiene Casillero Físico?:  Sí  No

No soy un robot 

He leído y acepto los [términos y condiciones](#) de Casilleros Virtuales

Activar Windows  
Ve a Configuración para

**Fuente:** Servicio Nacional de Derechos Intelectuales

**Elaborado por:** La autora

- 4.- Se deben llenar los datos según el casillero virtual (si es persona jurídica RUC de la empresa y si es persona natural número de la cédula)
- 5.- Llegara a su correo el usuario y contraseña posterior se debe ingresar al enlace, para que pueda realizar los cambios respectivos.
- 6.- Ingresar con el usuario y contraseña en solicitud en línea
- 7.- Ingrese a la opción PAGOS
- 8.- Seleccionar la opción generar comprobante.
- 9.- Llenamos la información según la planilla, se ingresa el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
- 10.- Se genera el comprobante respectivo.
- 11.- Se imprime el comprobante.
- 12.- Enviamos por mail a la dirección siguiente: foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el nombre exacto de la marca, adjuntando todos los documentos de pago.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

## Figura 62

### *Solicitud en Línea*

INICIO

SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES

Solicitudes en Línea

Para acceder a Solicitudes en Línea debe hacerlo con las credenciales de su casillero virtual.  
Si aún no es usuario de nuestros servicios puede registrarse [aquí](#)

Usuario :

Contraseña :

Acceder

**Fuente:** Servicio Nacional de Derechos Intelectuales

**Elaborado por:** La autora

**Tabla N.- 52 PAGO DE MARCAS**

No.	CÓDIGO	CONCEPTO DE TASA	VALOR
1	S1.1	Trámite de solicitudes de registro, inscripción o concesión de derecho de Marcas.	\$208,00

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

#### 4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

Para poner en funcionamiento el negocio o la empresa que se va a formar se debe cumplir los siguientes requisitos en las distintas instituciones públicas que son:

#### LUAE

**Tabla N.- 53 LUAE**

<p><b>LUAE</b></p> <p>Es el permiso de funcionamiento que otorga el GAD del Distrito Metropolitano de Quito, para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en la ciudad de Quito, el cual contiene un código QR que permite a las Entidades de Control comprobar la veracidad del documento.</p> <p>Puede ser otorgado por la Administración Zonal (Categoría 1 – Simplificado y Categoría 2 - Ordinario), Secretaría de Seguridad y Gobernabilidad (Categoría 3 - Especial ICUS Permitido) y la Secretaría de Territorio Hábitat y Vivienda (Categoría 3 – Especial ICUS Prohibido).</p> <p>El permiso de funcionamiento, se sujeta a diferentes tipos de inspección por parte de los componentes de LUAE, quienes son las dependencias municipales que emiten las autorizaciones administrativas que integran la LUAE: Cuerpo de Bomberos, Quito Turismo, Secretaría de Movilidad y Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda.</p> <p>Actualmente el otorgamiento de LUAE se maneja mediante dos procesos: Emisión y Renovación.</p> <p><b>EMISIÓN</b></p> <p>Es el proceso establecido para realizar actividades económicas nuevas que se desarrollan en un negocio o establecimiento que no cumplieron con las renovaciones continuas.</p> <p><b>RENOVACIÓN</b></p> <p>Es un proceso de forma anual decretado para actividades económicas que se desarrollan en un establecimiento y que cuentan con la LUAE otorgada el año inmediato anterior.</p> <p><b>¿A quién está dirigido?</b></p> <p>Está dirigido a personas naturales o jurídicas que realizan una actividad económica en un establecimiento ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito: que abarca desde pequeños comercios hasta grandes industrias.</p> <p>Dirigido a: Persona Natural (ecuatoriana), Persona Natural (extranjera), Persona Jurídica (privada) y Persona Jurídica (pública).</p>
---



### **¿Qué necesito para hacer el trámite?**

#### **Requisitos Obligatorios:**

Previo a la solicitud de LUAE, deben cumplir con el registro de Patente Municipal, el pago de dicho impuesto y Tasas relacionadas con el desarrollo de su actividad económica, del año inmediato anterior siempre y cuando sea exigible. Adicional debe conocer el número de predio del establecimiento en donde realiza la actividad económica. El proceso de solicitud se realizará exclusivamente en línea a través del Portal de Servicios Municipales <https://pam.quito.gob.ec>\_ opción LUAE DIGITAL, ingresando con las credenciales habilitadas al momento de cumplir con el registro de Patente.

### **¿Cuál es el costo del trámite?**

El trámite no tiene ningún costo.

### **¿Cómo hago el trámite?**

- 30 Se accede al portal: [pam.quito.gob.ec](https://pam.quito.gob.ec) en la opción: "LUAE Digital".
- 31 Digitar el número de RUC y la respectiva clave de la patente municipal.
- 32 Seleccionar el tipo de trámite que se va a realizar; "RENOVACIÓN" o "EMISIÓN".
- 33 Ingresar y validar los datos solicitados como son: información general, predio, dirección y actividad económica.
- 34 Generar la solicitud LUAE y cumplir con todos los pasos detallados en la parte inferior del documento, según el procedimiento correspondiente.
- 35 Al final recibirá la LUAE Digital al correo electrónico registrado al inicio de la solicitud.

**Fuente:** LUAE

**Elaborado por:** La autora

## SRI

Tabla N.- 54 SRI

<p>Apertura del Ruc requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cédula de identidad (Presentación).</li><li>• Certificado de votación (Presentación).</li><li>• Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.</li><li>• Acto administrativo que lo acredite como representante legal, emitido por la máxima autoridad.</li><li>• Publicación en el Registro Oficial del Decreto Ejecutivo.</li><li>• Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público.</li></ul>
---

**Fuente:** SRI

**Elaborado por:** La autora

## MUNICIPIO

Tabla N.- 55 MUNICIPIO

<p>Patente requisitos: personas jurídicas</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Copia del RUC</li><li>• Copias de los documentos de Constitución (Escritura, Estatutos, Acuerdo Ministerial)</li><li>• Copia del Nombramiento del Representante Legal</li><li>• Copia de Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal</li><li>• Formulario de inscripción en el RAET (Registro de Actividades Económicas para la Gestión Tributaria).</li><li>• Formulario del Acuerdo para uso de Medios Electrónicos.</li></ul>
--

**Fuente:** MUNICIPIO

**Elaborado por:** La autora

## PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Tabla N.- 56 EMISIÓN DEL INFORME DE COMPATIBILIDAD DE USO DE SUELO (ICUS)

<p><b>Emisión del informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (ICUS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Número de predio.</li></ul> <p>Número de predio en donde se va implantar la actividad económica</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Actividad económica (CIU + parámetro).</li></ul> <p>Descripción de la actividad económica que va a desarrollar o desarrolla dentro del establecimiento.</p>
--

**Fuente:** ICUS

**Elaborado por:** La autora

## IESS

Tabla N.- 57 IESS

<p><b>Requisitos para apertura del Empleador:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ingresar a la página web del IESS <a href="http://www.iess.gob.ec">www.iess.gob.ec</a>.</li><li>• Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.</li><li>• Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).</li><li>• Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.</li><li>• Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.</li><li>• Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.</li><li>• Copia del RUC</li><li>• Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.</li><li>• Llenar el formulario de la cédula de Inscripción Patronal.</li></ul>
---

**Fuente:** IESS

**Elaborado por:** La autora

## MSP – MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

Tabla N.- 58 MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

- Registro Único de Contribuyentes (RUC) activo
- Solicitud de permiso de funcionamiento
- Permisos de funcionamiento
- Copias de los documentos de Constitución (Escritura, Estatutos, Acuerdo Ministerial)
- Copia del Nombramiento del Representante Legal
- Comprobante de pago.

**Fuente:** MSP

**Elaborado por:** La autora

## Permisos de funcionamiento Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA

Tabla N.- 59 ARCSA

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

**Fuente:** ARCSA

**Elaborado por:** La autora

## BOMBEROS

Tabla N.- 60 BOMBEROS

**Requisitos:**

- 1.- Solicitud de la inspección respectiva dirigida a la Jefatura del Cuerpo de Bomberos.
- 2.- Inspección favorable del informe técnico.
- 3.- Entregar copia del certificado de uso de suelo.
- 4.- Una copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación.
- 5.- Una copia del RUC o RISE según sea el caso.
- 6.- El Art.29 del Reglamento de Prevención, Mitigación y Prevención Contra Incendio. Indica que el extintor de 10 libras de polvo químico seco (ABC) debe haber uno por cada 50m<sup>2</sup>, instalado a 1,50 de altura y con la respectiva señalética de uso y manejo
- 7.- El Art.21 del Reglamento de Prevención, Mitigación y Prevención Contra Incendios indica que las lámparas de emergencias deben ser instaladas en las respectivas rutas de evacuación y salidas de emergencias
- 8.- El letrero del ECU 911 debe ser normado por la Secretaria de Gestión de Riesgos.
- 9.- Se debe presentar un plan de emergencias y evacuación, debidamente firmada por un profesional del área de Seguridad Industrial o Gestión de Riesgos, si el aforo del establecimiento comercial es superior a 10 personas, o su dimensión es mayor a 100m<sup>2</sup>.
- 10.- Se debe realizar un Plan de Emergencias y Evacuación, si el establecimiento es considerado de alto riesgo debido a los productos de comercialización y/o cargas caloríficas
- 11.- Copia del contrato de arrendamiento registrado en la Jefatura de Avalúos y Catastros.

**Fuente:** BOMBEROS

**Elaborado por:** La autora

**CAPITULO V**  
**5 Evaluación Financiera**

**5.1 Objetivos del capítulo**

Elaborar el plan de inversiones utilizando los gastos y cálculos de los costos con el apoyo a través del uso de indicadores con el fin de lograr proyectar los estados de ganancias y pérdidas.

**5.2 Plan de inversiones**

Tabla N.- 61 PLAN DE INVERSIONES

<b>PLAN INVERSIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL (USD)</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 19.588,92</b>
<b>Instalaciones</b>			<b>\$ 658,00</b>
Instalaciones eléctricas	8	\$ 25,00	\$ 200,00
Remodelaciones	1	\$ 458,00	\$ 458,00
<b>Muebles y enseres</b>			<b>\$ 1.780,00</b>
Escritorios	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Sillas de Oficina	3	\$ 110,00	\$ 330,00
Sillas	8	\$ 40,00	\$ 320,00
Mesas de aluminio	2	\$ 115,00	\$ 230,00
Asientos 3 personas	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Asientos 2 personas	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>Equipos de Computación</b>			<b>\$ 2.490,00</b>
Computadora	3	\$ 700,00	\$ 2.100,00
Impresora	1	\$ 390,00	\$ 390,00
<b>Herramientas</b>			<b>\$ 270,00</b>
Bandejas de aluminio	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Utensilios de cocina	1	\$ 190,00	\$ 190,00
<b>Maquinaria y equipo</b>			<b>\$ 4.390,92</b>
Soplete chamuscador	1	\$ 33,95	\$ 33,95
Cortador manual de huesos	1	\$ 279,99	\$ 279,99
Cocina industrial	1	\$ 420,00	\$ 420,00
Olla a presión	1	\$ 254,82	\$ 254,82
Batidora eléctrica	1	\$ 73,16	\$ 73,16
Licuada	1	\$ 129,00	\$ 129,00
Refrigerador Industrial Vertical	1	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00

<b>Edificio (Local comercial)</b>			<b>\$ 23.000,00</b>
Local comercial	1	\$ 23.000,00	\$ 23.000,00
<b>Vehículo</b>			<b>\$ 10.000,00</b>
Vehículo	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>\$ 900,00</b>
<b>Gastos de Constitución</b>			<b>\$ 900,00</b>
Honorarios	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Gastos de Constitución	1	\$ 700,00	\$ 700,00
<b>Capital de trabajo (3 meses)</b>			<b>\$ 12.345,83</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 65.834,75</b>

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

Tabla N.- 62 CAPITAL DE TRABAJO

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>			<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Trimestral</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>				<b>\$ 1.172,86</b>	<b>\$ 3.518,58</b>
<b>Materia Prima Directa</b>				\$ 399,68	\$ 1.199,04
Pata de res	Libras	80	\$ 1,80	\$ 144,00	\$ 432,00
Guayaba	Unidades	480	\$ 0,20	\$ 96,00	\$ 288,00
Naranja	Unidades	960	\$ 0,083	\$ 79,68	\$ 239,04
Mora	Libras	80	\$ 1,00	\$ 80,00	\$ 240,00
<b>Materia Prima Indirecta</b>				\$ 175,00	\$ 525,00
Envases	Unidades	2.500	\$ 0,05	\$ 125,00	\$ 375,00
Etiquetas	Unidades	2.500	\$ 0,02	\$ 50,00	\$ 150,00
<b>Mano de Obra Directa</b>			\$ 598,18	\$ 598,18	\$ 1.794,54
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>				<b>\$ 117,70</b>	<b>\$ 353,10</b>
Servicios básicos			\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 240,00
Suministros de Limpieza				\$ 37,70	\$ 113,10
Jabón para manos	Unidades	1	\$ 2,40	\$ 2,40	\$ 7,20
Papel higiénico (Paquete)	Unidades	1	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 21,00
Escoba	Unidades	1	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 13,50
Trapeador	Unidades	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 18,00
Lava vajillas	Unidades	1	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 9,00
Funda de basura	Unidades	1	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 7,50
Recogedor de basura	Unidades	1	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 10,50
Desinfectante	Unidades	1	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 10,50
Guantes de caucho (par)	Unidades	1	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 5,40
Spray de olores	Unidades	1	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 10,50
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				<b>\$ 2.076,54</b>	<b>\$ 6.229,61</b>
Suministros de Oficina				\$ 282,00	\$ 846,00
Hojas de papel Bond (Resma)	Unidades	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 15,00

Clips	Unidades	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 18,00
Grapadora	Unidades	3	\$ 6,00	\$ 18,00	\$ 54,00
Perforadora	Unidades	3	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 45,00
Tinta de impresora	Unidades	4	\$ 11,00	\$ 44,00	\$ 132,00
Calculadora	Unidades	2	\$ 7,00	\$ 14,00	\$ 42,00
Carpetas de plástico	Unidades	5	\$ 4,00	\$ 20,00	\$ 60,00
Teléfono	Unidades	4	\$ 40,00	\$ 160,00	\$ 480,00
Sueldos y Salarios			\$ 1.794,54	\$ 1.794,54	\$ 5.383,61
<b>GASTOS DE VENTA</b>				<b>\$ 748,18</b>	<b>\$ 2.244,54</b>
Vendedor			\$ 598,18	\$ 598,18	\$ 1.794,54
Publicidad			\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 450,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 12.345,83</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

Nota: En el cuadro de inversión se indica el detalle del monto que se va a invertir en toda la producción y comercialización para elaborar el colágeno de pata de res, la cual indica que se necesita una inversión de \$ 65834,75 para la implementación de la empresa y un capital de trabajo de tres meses.

### 5.3 Cálculo de Costos y Gastos

#### 5.3.1 Mano de Obra

Tabla N.- 63 CÁLCULO DE MANO DE OBRA

No	Cargo	No. D.T.	Sueldo Base	Décimo 3er Sueldo	Décimo 4to. Sueldo	Aportes IESS	Vacaciones	Costo
1	Operario	20	450,00	37,50	35,42	50,175	25,09	598,18
<b>TOTAL</b>			<b>450,00</b>	<b>37,50</b>	<b>35,42</b>	<b>50,18</b>	<b>25,09</b>	<b>598,18</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**COSTO MENSUAL MANO DE OBRA = \$598,18**

**Nota:** El costo de mano de obra que compete de forma mensual al operario que labora en el área de producción es de 598,18 dólares.



Tabla N.- 64 CÁLCULOS DEL ROL PERSONAL ADMINISTRATIVO

No	Cargo	No. D.T.	Sueldo Base	Décimo 3er Sueldo	Décimo 4to. Sueldo	Aportes IESS	Vacaciones	Costo
1	Gerente	20	450,00	37,50	35,42	50,175	25,09	598,18
2	Asistente Administrativo	20	450,00	37,50	35,42	50,175	25,09	598,18
3	Vendedor	20	450,00	37,50	35,42	50,175	25,09	598,18
<b>TOTAL</b>			<b>1350,00</b>	<b>112,50</b>	<b>106,25</b>	<b>150,53</b>	<b>75,26</b>	<b>1794,54</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**COSTO MENSUAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y VENTAS = \$1794,54**

**Nota:** El valor que corresponde de forma mensual al personal administrativo y ventas que la componen el Gerente, Asistente Administrativo y el Vendedor es de 1794,54 dólares.

### 5.3.2 Depreciación

Tabla N.- 65 CÁLCULO DE LAS DEPRECIACIONES

ACTIVO FIJO	% Deprec.	Años Vida Útil
Muebles y Enseres	10%	10
Maquinaria	10%	10
Equipo de Computo	33,33%	3

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Nota:** En la tabla se indica la vida útil que mantiene cada activo a través de la vida de servicio para obtener su valor anual.

### 5.3.3 Proyección de la depreciación

Tabla N.- 66 PROYECCION DE LA DEPRECIACION

DESCRIPCIÓN	VALOR	% DEPRECIACIÓN	VALOR DEP. AÑO 1°	VALOR DEP. AÑO 2	VALOR DEP. AÑO 3°	VALOR DEP. AÑO 4	VALOR DEP. AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	1.780,00	10%	178,00	178,00	178,00	178,00	178,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2.490,00	33,33%	829,92	829,92	829,92		
MAQUINARIA	4.390,92	10%	439,09	439,09	439,09	439,09	439,09
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>			<b>1.447,01</b>	<b>1.447,01</b>	<b>1.447,01</b>	<b>617,09</b>	<b>617,09</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Nota:** El valor de muebles y enseres, equipos de computación y maquinaria se proyectará para 5 años estos valores se obtuvieron del cuadro de la depreciación ya que la misma se produce por la utilización propia de los activos de la organización tomando en cuenta sus años de vida útil.

### 5.3.4 Detalle de Costos

Tabla N.- 67 DETALLE DE COSTOS - PRODUCCIÓN

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL (USD)
<b>COSTOS DIRECTOS</b>		
Materia Prima Directa	\$ 399,68	\$ 4.796,16
Materia Prima Indirecta	\$ 175,00	\$ 2.100,00
Mano de Obra Directa	\$ 598,18	\$ 7.178,15
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 574,68</b>	<b>\$ 14.074,31</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		
Servicios básicos	\$ 80,00	\$ 960,00
Suministros de Limpieza	\$ 37,70	\$ 452,40
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 117,70</b>	<b>\$ 1.412,40</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 692,38</b>	<b>\$ 15.486,71</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

Nota: Para realizar la tabla del detalle de costos de producción se toma lo siguiente: Materia Prima, la Mano de Obra (sueldo del operario) y Costos Indirectos (Suministros de limpieza y Servicios Básicos), todos estos elementos se requieren para elaborar el colágeno de pata de res, el costo mensual es de \$692,38 dólares y el costo anual es \$15486,71 dólares.

### 5.3.5 Proyección de Costos

Luego de que se obtiene el costo mensual, se debe realizar la proyección anual, para ello se utilizara los indicadores que reflejen los valores a través de su vida útil, con la característica que ya se planteó la división de costos variable y fijos. La tasa promedio de inflación que se utilizó es de 0,68% para realizar la proyección a 5 años datos obtenidos del (BANCO MUNDIAL).

Tabla N.- 68 PROYECCIÓN DE COSTOS

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
<b>COSTOS DIRECTOS</b>						
Materia Prima Directa	\$ 399,68	4.796,16	4.796,49	4.796,81	4.797,14	4.797,46
Materia Prima Indirecta	\$ 175,00	2.100,00	2.100,14	2.100,29	2.100,43	2.100,57
Mano de Obra Directa	\$ 598,18	7.178,15	7.178,64	7.179,13	7.179,61	7.180,10
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.172,86</b>	<b>\$ 14.074,31</b>	<b>\$ 14.075,27</b>	<b>\$ 14.076,22</b>	<b>\$ 14.077,18</b>	<b>\$ 14.078,14</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>						
Servicios básicos	\$ 80,00	960,00	960,07	960,13	960,20	960,26
Suministros de Limpieza	\$ 37,70	452,40	452,43	452,46	452,49	452,52
-	\$ -	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 117,70</b>	<b>\$ 1.412,40</b>	<b>\$ 1.412,50</b>	<b>\$ 1.412,59</b>	<b>\$ 1.412,69</b>	<b>\$ 1.412,78</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 1.290,56</b>	<b>\$ 15.486,71</b>	<b>\$ 15.487,76</b>	<b>\$ 15.488,82</b>	<b>\$ 15.489,87</b>	<b>\$ 15.490,92</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

### 5.3.6 Detalle de Gastos

Tabla N.- 69 DETALLE DE GASTOS

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Suministros de Oficina	\$ 282,00	3.384,00
Sueldos y Salarios	\$ 1.794,54	21.534,45
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.076,54</b>	<b>\$ 24.918,45</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>		
Vendedor	\$ 598,18	7.178,16
Publicidad	\$ 150,00	1.800,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 748,18</b>	<b>\$ 8.978,16</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 2.824,72</b>	<b>\$ 33.896,61</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Nota:** Los gastos de la empresa son los siguientes: gastos administrativos por un valor anual de \$24918,45 gastos de ventas por un valor anual de \$8978,16, obteniendo un total de \$33896,61 de gastos de la empresa.

### 5.3.7 Proyección Gastos

Tabla N.- 70 PROYECCIÓN GASTOS

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
Suministros de Oficina	\$ 282,00	3.384,00	3.384,23	3.384,46	3.384,69	3.384,92
Sueldos y Salarios	\$ 1.794,54	21.534,45	21.535,91	21.537,38	21.538,84	21.540,31
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.076,54</b>	<b>\$ 24.918,45</b>	<b>\$ 24.920,14</b>	<b>\$ 24.921,84</b>	<b>\$ 24.923,53</b>	<b>\$ 24.925,23</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>						
Vendedor	\$ 598,18	7.178,16	7.178,65	7.179,14	7.179,62	7.180,11
Publicidad	\$ 150,00	1.800,00	1.800,12	1.800,24	1.800,37	1.800,49
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 748,18</b>	<b>\$ 8.978,16</b>	<b>\$ 8.978,77</b>	<b>\$ 8.979,38</b>	<b>\$ 8.979,99</b>	<b>\$ 8.980,60</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 2.824,72</b>	<b>\$ 33.896,61</b>	<b>\$ 33.898,91</b>	<b>\$ 33.901,22</b>	<b>\$ 33.903,53</b>	<b>\$ 33.905,83</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Nota:** La tasa de inflación para la proyección de gastos es de 0,68% para los 5 años información tomada del (BANCO MUNDIAL).

## 5.4 Plan de Financiamiento

Las necesidades de inversión propuestas en el numeral anterior deben ser financieramente satisfechas, para lo que se presenta un resumen de la inversión que se requiere, así como las fuentes posibles de utilización:

### 5.4.1 Forma de financiamiento

La empresa HECA cuenta con recursos propios, en efectivo el valor es de \$9451,06, Activo Fijo 33000,00 y en bienes (venta de vehículo) \$23383,69 con lo cual queda cubierta la inversión total de \$ 65834,75,02 para solventar la Elaboración y Comercialización de Colágeno Natural a base de pata de res con sabores a guayaba, naranja y mora en el sector norte de Quito.

Tabla N.- 71 PLAN DE FINANCIAMIENTO

PLAN DE FINANCIAMIENTO			
DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	% SOCIOS	TOTAL USD
<b>Recursos Propios</b>			
<b>Aportación de Socios</b>			<b>65.834,75</b>
Efectivo	9.451,06	14%	
Activo fijo	33.000,00	50%	
Bienes (venta de vehículo)	23.383,69	36%	
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>65.834,75</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Nota:** Para el Plan de Financiamiento para la elaboración y comercialización del colágeno de pata de res se requiere de \$65834,75 para lo cual se utilizará recursos propios en efectivo cuyo valor es de \$9451,06, Activo Fijo \$33000,00 y se complementa con un

Bien (venta de vehículo) cuyo valor es de \$23383,69.

## 5.5 Cálculo de Ingresos

Para saber el valor respectivo que genera la venta de colágeno de pata de res y su ganancia se deben pagar los costos y gastos que genera la producción.

Tabla N.- 72 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA UNITARIO

Productos	MP	MO	CIF	Costo Total	Unidades	Margen de Utilidad		Precio de Venta Unitario
				(mensual)		(mensual)	\$	
Colágeno	\$574,68	\$598,18	\$117,70	\$1290,56	1600	\$1114,27	86,34%	\$5,00
<b>TOTALES</b>	<b>\$574,68</b>	<b>\$598,18</b>	<b>\$117,70</b>	<b>\$1290,56</b>	<b>1600</b>	<b>\$1114,27</b>	<b>86,34%</b>	<b>\$5,00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

### Cálculos para determinar el precio de venta unitario

#### **Materia Prima (MP valor diario)**

4 patas de res \$7,20

24 guayabas \$4,00

48 naranjas \$4,00

4 lbs mora \$4,00

**TOTAL** \$19,20

19,20/80 = \$0,24

#### **Mano Obra (MO)**

598,18/1600 = \$0,37

#### **Costos Indirectos de fabricación (CIF)**

117,70/1600= \$0,073

#### **Costos de Producción**

MP+ MO+ CIF = 0,24+0,37+0,073 = \$0,683

#### **Ganancia**

Ganancia = (PVP-CP) / PVP = (\$5-\$0,683) / \$5 = 0,8634 x 100 = 86,34%

Tabla N.- 73 CÁLCULO DEL INGRESO ANUAL

<b>Precio de Venta Unitario</b>	<b>Unidades Producidas (anuales)</b>	<b>Ingresos del primer año</b>
\$5,00	19200,00	96000,00
<b>\$5,00</b>	<b>19200,00</b>	<b>96000,00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Nota:** A fin de que la empresa desarrolle se sabe varios datos como son: el precio de venta unitario de \$5,00, con 1600 unidades mensuales, se genera \$8000,00 de costos mensuales, obteniendo como ingresos del primer año el valor de \$96000,00.

### 5.5.1 Proyección de Ingresos

Para realizar la proyección de ingresos se utiliza la tasa promedio de inflación que es de 0,68 % datos obtenidos por el (BANCO MUNDIAL).

Tabla N.- 74 PROYECCIÓN DE INGRESOS 5 AÑOS

	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>INGRESO ANUAL</b>
<b>AÑO 1</b>	Colágeno	1600	19200	\$5,00	\$8.000,00	\$96.000,00
	<b>TOTAL</b>	<b>1.600</b>	<b>19.200</b>	<b>\$5,00</b>	<b>\$8.000,00</b>	<b>\$96.000,00</b>
<b>AÑO 2</b>	Colágeno	1633,6	19603	\$5,03	\$8.223,54	\$98.682,51
	<b>TOTAL</b>	<b>1.634</b>	<b>19.603</b>	<b>\$5,03</b>	<b>\$8.223,54</b>	<b>\$98.682,51</b>
<b>AÑO 3</b>	Colágeno	1668	19603	\$5,07	\$8.453,33	\$101.439,97
	<b>TOTAL</b>	<b>1.668</b>	<b>19.603</b>	<b>\$5,07</b>	<b>\$8.453,33</b>	<b>\$101.439,97</b>
<b>AÑO 4</b>	Colágeno	1702,9	19603	\$5,10	\$8.689,54	\$104.274,49
	<b>TOTAL</b>	<b>1.703</b>	<b>19.603</b>	<b>\$5,10</b>	<b>\$8.689,54</b>	<b>\$104.274,49</b>
<b>AÑO 5</b>	Colágeno	1739	19603	\$5,14	\$8.932,35	\$107.188,21
	<b>TOTAL</b>	<b>1.739</b>	<b>19.603</b>	<b>\$5,14</b>	<b>\$8.932,35</b>	<b>\$107.188,21</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Nota:** Para realizar la proyección de ingresos, se conoce que la tasa de crecimiento poblacional es de 2,10 % dato obtenido por el (INEC 2023), dando como resultado para el primer año el valor de \$96000,00, el valor de \$98682,51 para el segundo año, \$101439,97 para el tercer año, \$104274,49 para el cuarto año y \$107188,21 para el quinto año.

## 5.6 Punto de Equilibrio

Tabla N.- 75 DATOS DE LA EMPRESA PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO

Descripción	Costo Fijo ANUAL	Costo Variable ANUAL	Costo Total
Costos	\$ 1.412,40	\$ 14.074,31	\$ 15.486,71
Gasto administrativo	\$ 33.896,61		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 35.309,01</b>	<b>\$ 14.074,31</b>	<b>\$ 49.383,32</b>
Ingresos Totales			\$ 96.000,00
Unidades de Producto			19.200
Precio de Venta Unitario			\$ 5,00
Costo variable			\$ 14.074,31
<b>Costo Variable Unitario</b>			<b>\$ 0,73</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

$Q_e$  = Cantidad de equilibrio

$Q_e$  = Costos fijo / Precio Vta. Unit- Costo Variable Unit)

$Q_e = 35309,01 / 4,27 = 8274,97$  unidades vendidas

<b>Ingreso de equilibrio</b>	\$ 41.375	precio x cantidad de equilibrio
------------------------------	-----------	---------------------------------

### Punto de Equilibrio en porcentaje

P.E.% = Punto de equilibrio \$ X 100% / Ingresos Totales

P.E.% =  $41375 \times 100 \% / 96000$

**P.E.% = 45%**

Tabla N.- 76 DATOS PARA GRAFICAR EL PUNTO DE EQUILIBRIO

UNIDADES VENDIDAS	Costo total	Ingreso por ventas	Costo Fijo	Costo Variable
0,00	\$ 35.309	\$ -	\$ 35.309	\$ -
344,79	\$ 35.562	\$ 1.724	\$ 35.309	\$ 253
689,58	\$ 35.814	\$ 3.448	\$ 35.309	\$ 505
1034,37	\$ 36.067	\$ 5.172	\$ 35.309	\$ 758
1379,16	\$ 36.320	\$ 6.896	\$ 35.309	\$ 1.011
1723,95	\$ 36.573	\$ 8.620	\$ 35.309	\$ 1.264
2068,74	\$ 36.825	\$ 10.344	\$ 35.309	\$ 1.516



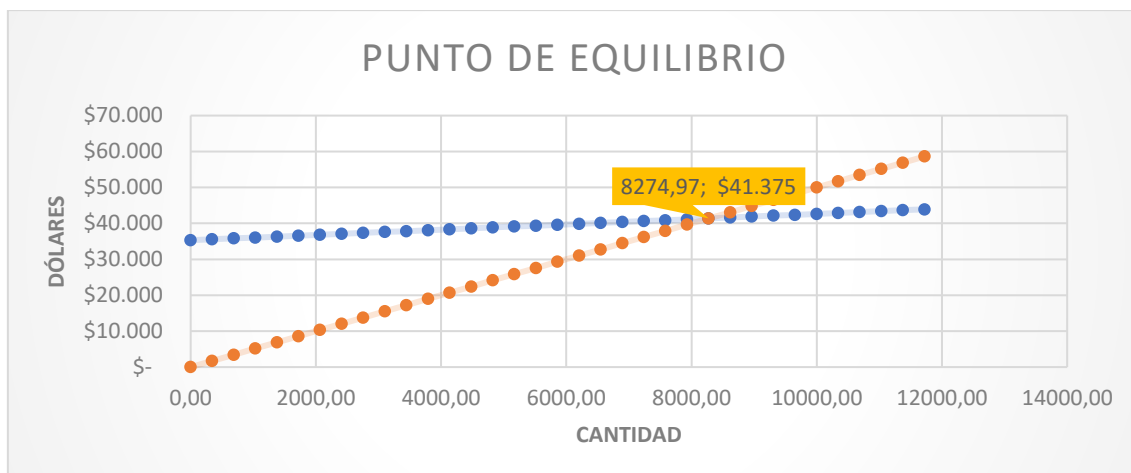
2413,53	\$ 37.078	\$ 12.068	\$ 35.309	\$ 1.769
2758,32	\$ 37.331	\$ 13.792	\$ 35.309	\$ 2.022
3103,12	\$ 37.584	\$ 15.516	\$ 35.309	\$ 2.275
3447,91	\$ 37.836	\$ 17.240	\$ 35.309	\$ 2.527
3792,70	\$ 38.089	\$ 18.963	\$ 35.309	\$ 2.780
4137,49	\$ 38.342	\$ 20.687	\$ 35.309	\$ 3.033
4482,28	\$ 38.595	\$ 22.411	\$ 35.309	\$ 3.286
4827,07	\$ 38.847	\$ 24.135	\$ 35.309	\$ 3.538
5171,86	\$ 39.100	\$ 25.859	\$ 35.309	\$ 3.791
5516,65	\$ 39.353	\$ 27.583	\$ 35.309	\$ 4.044
5861,44	\$ 39.606	\$ 29.307	\$ 35.309	\$ 4.297
6206,23	\$ 39.858	\$ 31.031	\$ 35.309	\$ 4.549
6551,02	\$ 40.111	\$ 32.755	\$ 35.309	\$ 4.802
6895,81	\$ 40.364	\$ 34.479	\$ 35.309	\$ 5.055
7240,60	\$ 40.617	\$ 36.203	\$ 35.309	\$ 5.308
7585,39	\$ 40.869	\$ 37.927	\$ 35.309	\$ 5.560
7930,18	\$ 41.122	\$ 39.651	\$ 35.309	\$ 5.813
<b>8274,97</b>	<b>\$ 41.375</b>	<b>\$ 41.375</b>	<b>\$ 35.309</b>	<b>\$ 6.066</b>
8619,77	\$ 41.628	\$ 43.099	\$ 35.309	\$ 6.319
8964,56	\$ 41.880	\$ 44.823	\$ 35.309	\$ 6.571
9309,35	\$ 42.133	\$ 46.547	\$ 35.309	\$ 6.824
9654,14	\$ 42.386	\$ 48.271	\$ 35.309	\$ 7.077
9998,93	\$ 42.639	\$ 49.995	\$ 35.309	\$ 7.330
10343,72	\$ 42.891	\$ 51.719	\$ 35.309	\$ 7.582
10688,51	\$ 43.144	\$ 53.443	\$ 35.309	\$ 7.835
11033,30	\$ 43.397	\$ 55.166	\$ 35.309	\$ 8.088
11378,09	\$ 43.650	\$ 56.890	\$ 35.309	\$ 8.341
11722,88	\$ 43.902	\$ 58.614	\$ 35.309	\$ 8.593

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Figura 63**

*Punto de Equilibrio*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

### 5.7 Estado de Resultados Proyectado

Tabla N.- 77 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	INGRESOS	96.000,00	98.682,51	101.439,97	104.274,49	107.188,21
(-)	COSTO DE VENTAS	15.486,71	15.487,76	15.488,82	15.489,87	15.490,92
(=)	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>80.513,29</b>	<b>83.194,75</b>	<b>85.951,16</b>	<b>88.784,62</b>	<b>91.697,29</b>
(-)	<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>33.896,61</b>	<b>33.898,91</b>	<b>33.901,22</b>	<b>33.903,53</b>	<b>33.905,83</b>
	GASTOS ADMINISTRATIVOS	24.918,45	24.920,14	24.921,84	24.923,53	24.925,23
	GASTOS DE VENTAS	8.978,16	8.978,77	8.979,38	8.979,99	8.980,60
(=)	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>46.616,68</b>	<b>49.295,83</b>	<b>52.049,94</b>	<b>54.881,10</b>	<b>57.791,46</b>
(-)	15% Participación trabajadores	6.992,50	7.394,37	7.807,49	8.232,16	8.668,72
(=)	<b>UTILIDAD POST PARTICIPACION TRABAJADORES</b>	<b>39.624,18</b>	<b>41.901,46</b>	<b>44.242,45</b>	<b>46.648,93</b>	<b>49.122,74</b>
(-)	25% Impuesto a la Renta	9.906,04	10.475,36	11.060,61	11.662,23	12.280,69
(=)	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>29.718,13</b>	<b>31.426,09</b>	<b>33.181,84</b>	<b>34.986,70</b>	<b>36.842,06</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Nota:** Existe un crecimiento cada año lo cual indica que la empresa HECA dedicada a la producción y venta de colágeno de pata de res tiene rendimiento.

## 5.8 Flujo de Caja

Tabla N.- 78 FLUJO DE CAJA

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>A</b>	<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>65.834,75</b>	<b>96.000,00</b>	<b>98.682,51</b>	<b>101.439,97</b>	<b>104.274,49</b>	<b>107.188,21</b>
	Recursos propios	65.834,75					
	Ingresos por venta	-	96.000,00	98.682,51	101.439,97	104.274,49	107.188,21
<b>B</b>	<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>49.383,32</b>	<b>49.386,68</b>	<b>49.390,04</b>	<b>49.393,39</b>	<b>49.396,75</b>
	Costos de Operación		14.074,31	14.075,27	14.076,22	14.077,18	14.078,14
	CIF		1.412,40	1.412,50	1.412,59	1.412,69	1.412,78
	Gastos de Administración		24.918,45	24.920,14	24.921,84	24.923,53	24.925,23
	Gastos de Ventas		8.978,16	8.978,77	8.979,38	8.979,99	8.980,60
<b>C</b>	<b>FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>		<b>46.616,68</b>	<b>49.295,83</b>	<b>52.049,94</b>	<b>54.881,10</b>	<b>57.791,46</b>
<b>D</b>	<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>E</b>	<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>-</b>	<b>16.898,55</b>	<b>17.869,74</b>	<b>18.868,10</b>	<b>19.894,40</b>	<b>20.949,40</b>
	Pago de participación de utilidades		6.992,50	7.394,37	7.807,49	8.232,16	8.668,72
	Pago 25% Impuesto a la Renta		9.906,04	10.475,36	11.060,61	11.662,23	12.280,69
<b>F</b>	<b>FLUJO NO OPERACIONAL(D -E)</b>		<b>-16.898,55</b>	<b>-17.869,74</b>	<b>-18.868,10</b>	<b>-19.894,40</b>	<b>-20.949,40</b>
<b>G</b>	<b>FLUJO NETO GENERAL (C-F)</b>	<b>65.834,75</b>	<b>29.718,13</b>	<b>31.426,09</b>	<b>33.181,84</b>	<b>34.986,70</b>	<b>36.842,06</b>
(+)	DEPRECIACIONES		1.447,01	1.447,01	1.447,01	617,09	617,09
<b>J</b>	<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-65.834,75</b>	<b>31.165,14</b>	<b>32.873,10</b>	<b>34.628,85</b>	<b>35.603,79</b>	<b>37.459,15</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Nota:** Se observa en el Flujo Neto de Caja que el primer año tiene valor negativo, la recuperación de la inversión de la empresa HECA, se da desde el segundo año en adelante para la comercialización y producción del colágeno en base a la pata de res.

## EVALUACIÓN FINANCIERA

### 5.9 Evaluación financiera

La evaluación financiera nos posibilita analizar el proyecto utilizando indicadores para tomar decisiones basadas en los resultados esperados a futuro. Aunque esta evaluación proporciona una visión clara, se reconoce que las herramientas utilizadas para evaluar el mercado pueden tener limitaciones y presentar ventajas y desventajas evidentes.

#### 5.9.1 Indicadores

Los indicadores financieros nos permiten realizar un análisis de los resultados económicos basados en los componentes del balance general y el estado de resultados.

Además, se han obtenido datos relevantes para el año 2023, que incluyen una tasa de inflación del 0,68% (BANCO MUNDIAL) y una tasa de interés pasiva proporcionada por el Banco Central del 1,0692%. Estos datos son fundamentales para realizar cálculos financieros y tomar decisiones informadas en el contexto de la economía actual.

#### 5.9.2 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un indicador que se basa en el flujo de efectivo y la tasa de descuento (TMAR) para determinar si el proyecto será rentable y viable en el futuro. Si el VAN es positivo, se certifica que el proyecto puede generar beneficios netos en términos monetarios a lo largo del tiempo considerado. En cambio, un VAN negativo podría indicar que el proyecto no es viable financieramente bajo las condiciones y la tasa de rendimiento establecida.

**TMAR= Tasa de inflación + Tasa Pasiva Referencial (Tasa de inflación\* Tasa pasiva referencial).**

Tabla N 79.- Calculo de TMAR

Inflación	0,0068
Tasa de interés pasiva banco central	0,0692
<b>TMAR=</b>	<b>7,65%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

Para realizar el cálculo de VAN se realiza mediante la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

Aplicación de la fórmula:

**Tabla N 80.- CÁLCULO DEL VAN**

VAN=	-	65.834,75	+	31.165,14	+	32.873,10	+	34.628,85	+	35.603,79	+	37.459,15
				(1+0,007647056) <sup>1</sup>		(1+0,007647056) <sup>2</sup>		(1+0,007647056) <sup>3</sup>		(1+0,007647056) <sup>4</sup>		(1+0,007647056) <sup>5</sup>
VAN=	-	65.834,75	+	28950,43428	+	28366,94764	+	27758,49624	+	26511,85441	+	25911,21117
<b>VAN=</b>		<b>71.664,19</b>										

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

El resultado se obtiene al calcular la relación entre la inversión y los ingresos generados durante los próximos cinco años, utilizando la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR). El valor futuro resultante es de \$71664,19 lo que determina la viabilidad del negocio en términos positivos.

### 5.9.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es el porcentaje de rentabilidad o interés que el proyecto proporciona, representando las ganancias o pérdidas potenciales.

Fórmula:

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

Aplicación de la fórmula:

**Tabla N 81.- CÁLCULO DEL TIR**

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-65.834,75	31.165,14	32.873,10	34.628,85	35.603,79	37.459,15
<b>TIR</b>	<b>42%</b>				

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

El TIR del 42% se obtiene al calcular, de manera factible y razonable dentro del proyecto, el porcentaje basado en los totales del Flujo de Caja para los 5 años.

### Beneficio Costo

En cuanto al Beneficio Costo, se calcula dividiendo los ingresos del proyecto entre los egresos del mismo, y la aceptación se establece si el resultado es mayor que 1.

En resumen, el TIR del 42% se determina mediante un cálculo adecuado basado en el Flujo de Caja, mientras que el Beneficio Costo se evalúa comparando los ingresos y egresos para verificar si el proyecto es viable.

### 5.9.4 Ingresos operacionales proyectados:

**Tabla N 82.- INGRESOS PROYECTADOS**

7,65%	1	2	3	4	5	
	46.616,68	49.295,83	52.049,94	54.881,10	57.791,46	
	1,000764706	1,001529996	1,002295872	1,003062333	1,00382938	
	46581,0592	49220,52353	51930,7118	54713,54535	57570,99771	<b>260016,8376</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

La tabla proyecta resultados desde al año 1 al año 5, como sumatoria se tiene el valor de \$260016,8376.

### 5.9.5 Egresos proyectados:

**Tabla N 83.- EGRESOS PROYECTADOS**

7,65%	1	2	3	4	5	
	29.718,13	31.426,09	33.181,84	34.986,70	36.842,06	
	1,000764706	1,001529996	1,002295872	1,003062333	1,00382938	
	29695,42524	31378,08375	33105,82877	34879,88516	36701,51104	<b>165760,734</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

Para egresos dentro del año 1 hasta el resultado del año 5 se obtiene un valor de \$165760.734.

Para calcular la relación de costo beneficio se aplica la siguiente fórmula:

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

Donde:

VAI: Valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos (ingresos).

VAC: Valor actual de la inversión inicial (egresos).

<b>RELACION BENEFICIO COSTO</b>	=
---------------------------------	---

Sumatoria de ingresos proyectados actualizados	\$260016,8376	=	1,6
Sumatoria de egresos proyectados actualizados	\$165760,734		

La relación de costo beneficio es 1,60 resultado que se interpreta que por cada \$1 de inversión se obtiene 0,60 centavos de beneficio.

#### **5.9.6 Período de Recuperación**

En la obtención del período de recuperación se analiza el tiempo en la diferencia de la inversión inicial con los resultados de los flujos de caja



**Tabla N 84.- PERÍODO DE RECUPERACIÓN**

PERIODO DE RECUPERACION	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE CAJA	-65.834,75	31.165,14	32.873,10	34.628,85	35.603,79	37.459,15
(1+i) ^ n		1,000764706	1,001529996	1,002295872	1,003062333	1,00382938
FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO	-65.834,75	-65784,44	31117,53	32797,80	34523,13	35467,97
FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO	-65.834,75	-131.619,19	-100.501,66	-67.703,86	-33.180,73	2.287,24

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

Según la visualización, la inversión comienza a recuperarse a partir del quinto año, con un valor de \$2287,24. Para obtener este resultado, se resta el valor de 2287,24 menos 2287, lo que da una diferencia de \$0.24. Luego, esta diferencia se multiplica por 12 meses para calcular la recuperación en un mes, lo que resulta en \$2,88.

Después, se resta 2,88 menos 2, lo que da una diferencia de \$ 0,88. Finalmente, se multiplica este valor por 30 días para determinar la recuperación en un día, que equivale a \$26.4.

**Tabla N 85.- CÁLCULO DEL PERÍODO**

2287,24	0,24	3	meses
2,88	0,88	26	días

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

El período de recuperación empieza al quinto año, 3 meses y 26 días.

## CONCLUSIONES

- a) La elección de utilizar la pata de res como materia prima para la producción de colágeno presenta una ventaja competitiva, ya que es una fuente abundante y sostenible.
- b) El colágeno natural con sabores a guayaba, naranja y mora presenta una propuesta innovadora y atractiva en el mercado de suplementos para la salud y bienestar. La combinación de colágeno con sabores de frutas puede atraer a un público más amplio y aumentar la aceptación del producto.
- c) Los estudios de investigación realizados respaldan la viabilidad del negocio, al demostrar una demanda potencial en el sector norte de la Ciudad de Quito para abordar problemas de salud específicos, como el cuidado de articulaciones, piel, cabello y uñas, así como para apoyar a los deportistas.
- d) El análisis financiero muestra resultados alentadores, con un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$71664,19 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 42% favorable, lo que sugiere que el proyecto tiene el potencial de ser rentable.

## RECOMENDACIONES

- a) Establecer alianzas estratégicas con tiendas de alimentos saludables, gimnasios y profesionales de la salud para aumentar la distribución del producto.
- b) Implementar un sistema efectivo de control de calidad en todas las etapas de producción para garantizar la pureza y seguridad del producto final
- c) Cumplir rigurosamente con todos los requisitos legales y regulatorios para asegurar el cumplimiento normativo en la comercialización del colágeno con sabores a guayaba, naranja y mora.
- d) Obtener retroalimentación y opiniones de los clientes de manera continua para mantenerse al tanto de sus necesidades y preferencias, permitiendo ajustes en la oferta del producto según lo requerido.

Siguiendo estas conclusiones y recomendaciones, la empresa "Nature Colágen HECA" podrá consolidar su posición en el mercado y lograr un crecimiento sostenible en el sector de suplementos de salud y bienestar.

## BIBLIOGRAFÍA

Palacio-Fierro, A, & Mantilla, D., (2019). Gestión de Riesgos, Planeación, Dirección y Control en las PYMES: un estudio descriptivo. Quito: Universidad Tecnológica Indoamérica.

Sionkowska, A., Adamiak, K., Musiał, K., & Gadomska, M. (2020). Collagen based materials in cosmetic applications.

Guadalupe, J., Morales, X., Palacio Fierro, A. & Morales, D., (2018). Ecuador: Ciclo de vida de las MIPYMES en la última década. Sectores: vestimenta y alimentos. Quito: Universidad Tecnológica Indoamérica.

Avila Rodríguez, M. I., Rodriguez Barroso, L. G., & Sánchez, M. L. (2021). Collagen: A review on its sources and potential cosmetic applications. Journal of Cosmetic Dermatology.

<https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/1500/1/Portada%20Gestic3%b3n%20de%20riesgos%20PYMES.pdf>

<https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/935/1/10%20CICLO%20DE%20VIDA%20PYMES.pdf>

H. Robert Horton, Laurance A Moran, K. Gray Scrimgeour, Marc D. Perry y J. David Rawm, Editorial Person, (2018). Principios de Bioquímica, 4 Edición.

Carson life, Coding Infotech Collaborator. (2019). 10 beneficios del colágeno.

Dra. Aleksana Viana, tua Saúde. (2020). Colágeno ¿Qué es, beneficios y cómo reponerlo?, Beneficios del Colágeno, Salud Ideal Es.

Caballero Sánchez de Puerta, P. (2018). Manual. Dirección y estrategias de ventas e intermediación comercial (UF1723). Certificados de Profesionalidad. Gestión comercial de ventas (COMT0411). Editorial CEP, S.L. <https://elibro.net/es/lc/utiec/titulos/51019>

Pasos para crear una empresa en el ecuador-cuida tu futuro. Constitución de la Compañía Limitada <https://www.supercias.gob.ec> (2023)

Municipio, D. M. (abril de 2023). Diagnóstico Estratégico del Distrito. Obtenido de [http://www.quitohonesto.gob.ec/images/biblioteca/RDC-CMLCC2021/Anexo\\_2.pdf](http://www.quitohonesto.gob.ec/images/biblioteca/RDC-CMLCC2021/Anexo_2.pdf)

Bon Viveur, Alfredo Alamo. Publicación. (2019). Que alimentos contienen más colágeno.

Banco Central del Ecuador. (2023b). REPORTE MENSUAL DE INFLACIÓN RESULTADOS A JULIO DE 2023. [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

INEC. (abril de 2023). Índice de Precios al Consumidor. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Inflacion/2023/abril2023/Bollet%c3%adn\\_t%c3%a9cnico\\_10-2023-IPC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Inflacion/2023/abril2023/Bollet%c3%adn_t%c3%a9cnico_10-2023-IPC.pdf)

## ANEXOS

### ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADO

#### 1. **Género.**

Hombre

Mujer

#### 2. **¿En qué rango de edad se encuentra?**

Desde 25 hasta 35 años

Desde 35 hasta 45 años

Desde 45 años en adelante

#### 3. **¿En qué parroquia al norte de Quito vive usted?**

Belisario Quevedo

Carcelén

Cochapamba

Comité del Pueblo

Concepción

Cotocollao

El Condado

Iñaquito

Jipijapa

Kennedy

Mariscal Sucre

Ponciano

Rumipamba

San Isidro del Inca

#### 4. **¿Conoce los beneficios que otorga el colágeno a su salud?**

SI

NO

**5. ¿Por qué razón consume el colágeno?**

Por sugerencia médica

Por deporte

Por prevención

Otros

**6. ¿Qué marcas de suplementos nutricionales consume?**

Colagel

Colnatur

Gelicard

Herbalife

Otros

**7. ¿En qué lugar adquiere el producto?**

Entrega a Domicilio

Páginas web

Supermercados

Tiendas

Farmacias

Otros

**8. Con qué frecuencia consume el colágeno?**

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

**9. ¿En qué tipo de presentación consume colágeno?**

Gel

Cápsulas

Polvo

Otros

**10. ¿Estaría dispuesto a comprar colágeno natural con sabores a guayaba, naranja y mora que pueda ayudar para el dolor de las articulaciones y el fortalecimiento de tendones, uñas y cabello?**

SI

NO

**11. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un envase de 75 gr de colágeno natural con sabores a guayaba, naranja y mora?**

\$ 5 A 10

\$ 10 A 15

\$ 15 A 20

**12. A través de que medio le gusta recibir información sobre el producto?**

Almacenes determinados

Anuncios Publicitarios

Experiencias de otras personas

Redes Social



