



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA

INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE
ELABORA Y EXPORTA PULPAS NO TRADICIONALES A EUROPA**

Autor

Bryan Esteban Haro Gómez

Tutor/a

Mag. Fernanda Becerra

QUITO – ECUADOR

2022

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

Yo, Bryan Esteban Haro Gómez declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PARA LA PRODUCCION DE PULPAS NO TRADICIONALES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2021”, como requisito para optar al grado de “Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios 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, 2020, firmo conforme:

Autor: Bryan Esteban Haro Gómez

Firma:  Firmado electrónicamente por:
**BRYAN ESTEBAN
HARO GOMEZ**

Número de Cédula: 1722690581

Dirección: Pichincha, Quito, Cotocollao

Correo Electrónico: bryanestebanh@gmail.com

Teléfono: 0999032377

APROBACIÓN DEL TUTOR

CERTIFICO



Firmado electrónicamente por:

MARIA FERNANDA

BECERRA

SARMIENTO

.....

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



Firmado electrónicamente por:
**BRYAN ESTEBAN
HARO GOMEZ**

.....
Bryan Esteban Haro Gómez
1722690581

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE ELABORA Y EXPORTA PULPAS NO TRADICIONALES A EUROPA**, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 14-abril-2022



Firmado electrónicamente por:
**MERCEDES FABIOLA
GALARRAGA CARVAJAL**

.....

Ing.

TRIBUNAL DE LECTORES



Firmado electrónicamente por:
PARVANEH SAEIDI

.....

Ing.

TRIBUNAL DE LECTORES

DEDICATORIA

El presente trabajo dedico a mis abuelos Guadalupe Puertas y Paco Gómez por estar siempre en los momentos importantes de mi vida, por ser el ejemplo para salir adelante, brindarme su amor y apoyo incondicional.

También dedico a mi hija Romina Isabela quien ha sido la luz de mi vida, mi mayor fuente de motivación para nunca rendirme y por llegar a ser un ejemplo para ella.

Bryan Haro

AGRADECIMIENTO

Primeramente, doy gracias a Dios por permitirme que no me rindiera a largo de todo este proceso, a mi familia por su comprensión y estímulo constante, además su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios.

Gracias a mi universidad por haberme permitido formarme en ella.

Finalmente, a todas las personas que de una y otra manera me apoyaron a la largo de mi vida

Bryan Haro

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Tabla de contenido

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xvii
ÍNDICE DE FIGURAS	xvii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	47
Objetivos del trabajo de titulación.....	48
CAPITULO I	49
1 MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	49
1.1 Objetivo del estudio del mercado.	49
1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio.	49
1.2.1 Fundamentación del Servicio o Producto.	49
1.2.2. Tabla de características del producto o servicio	49
1.3 Mercado	51
1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio.	51
1.3.2. Demanda Potencial	68
1.4. Análisis del Macro y Microambiente.....	69
1.4.1. Análisis del micro ambiente.....	69
1.4.2. Análisis del macro ambiente.....	70
1.4.3. Proyección de la oferta.....	72
1.5. Demanda Potencial Insatisfecha	73
1.6. Diseño de la marca (Branding)	74

1.7. Estrategias de Marketing.....	76
1.8. Publicidad a realizar.....	77
1.9. Canales de Distribución.....	54
1.10. Seguimiento de Clientes.....	54
1.11. Especificar mercados alternativos.....	55
CAPÍTULO II.....	56
2 Operaciones.....	56
2.1 Objetivos del Capítulo.....	56
2.2 Descripción del proceso.....	56
2.2.1 Descripción de los procesos de transformación del bien, servicio.....	56
Proceso de preparación de las Pulpas Mango Coco.....	62
Procesos de Servicio al Cliente.....	62
2.1.1 Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	63
Descripción de actividades del personal.....	67
2.1.1 Tecnología a aplicar.....	68
2.3 Capacidad de Producción.....	68
2.3.1 Capacidad de Producción Futura.....	68
Capacidad de producción (Exportación).....	68
Capacidad de ventas (Exportación).....	69
2.3.2 <i>Ritmo de producción</i>	69
2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción.....	70
2.4.1 Especificación de las materias primas.....	70
2.5 Calidad.....	71
2.5.1 Método de Control de Calidad.....	71
<i>Lista de verificación</i>	71
CAPITULO III.....	73
3 Organización y Gestión.....	73
3.1 Objetivo del capítulo.....	73
3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos.....	73
3.2.1. Visión de la Empresa.....	73

3.2.2 Misión de la Empresa	73
3.2.3 Objetivos y Estrategias	74
3.2.3 Objetivos y Estrategias.....	75
3.3 Organización Funcional de la Empresa	76
3.3.1 Organización Interna.....	76
3.3.2 Descripción de puestos.	78
3.4 Control de Gestión.....	83
3.4.1 Indicadores de Gestión.....	83
.....	83
3.5 Necesidades del personal	84
1.	84
CAPITULO IV	86
4 Jurídico Legal	86
4.1 Objetivos del capítulo.	86
4.2 Determinación de la forma jurídica	86
2. Requisitos Para Constituir Una S.A.S	87
3. Pasos Para Constituir Una S.A.S.....	89
1. Crear la reserva de dominio	89
a. Ingresar el portal www.supercias.gob.ec	89
b. Ingresar al portal de tramites en Sector societario	89
2. Descarga formato de documento: Contrato, Nombramiento, Formulario	
Riesgos	89
a. Ingresar el portal www.supercias.gob.ec	89
3. Enviar al a cuenta de correo electrónico de la oficina correspondiente, los	
documentos obligatorios.....	89
a. Enviar la solicitud de constitución	89
4.	89
4.3 Registros de marcas.	90

El nombre de la empresa debe ser registrado como marca, por lo cual debe cumplir con registro de dominio en el Instituto de Propiedad Intelectual IEPI, Servicio de Rentas Internas, I. M. de Quito, con los pasos a continuación podremos registrar fácilmente la Marca	90
5. Trámites para registro de la Marca.....	90
6. Una vez verificado en el listado de marcas que no están registradas o en trámites de registro el nombre de su marca, ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña	90
4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales.	91
Permisos de Funcionamiento	91
1. Patente Municipal.....	91
2. Licencia Única de Actividades Económicas – LUAE	91
3. Permiso de Funcionamiento de Ministerio del Interior o P.A.F (Permisos Anuales de Funcionamiento)	91
4. Permiso de Funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)	91
5. Registro de Alimentos y Bebidas en el Ministerio de Turismo (según categorización).....	91
6. Registro Turístico en Quito Turismo (según categorización)	91
Permisos de LUAE	91
CAPITULO V	94
5 Evaluación Financiera	94
5.1 Objetivos del capítulo.	94
5.2 Plan de inversiones	94
5.3 Cálculo de Costos y Gastos.	96
5.3.1 <i>Mano de Obra</i>	96
5.3.2 <i>Depreciación</i>	100
5.3.3 <i>Proyección de la depreciación.</i>	101
5.3.4 <i>Detalle de Costos</i>	102
5.3.5 <i>Proyección de Costos</i>	104

5.3.6 <i>Detalle de Gastos</i>	108
5.3.7 <i>Proyección de Gastos</i>	110
5.4 Plan de Financiamiento.....	112
5.4.1 Forma de financiamiento.....	112
5.5 Cálculo de Ingresos.....	112
Estimación de ingresos mensuales.....	114
5.5.1 Proyección de Ingresos.....	114
5.6 Punto de equilibrio.....	116
5.7 Estado de Resultados Proyectado.....	118
5.8 Flujo de Caja.....	120
5.9 Evaluación financiera.....	116
5.9.1 Indicadores.....	116
5.9.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	117
5.9.1.3 Periodo de recuperación.....	118
Razones Financieras.....	119
El margen neto es un índice financiero que permite medir la rentabilidad de una empresa. Para obtener esto, la ganancia neta se divide por las ventas. Es decir, el cálculo de este indicador requiere de dos variables: los ingresos de la empresa y el saldo final de la cuenta de resultados. Para llegar a esta cifra final, se deben deducir todos los costos de llevar el producto al mercado, incluidos los impuestos.....	119
ANEXOS.....	120
Anexo 1 Evidencia de resultados de encuesta.....	120
CONCLUSIONES.....	121
Hay un mercado atractivo que consume pulpas, pero no hay una oferta fija que proporcione pulpas, por lo que la oportunidad de desarrollar nuestra nueva sociedad es muy buena.....	121
Las tradiciones poco a poco van desapareciendo en el país, sobre todo en el rubro del consumo de frutas, sobre todo por el ritmo de vida actual, que exige una rápida preparación de los alimentos, pero hay muchos clientes que les gusta la comida balanceada y el consumo de frutas con pulpa, pero cabe señalar que su producción se	

ha vuelto más complicada por estos motivos, aunque desde el punto de vista comercial es positivo, pues con la pandemia la gente ha empezado a comer mejor y a consumir más productos naturales..... 121

Si bien la administración de cada empresa tiene sus escollos, se puede deducir que hay más flexibilidad, gracias a la posibilidad de contar con personal calificado y las materias primas están fácilmente disponibles. 121

Luego de la investigación se puede afirmar claramente que el proyecto es viable y factible, como lo muestran los indicadores financieros y gerenciales, la inversión puede retornar en 1 año 6 meses y 4 días, por lo que el plan de negocios es rentable. 121

RECOMENDACIONES 122

REFERENCIAS..... 123

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	50
<i>Características del Servicio</i>	50
Tabla 2	51
<i>Categorización de Sujetos.</i>	51
Tabla 3	52
<i>Dimensión Conductual</i>	52
Tabla 4	52
<i>Dimensión Geográfica</i>	52
Tabla 5	53
<i>Dimensión Demográfica</i>	53
Tabla 6	54
<i>Método de Recolección de información</i>	54
Tabla 7	55
Tabla 8	58
<i>¿Consume usted Pulpas?</i>	58
Tabla 9	59
<i>¿Le gustaría Probar pulpas exóticas no tradicionales?</i>	59
Tabla 10	60
<i>¿Con que frecuencia compra pulpas?</i>	60
Tabla 11	61

<i>¿A quién le diría que compre pulpas?</i>	61
Tabla 12	62
<i>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pulpa natural?</i>	62
Tabla 13	63
<i>¿Cuáles de estos sabores de pulpas le gustan más?</i>	63
Tabla 14	64
<i>¿Qué días consume más las pulpas?</i>	64
Tabla 15	65
<i>Qué otros sabores quisieran que la empresa implemente para las pulpas.</i>	65
Tabla 16	66
<i>¿Cuál sería la preferencia de compra?</i>	66
Tabla 17	67
<i>le gustaría que le llegue promociones al correo.</i>	67
Tabla 18	68
Tabla 19	69
Tabla 20	72
<i>Cálculo de la oferta</i>	72
Tabla 21	73
<i>Proyección de la Oferta.</i>	73
Tabla 22	73
<i>Demanda Potencial Insatisfecha</i>	73
Tabla 23	53
<i>Diseño de publicidad</i>	53
Tabla 24	59
<i>Diagrama.</i>	60
Tabla 25	62
Tabla 26	62
Tabla 27	64
<i>Descripción de equipo.</i>	64
Tabla 28	67
Tabla 29	68
Tabla 30	69
Tabla 31	70
<i>Ritmo de producción.</i>	70
Tabla 32	70
<i>Materias primas y grado de sustitución</i>	70

Tabla 33	71
Tabla 34	72
Tabla 35	74
<i>Matriz FODA</i>	74
Tabla 36	75
<i>Objetivos estratégicos</i>	75
Tabla 37	78
<i>Número de trabajadores</i>	78
Tabla 38	79
<i>Descripción del puesto de Gerente General.</i>	79
Tabla 39	80
<i>Descripción del puesto de secretaria</i>	80
Tabla 40	81
<i>Descripción del puesto de Asistente Administrativa</i>	81
Tabla 41	81
<i>Descripción del puesto de Vendedor</i>	82
Tabla 42	82
<i>Descripción Operarios.</i>	82
Tabla 43	84
<i>Indicadores de Gestión</i>	84
Tabla 44	85
<i>Necesidades del personal</i>	85
Tabla 45	87
Tabla 46	88
Tabla 47	90
Tabla 48	91
Tabla 49	91
Tabla 50	92
Tabla 51	93
Tabla 52	94
<i>Gastos de Constitución del plan de inversiones</i>	94
Tabla 53	95
<i>Capital de trabajo</i>	95
Tabla 54	97
<i>Rol de pagos.</i>	97
Tabla 55	99

<i>Rol de provisiones.....</i>	99
Tabla 56.....	100
<i>Cálculo de depreciaciones.....</i>	100
Tabla 57.....	101
<i>Proyección de la depreciación.....</i>	101
Tabla 58.....	102
<i>Detalle de Costos.....</i>	102
Tabla 59.....	104
<i>proyección de costos.....</i>	104
Tabla 60.....	106
<i>Proyección de Costos.....</i>	106
Tabla 61 <i>Detalle de Gastos.....</i>	108
Tabla 62.....	110
<i>Proyección de Gastos.....</i>	110
Tabla 63.....	112
<i>Plan de Financiamiento.....</i>	112
Tabla 64.....	113
<i>Determinación del precio de venta unitario.....</i>	113
Tabla 65.....	114
Tabla 66.....	115
<i>Proyección de ingresos.....</i>	115
Tabla 68.....	116
<i>Valores para establecer punto de equilibrio.....</i>	116
Tabla 69.....	119
<i>Estado de Resultados.....</i>	119
Tabla 70.....	120
<i>Flujo de Caja.....</i>	120
Tabla 71.....	117
<i>Valor Actuar (Van).....</i>	117
Tabla 72.....	118
<i>Tasa Interna de Retorno.....</i>	118
Tabla 73.....	118
<i>Período de Recuperación.....</i>	118
Tabla 74.....	119
<i>Índice de Rentabilidad.....</i>	119

ÍNDICE DE IMÁGENES

Figura 1.....	75
Figura 2.....	76
Figura 3.....	77
Figura 4. Seguimiento de Clientes.....	55
Ilustración 6 Flujo grama.....	61
Ilustración 7 Instalaciones	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	76
Figura 2.....	77

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

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE
ELABORA Y EXPORTA PULPAS NO TRADICIONALES A EUROPA

AUTOR: Bryan Esteban Haro Gómez

TUTOR: Ma. María Becerra

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio busca implementar una empresa que ofrezca más variedad en la fabricación de Pulpas , para lo cual desarrollar cinco capítulos, cada capítulo enfocado en un área fundamental de la empresa. El plan de negocio se enfocada ,con la finalidad de establecer estrategias, determinando la aceptación del público, el cual pretende definir con procesos óptimos para cada área también con herramientas administrativas, asignando tareas de la mejora manera a cada colaborador, evitar desperdicios en la fabricación y el tiempo del personal ,con ayuda del desarrollo de los siguientes capítulos se puede determinar la rentabilidad del negocio con indicadores financieros como lo son el VAN , TIR el periodo de recuperación y el costo beneficio, cabe recalcar que el precio de la venta va ser competitivo en el mercado, dando como prioridad la calidad de fabricación, lograr establecer un proyecto viable en un tiempo de

recuperación factible , vamos a planificar los siguientes 5 años del plan de negocios en la empresa .

DESCRIPTORES: calidad, procesos, pymes, servicio.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

AUTOR: HARO GOMEZ BRYAN ESTEBAN

TUTORA: BECERRA SARMIENTO MARIA
FERNANDA

ABSTRACT

This business plan seeks to implement a company that offers more variety in the manufacture of Pulps, for which five chapters were developed, each focused on a total area of the company. The business arises to establish market strategies to determine the acceptance of the target public, which aims to define optimal processes for each area with the help of administrative tools. Assigning tasks to each work collaborator to avoid waste in manufacturing and staff time, with the help of the development of the following chapters, we can determine the profitability of the business with financial indicators such as NPV IRR. The recovery period and the cost-benefit should be noted that the selling price will be competitive in the market, prioritizing manufacturing quality. To establish a viable project in a recovery time, we will plan the next five years of the business plan in the company.

Checked by
Lcda. Lucila Estefanía Quezada Tobar
English Language Teacher
Monday, March 7th 2022 08H50
Indoamerica University. Quito-Ecuador Campus

KEYWORDS: quality, processes, SMEs, service.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el mercado de alimentos está experimentando un fuerte crecimiento debido a las circunstancias que estamos atravesando y a que la población está priorizando el consumo de productos y servicios de primera necesidad.

Gracias a la investigación realizada surgió la idea de crear una fábrica de pastas tradicionales y exóticas que satisfaga las necesidades de los consumidores de este tipo de alimentos, con un proceso de producción y servicio de calidad que capte el interés del cliente potencial y que cubra el deseo del mercado potencial por la sostenibilidad del negocio.

En Ecuador, desde el inicio de la pandemia y la crisis en general, la tendencia de la población ha sido crear pymes como fuente de trabajo, las empresas que más se han creado en este contexto destacan las que ofrecen alimentos, por lo que los restaurantes o los supermercados ya sea física o virtualmente, son los negocios más aceptados por los consumidores.

Capítulo 1, Mercado y Comercialización; en el área de marketing este capítulo permite analizar la importancia de la implementación de servicios en asesoría para la creación de PYMES, obteniendo porcentajes reales de la aceptación en el mercado.

Capítulo 2, Operaciones; en el área de producción se detallan los procesos que se llevan a cabo para la implementación de la empresa asesora “BUSINESS BEGIN”, los parámetros y funciones a seguir en cada área y departamento.

Capítulo 3, Organización y Gestión; en el área de organización y gestión este capítulo, define los procesos administrativos, visión, misión, organigramas, manual de funciones y procesos del personal que conforma la empresa asesora “BUSINESS BEGIN”.

Capítulo 4, Jurídico Legal; en el área jurídica y legal, se consideran los trámites administrativos a nivel de gobierno central y autónomos descentralizados., se expone también la normativa de la administración financiera, de funcionamiento y comercial

Capítulo 5, Evaluación Financiera; en el área financiera este capítulo permite detallar la viabilidad y rentabilidad de la propuesta, evaluando cada uno de los indicadores de desarrollo óptimo de la misma.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo General

- Determinar la rentabilidad, plazo de recuperación y viabilidad de implementar una consultoría para la creación de nuevas PYMES en el área metropolitana de Quito.

Objetivos Específicos

- Identificar el grupo objetivo que muestra la necesidad de acudir a un consultor para desarrollar su idea de negocio.
- Definir los procesos apropiados para cada área utilizando herramientas administrativas como mapas de procesos, diagramas de flujo y determinar las ubicaciones de los dispositivos y los métodos de distribución.
- Analizar y diseñar la estructura de la organización en base a organigramas y descripciones de puestos, luego emitir herramientas de control en base a indicadores para una adecuada gestión de puestos.
- Establecer una forma legal para el establecimiento de la empresa con el fin de vincular y coordinar objetivos de acuerdo con el modelo de negocio elegido.
- Determinar la rentabilidad del plan de negocios Business Begin utilizando indicadores y fórmulas financieras.

CAPITULO I

1 MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

1.1 Objetivo del estudio del mercado.

Diseñar estrategias de marketing, mediante la investigación de mercados, para que nos orienten en la comercialización y posicionamiento de los productos de la nuestra empresa.

1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio.

1.2.1 Fundamentación del Servicio o Producto.

Un servicio es intangible, también se lo considera como un acto, obra o realización no tangible y que no necesariamente representa la propiedad de un bien, aunque puede o no estar relacionado con un bien físico (Stanton William, 2016).

El Servicio que brinda como empresa es la preparación de pulpas con frutas autóctonas del Ecuador, preparadas de la manera más natural posible, con ingredientes de calidad para que los productos no pierdan su origen y no tengan un sabor artificial.

El distrito metropolitano de Quito se ha convertido en el cantón y ciudad más poblado del Ecuador, por ello se ha incrementado la demanda de todo tipo de productos y servicios, como es el caso del consumo de alimentos preparados para la venta, también es importante considera que es la capital del país, donde se concentran las actividades gubernamentales, además de tener el centro histórico más grande, el mejor conservado de América Latina, siendo un referente turístico y uno de los mayores atractivos del país y declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la (INEC, 2021)

1.2.2. Tabla de características del producto o servicio

El servicio consiste en la preparación de pulpas exóticas y tradicionales para la comercialización en el Ecuador y fuera siendo el caso de Europa

Tabla 1*Características del Servicio.*

Servicio	Características	Beneficios
Alimentación	Pertenece a las fábricas de pulpas Preparación de alimentos frescos Variedad de sabores Ingredientes naturales	Diversificación de la oferta en el mercado Degustación de alimentos o pulpas frescas con su debido refrigeramiento
Atención al cliente	Servicio personalizado	Atención individual a cada cliente.
Esparcimiento	Espacio adecuado, Facilidad de acceso,	Zona dedicada al almacenamiento de los productos con su debida norma.
Ambiente	Ambientación	Incentiva el consumo de alimentos. El cliente puede compartir con la naturaleza y los productos Aprovechamiento de propiedades naturales y minerales de las frutas.
Bebidas	Preparación de jugos de frutas naturales	Calman la sed del cliente
Parqueadero	Área física dedicada a vehículos Zonificación para uso de espacios	Seguridad del vehículo del cliente
Información	Descripción de materias primas y sus aportes a la salud y bienestar de las personas	Brinda información sobre la gastronomía ecuatoriana Ayuda en la difusión gastronómica Difunde el conocimiento sobre los beneficios de los alimentos consumidos

Nota: Características del servicio de las Pulpas 2021.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.3 Mercado

1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio.

En el caso nuestra empresa se enfocará en el mercado de alimentación, como son las pulpas para preparar jugos, batidos, los cuales son para distribución al por mayor y menor a domicilio, siendo su segmento objetivo la población económicamente activa comprendida entre las edades de 18 a 65 años, y, toda persona que desee degustar de las diferentes frutas de sabores los cuales preparamos con productos naturales.

1.3.1.1 Categorización de sujetos.

Tabla 2

Categorización de Sujetos.

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Hombres y Mujeres entre 18-65 años
¿Quién usa?	Hombres y Mujeres entre 18-65 años
¿Quién decide?	Hombres y Mujeres entre 18-65 años
¿Qué influye?	Necesidad de establecer un negocio rentable

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor.

1.3.1.2 Estudio de Segmentación.

El **segmento de mercado** se define como "un grupo de consumidores que responden de forma similar a un conjunto determinado de esfuerzos de marketing. (Philip Kotler, 2016)

El presente estudio de segmentación tiene la finalidad hacer un enfoque y priorizar el público nuestra segmentación nos servirá para enfocarnos en los clientes potenciales los cuales van darnos buenos resultados en nuestro negocio.

Tabla 3*Dimensión Conductual.*

Variable	Descripción
Tipo de necesidad:	Fisiológica
Tipo de compra:	Comparación
Relación con la marca:	Si
Actitud frente al producto:	Positiva

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El autor**Tabla 4***Dimensión Geográfica.*

Variable	Descripción	No. Habitantes
País	Ecuador	17'510.652
Región	Sierra	7'847.136
Ciudad urbana y rural	Quito	2'781.641

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 2020**Elaborado por:** El autor

Tabla 5*Dimensión Demográfica.*

Variable	Descripción	No. Habitantes.
Edad	18-65 años	1'908.303
Sexo	Masculino y Femenino	1'908.303
Nivel Educativo	Secundaria y Superior	1'312.912
Estratificación Social	Media-Alta	350.300

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)**Elaborado por:** El autor

1.3.1.3 Plan de muestreo

La muestra es “la colección de elementos que procesan información buscada por un investigador y sobre la cual se harían inferencias, pues la muestra es, un subgrupo de elementos de una población o universo, selectos para participar en un estudio” (Malhotra, 2016)

En el siguiente plan de muestreo, se tienen en cuenta 350.300 personas, que es todo el grupo de interés para el proyecto. A continuación, se va a utilizar la fórmula de la muestra con una población finita:

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

n = Tamaño de la muestra

Z=1,96 (Nivel de confianza 95%)

p =0,5 (Probabilidad de ocurrencia)

q =0,5 (Probabilidad de no ocurrencia)

N =350.300 (Tamaño de la población o universo)

e = 0,05 (Error de la muestra)

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 350.300}{0,05^2 * (350.300 - 1) + 1,96 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 246$$

El total de la muestra es de 246 personas, se procede a aplicar las encuestas a este número con todos los criterios necesarios para la obtención de información válida.

1.3.1.4 Herramientas para recopilar información.

De acuerdo a la muestra que se pueda calcular, se debe diseñar una encuesta para determinar y determinar las necesidades de los clientes a quienes va dirigido el producto o servicio. Previo a la implementación del proyecto se definen objetivos estratégicos que hacen viable este plan de negocios.

Tabla 6

Método de Recolección de información.

Necesidades de Información	de	Tipo de Información	de	Fuentes	Instrumentos
Analizar los precios de la competencia		Secundaria		Puntos de venta	Observación de campo
Capacitación permanente al personal	al	Secundaria		Proveedores	Entrevista
Diseño y decoración de las etiquetas		Primaria		Consumidores	Encuesta
Tipo de publicidad a aplicar		Secundaria		Bibliografía	Libros y textos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Tabla 7

Impacto del servicio en la comunidad.

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Maquinaria y equipo con tecnología a precios accesibles	Secundaria	Puntos de venta	Entrevista
Créditos con proveedores, costos y plazos convenientes	Secundaria	Proveedores	Entrevista
Tabla sectorial y salarial para el personal de fabrica	Secundaria	Página web	Registro Oficial Ley humanitaria
Reducción de costos y gastos	Secundaria	Sistema Contable	Reporte mensual

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

1.3.1.5 Diseño y recopilación de información.

Desarrollo de instrumentos.

Información de fuentes secundarias.

Necesidad 1

Obtención de conocimiento en el macroentorno

Estudiar el macroentorno permite conocer y analizar los factores externos que inciden en el desarrollo del negocio.

Necesidades 2

Obtención de conocimiento en el microentorno

El estudio del microentorno permite conocer y analizar los factores próximos que inciden directamente en el desarrollo del negocio.

Necesidades 3

Identificar

mercado potencial La investigación de mercado potencial ofrece la posibilidad de acercarse a la verdad, el responsable del negocio puede tener una idea empírica de la información para tomar una decisión. Con la revisión actual, se ha evitado la información errónea.

Necesidades 4

Características de la Industria

Es fundamental conocer la industria en la que se realiza el trabajo, para apreciar sus características clave para lograr mejores resultados.

Necesidades 5

Conocer las necesidades de los diversos segmentos de clientes en el mercado nos permite brindar un servicio donde los clientes pueden visualizar un servicio de calidad, satisfacer las necesidades ofrecidas, superar las expectativas esperadas.

(Díaz de Rada, 2019).

Diseño de la encuesta.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Encuesta aplicada a los potenciales clientes para implementar un proyecto de la producción y comercialización de las Pulpas exóticas

Datos Generales

- ❖ Género: M _____ F _____
- ❖ Edad:
 - 18-25 _____ 26-33 _____
 - 34-41 _____ 41-65 _____

1. ¿Consume usted Pulpas?

SI _____ NO _____

2. ¿Le gustaría Probar pulpas exóticas no tradicionales?

SI _____ NO _____

3. ¿Con que frecuencia compra pulpas?

1 vez a la semana ()

Cada 15 días ()

Cada mes ()

Cada tres meses ()

Cada seis meses ()

4. ¿A quién le diría que compre pulpas?

Amigos () Familia ()

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pulpa natural?

\$1,00-2,99 ()

\$3,00-4,99 ()

\$5,00-6,99 ()

6. ¿Cuáles de estos sabores de pulpas le gustan más?

Maracuyá () Mango ()

Mora () Piña coco ()

Tomate de árbol () Ají ()

Piña () Mortiño ()

Melón () kiwi ()

7. ¿Qué días consume más las pulpas?

De Lunes a Viernes ()

Fines de Semana ()

8. ¿Qué otros sabores quisieran que la empresa implemente para las pulpas?

9.- ¿Cuál sería la preferencia de compra?

Presencial () Virtual/Servicio a domicilio ()

10.- ¿le gustaría que le lleguen promociones al correo o WhatsApp?

SI _____

NO _____

1.3.1.6 Análisis es Interpretación

Pregunta 1

Tabla 8

¿Consume usted Pulpas?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	163	63.3%
NO	83	33.7%
Total	246	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1. ¿Consume usted Pulpas?

246 respuestas

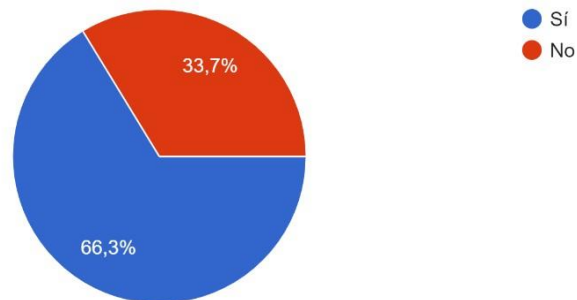


Gráfico 1 ¿Consume usted Pulpas?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: EL autor

Objetivo: Conocer el porcentaje de la población que consume pulpas, para determinar sus preferencias.

Análisis: El 63,30% de la población dice que si consume pulpas en su día a día.

El 33.7% de la población dice que no consume pulpas.

Interpretación: En la gráfica anterior se indica un mayor porcentaje de gente con consumo de pulpas según el estudio realizado

Pregunta 2

Tabla 9

¿Le gustaría Probar pulpas exóticas no tradicionales?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	138	81.2%
No	32	18.8%
S/N responder	76	
Total	246	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

2. ¿Le gustaría Probar pulpas exóticas no tradicionales?

170 respuestas

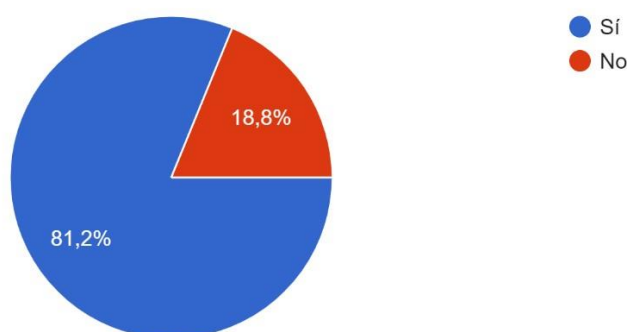


Gráfico 2 ¿Le gustaría Probar pulpas exóticas no tradicionales?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Objetivo: Conocer el número de la población que se encuentra interesado/a en el consumo de pulpas

Análisis: El 81.2% de la población que participó está dispuesto consumir pulpas exóticas, mientras un 18.8% no tiene interés en el consumo.

Interpretación: En la pregunta #2 se evidencia un 81.2% de personas interesadas en consumir las pulpas ya que por ser de frutas exóticas dan otro tipo de nutrientes a nuestro organismo, mientras que el otro 18.8% de la población no está interesada.

Pregunta 3

Tabla 10

¿Con que frecuencia compra pulpas?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	8	4.7%
Cada 15 días	62	36.5%
Cada mes	68	40%
Cada tres meses	23	13.5%
Cada seis meses	9	5.3%
S/N respuesta	76	
Total	246	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

3. ¿Con que frecuencia compra pulpas?

170 respuestas

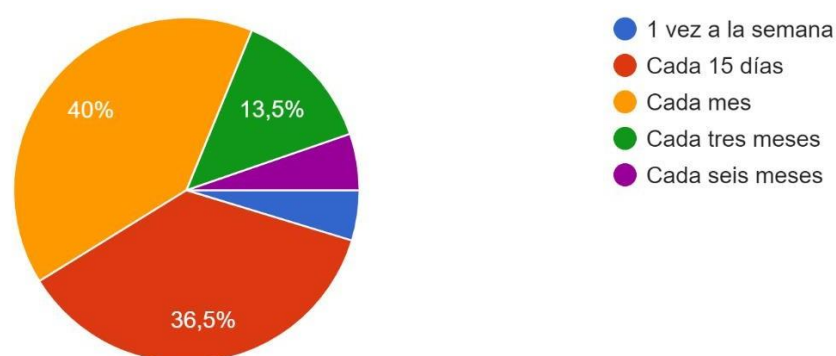


Gráfico 3 ¿Con que frecuencia compra pulpas?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Objetivo: Conocer la frecuencia de compras de los consumidores

Análisis: La mayoría de personas encuestadas manifestaron que comprar pulpas un ave al mes con 40%, seguido por las compras de cada 15 días con el 36.5%, como tercera opción se encuentra que compran cada tres meses con el 13.5%, como últimas opciones encuentra una vez a los seis meses con el 5.3 y con el 4.7 una vez a la semana

Interpretación: Para determinar la preferencia al momento de comprar las pulpas vemos que el agente puede descartarse por bien hacer comprara una vez al mes con el 40%, o cada 15 días con el 36.5%

Pregunta 4

Tabla 11

¿A quién le diría que compre pulpas?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Amigos	80	76.6%
Familiares	88	52.4%
	76	
Total	246	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

4. ¿A quién le recomendaría que compre pulpas?

168 respuestas

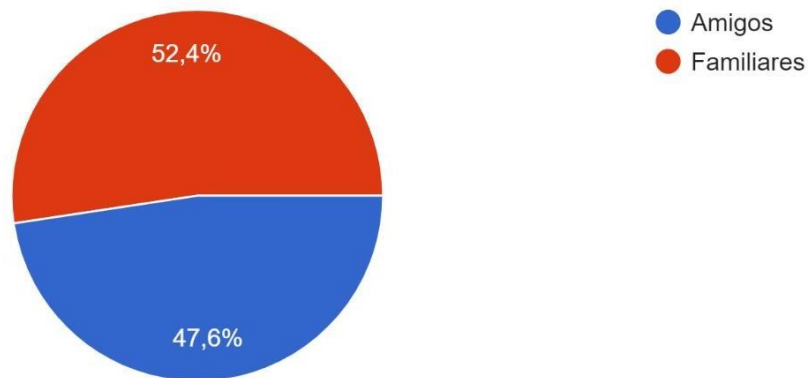


Gráfico 4 ¿A quién le diría que compre pulpas?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Objetivo: Conocer si las personas que conocen el producto a sector nos recomendarían bien Familiar o Amigos

Análisis: El 52.4% nos recomendaron a sus familiares, mientras que solo el 47.6% de las personas encuestadas nos van a recomendar a sus amigos

Pregunta 5

Tabla 12

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pulpa natural?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$1,00-2,99	70	41.2%
\$3,00-4,99	83	48.8%
\$5,00-6,99	17	10%
S/N Responder	76	
Total	246	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pulpa natural?

170 respuestas

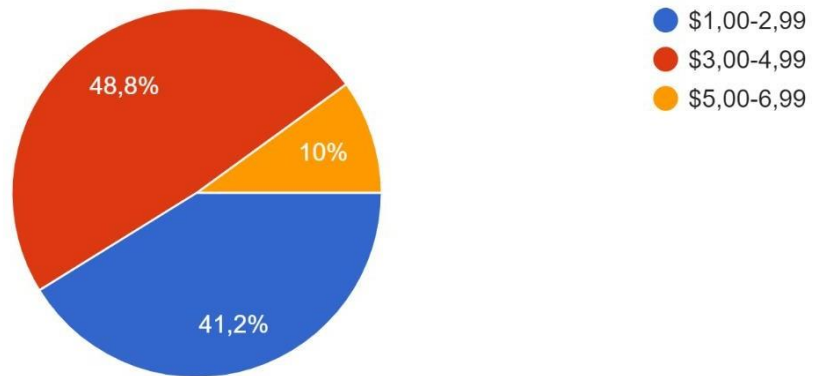


Gráfico 5 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pulpa natural?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Objetivo: Verificar las opciones más accesibles para poder proceder tener un precio estimado

Análisis: El 48.8% de las personas encuestadas opta por un precio entre 3 a 4.99, como segunda opción se consideran con un 41.2% tener un precio de 1 a 2.99 rango moderado, a continuación, como última opción a tener en cuenta el precio de 5 a 6.99 con el 10%

Interpretación: La anterior pregunta indica la importancia de tener un buen precio de lanzamiento del producto para poder llegar hacia el cliente.

Pregunta 6

Tabla 13

¿Cuáles de estos sabores de pulpas le gustan más?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Maracuyá	82	48.2%
Mora	97	57.1%
Tomate de árbol	80	47.1%
Piña	68	40%
Melón	70	41.2%
Mango	96	56.5%
Piña coco	69	40.6%
Aji	27	15.9%
Kiwi	47	27.6
S/N respuesta	76	
Total	246	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

6. ¿Cuáles de estos sabores de pulpas le gustan más?

170 respuestas

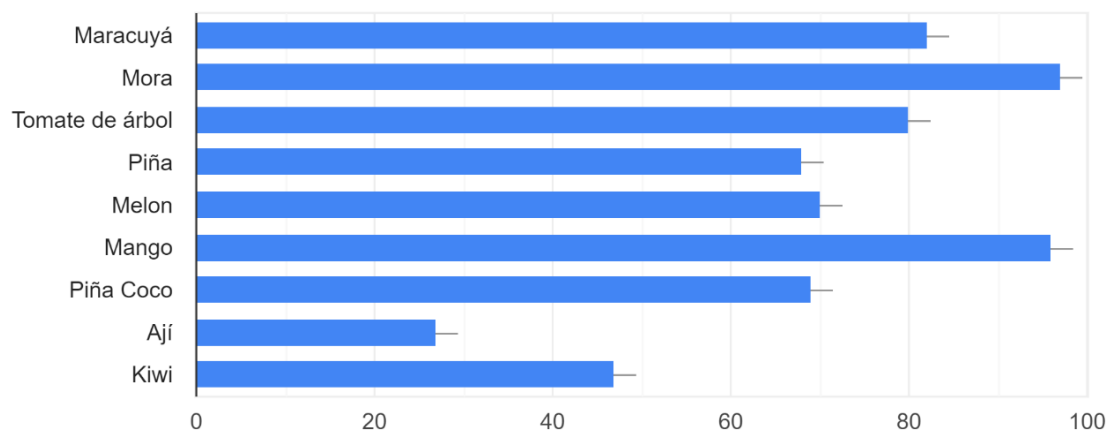


Gráfico 6 ¿Cuáles de estos sabores de pulpas le gustan más?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Objetivo: Conocer los sabores de las pulpas que los consumidores más compran

Análisis: La grafica anterior indica que las personas encuestadas compran con un 57.1% la pulpa de me Mora y la de Mango con un 56.5 ya que son las más solicitadas en el mercado teniendo una buena aceptación

Interpretación: Se indica el nivel de importancia que tiene producir las pulpas adecuadas para poder llegar al público objetivo y poder entrar en el mercado los más rápido posible, con esta encuesta se supo cuál es el producto más consumido.

Pregunta 7

Tabla 14

¿Qué días consume más las pulpas?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De Lunes a Viernes	104	38.1%
Fines de Semana	64	61.9%
S/N Respuesta	76	
Total	246	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

7. ¿Qué días consume más las pulpas?

168 respuestas

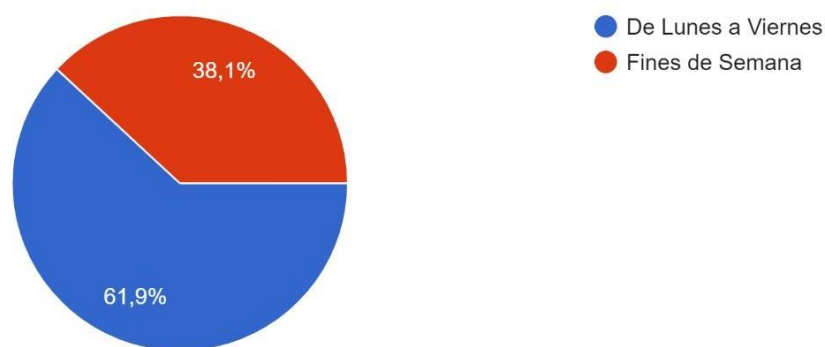


Gráfico 7 ¿Qué días consume más las pulpas?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Objetivo: Conocer la aceptabilidad de las personas y saber que días son los que más se consume el producto

Análisis: Se indican 2 tipos de consumos. El primero los días entre semana que según los datos en estos días los entrevistados consumen 61.9% y los fines de semana con un 38%

Interpretación: Según los resultados obtenidos, se considera que los entrevistados consumen las pulpas de lunes a viernes

Pregunta 8

Tabla 15

Qué otros sabores quisieran que la empresa implemente para las pulpas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Uva	34	
Mandarina	50	
Taxo	20	
Banana	34	
Naranja	32	
S/N	76	
Total	246	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

8. ¿Qué otros sabores quisieran que la empresa implemente para las pulpas?

166 respuestas

uva
mandarina
guayaba
taxo
Banana
naranja
mango verde
Coco
pera

Gráfico 8 Qué otros sabores quisieran que la empresa implemente para las pulpas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Objetivo: Conocer que pulpas quisieran los clientes que implementos en la empresa

Análisis: Dentro de la recomendación para las nuevas pulpas se tomó solo las más nombradas en la lista de arriba están detalladas con esto sabes que frutas y pulpas implementar dentro de la fabricación.

Interpretación: En la pregunta 8 esta pregunta es una pregunta abierta para saber la opinión de nuestros futuros clientes

Pregunta 9

Tabla 16

¿Cuál sería la preferencia de compra?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Presencial	131	77.1%
Virtual	39	22.9%
S/N respuesta	76	
Total	246	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

9.- ¿Cuál sería la preferencia de compra?

170 respuestas

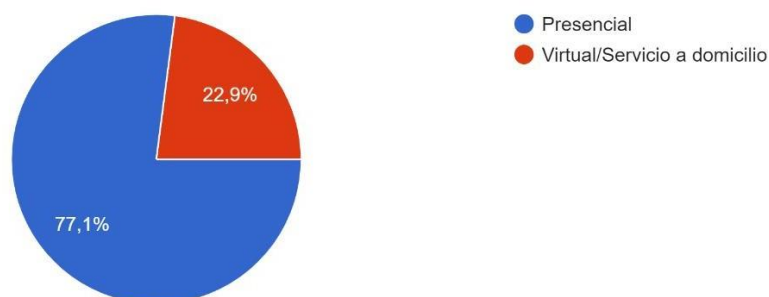


Gráfico 9 ¿Cuál sería la preferencia de compra?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Objetivo: Conocer los posibles canales de distribución para la venta de las pulpas

Análisis: Las redes sociales y página web ocupan el 22.9% y el primer lugar está en compra presencial con un 77.1%

Interpretación: En la pregunta #10 indica que las personas en el país prefieren comprar todavía en los locales los alimentos.

Pregunta 10

Tabla 17

le gustaría que le llegue promociones al correo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	114	67.1%
No	56	32.9%
S/N respuesta	76	
Total	246	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

10.- ¿le gustaría que le lleguen promociones al correo o WhatsApp?

170 respuestas

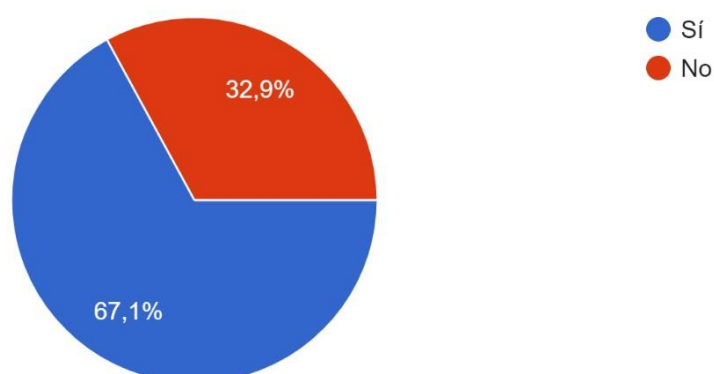


Gráfico 10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Objetivo: Conocer el porcentaje de personas que están dispuestas a

Análisis: De las personas encuestadas el 67% de la población acepta se le envíe promociones, mientras que el 33.9% no se encuentra interesado en ocupar este servicio.

Interpretación: El 67% de la aceptación muestra que el servicio ofertado tiende a ser utilizado por la mayor parte de la población perteneciente al grupo de interés.

1.3.2. Demanda Potencial

Para obtener la demanda potencial, se utilizan 3 preguntas principales de la encuesta para medir la aceptabilidad del servicio prestado, el precio que los consumidores están dispuestos a pagar y la frecuencia con la que se presta cada servicio.

La pregunta 5, que estudia el rango de precios que la población está dispuesta a pagar por la celulosa, indica que el 48,8% la acepta en el rango de \$3 a \$4,99.

La pregunta #1 dice que el porcentaje de la población que acepta legumbres es del 66,3%.

La pregunta #3 muestra con qué frecuencia la población está dispuesta a comprar un Producto, el 40% prefiere comprarlo una vez al mes, el 36,5% elige cada 15 días, el 13,5% lo compra cada 3 meses y el 9% de la población compra cada 6 meses

Para proyectar la población en los próximos 5 años de acuerdo al INEC 2020, se conoce que el crecimiento anual de la población en el Ecuador es del 1.25%, por lo tanto, se utiliza el mismo porcentaje para los siguientes períodos.

Tabla 18

Crecimiento Poblacional

Año	Tasa de crecimiento	Población
2021	1.25	232.248
2022	1.25	290.310

2023	1.25	362.887
2024	1.25	453.093
2025	1.25	567.011

Fuente: Gestión de investigación

Elaborado por: El autor

Proyección de la demanda potencial

Tabla 19.

Proyección de la demanda potencial en personas, servicios y dólares

Año	Clientes potenciales	Fr consumo/año	Demanda en servicios	# Precio promedio pagado	Demanda en dólares
2021	232.248	15	240.250	50	12.012.500
2022	290.310	15	320.310	50	16.015.500
2023	362.887	15	380.500	50	19.025.000
2024	453.093	15	480.000	50	24.000.000
2025	567.011	15	580.000	50	29.000.000

Fuente: Gestión de investigación

Elaborado por: El autor

1.4. Análisis del Macro y Microambiente.

1.4.1. Análisis del micro ambiente.

A continuación, se nombran estos factores conjuntos a las características propias del negocio, también conocidos como las 5 fuerzas de Michael Porter.

- Amenaza de nuevos competidores.

Pulpi exotic oferta pulpas exóticas, siendo sensibles a la aparición de nuevos competidores con el mismo objetivo, es por esta razón que se implementan procesos innovadores y de alta calidad, ayudando a nuestros clientes a encontrarse con mejoras continuas.

- Amenaza de productos o servicios sustitutos.

En el Distrito Metropolitano de Quito existen varias empresas productoras de pulpas, es por esta razón que Pulpi exotic oferta variado cartera de pulpas de frutas exóticas y

no exóticas del Ecuador, por lo cual desarrollamos en la fabricación de las pulpas un proceso de calidad e innovador.

- Poder de negociación de los proveedores.

Hay muchos proveedores de recursos empresariales como la fruta, por lo que conseguirla no depende de una sola persona, sino que también tiene muchos precios para elegir en la actualidad.

- Capacidad negociadora de los clientes.

Pulpi exótico tiene un bajo poder de negociación con el cliente, debido a la existencia de varias plantas de celulosa en el mercado, por lo que se deben resaltar todos los beneficios a los que puede acceder el cliente en el caso de adquirir un producto nuestro.

- Rivalidad entre competidores.

El nivel de competencia en este campo es alto debido al hecho de que la información se puede encontrar en Internet, lo que lleva a un aumento de la competencia.

1.4.2. Análisis del macro ambiente.

Para el análisis del marco ambiente de la empresa primero se tiene que hacer el análisis PESTEL.

- Análisis PESTEL

El presente análisis PESTEL, nos ayuda a obtener un estudio del ambiente externo de la empresa.

- Factor Político:

Tras el triunfo de Guillermo Lasso el 12 de abril del 2021, el riesgo país tuvo una disminución de 345 puntos, el cual indica la medición sobre la percepción. También se propone reactivar la economía del País dando préstamos a micro empresas dando bajando impuestos a exportaciones entre otros (UNIVERSO, 2021).

Esto quiere decir que incrementa la posibilidad del ingreso al país de inversión en el país, así como aumentar el trabajo, dar incentivos a los emprendedores que produzcan más plazas de empleo, para mejorar la economía

- Factor Económico:

En el Ecuador la tasa de desempleo en los hombres empezó 2021 con un indicador de 4,9% y en noviembre bajó a 3,4%. En las mujeres el desempleo en enero se ubicó en 6,9%, mientras que en noviembre llegó a 5,8% (Primicias, 2021)

La tasa de desempleo muestra un impacto positivo ya que si baja la tasa de desempleo tendremos más gente comprando y consumiendo nuestros productos o barios.

Impacto: Positivo

- Factor Social:

Tras la gran crisis mundial en el año 2019 por el COVID, varias personas se vieron obligadas a priorizar sus gastos, sacando a los niños de las escuelas y priorizando las cosas hogar o diario vivir,

En estos años las personas en el país optaron por crear sus emprendimientos para poder subsistir o tener un ingreso extra tras los gastos que implicaron estas en el confinamiento.

Impacto: Positivo

- Factor Tecnológico:

La tecnología ha ido tomando importancia en la mayor parte de la población del Ecuador, ya que la tecnología se implementó en los trabajos, escuelas, para hacer compras de casa etc.

Es decir, Pulpi exotic debemos estar actualizados en la tecnología, con el fin de brindar mejores servicios y oportunidades al cliente.

Impacto: Positivo

- Factor Legal:

El objetivo de la ley orgánica de emprendimientos e innovación es establecer un marco normativo el cual trate de incentivar el emprendimiento y las innovaciones (Ecuador, 2020).

Esto indica que la ley en el Ecuador está sacando nuevas normativas para potenciar el desarrollo de negocios y emprendimientos.

Impacto: Positivo

1.4.3. Proyección de la oferta.

La información basada en estadísticas acerca del comportamiento en el crecimiento de las empresas, para tener los datos de la oferta medimos la capacidad de venta de los competidores, se legro contactar con algunos empleados para tener información que nos sirva para calcular la oferta

Tabla 20

Cálculo de la oferta

Nombre Restaurante	# Clientes	Promedio de servicios/cliente	# Entregas	Promedio Gasto/cliente	Oferta en dólares \$
Kalupa	2.800	15	3.850	50	192.515
Pulpas Fruit	3.400	15	3.980	50	199.015

Frutasi	3.800	15	4.565	50	228.265
Proalva	5.840	15	6.350	50	317.515
Frutas y Miel	4.400	15	5.560	50	278.015
Total	20.240		24.305		1.215.325

Fuente: Gestión de investigación

Elaborado por: El autor

Para calcular la oferta se hizo la investigación de la competencia ofrecen pulpas y se estableció que son un total de 20.240 clientes, los cuales usan el servicio con promedio de 15 veces, dando como resultado que se prestan 24.305 entregas, en los cuales pagan un promedio de \$50,00 generando un total de \$ 1.215.325 dólares americanos.

Tabla 21

Proyección de la Oferta.

Año	# Clientes	Promedio de servicios/cliente	# entregas	Promedio Gasto/cliente	Oferta en dólares \$
2021	20.240	15	24.305	50	1.215.325
2022	20.320	15	24.405	50	1.220.250
2023	20.440	15	24.523	50	1.226.150
2024	20.562	15	24.692	50	1.234.600
2025	20.806	15	24.764	50	1.123.200

Fuente: Gestión de investigación

Elaborado por: El autor

1.5. Demanda Potencial Insatisfecha.

Tabla 22

Demanda Potencial Insatisfecha

Año	Clientes	Proyección Demanda	Proyección Oferta	DI # servicios
2021	232.248	240.250	24.305	215.945

2022	290.310	320.310	24.405	295.905
2023	362.887	380.500	24.523	355.977
2024	453.093	480.000	24.692	455.371
2025	567.011	580.000	24.764	555.263

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

En la tabla # 24 se visualiza que la demanda potencial insatisfecha proyectada para los cinco años, el índice de crecimiento poblacional, obtenido de las bases de datos de las proyecciones de población elaboradas por el INEC

1.6. Diseño de la marca (Branding)

- Nombre de la marca

La marca de un negocio representa el nombre, sonido, diseño y símbolo, siendo la mezcla de estos elementos la herramienta utilizada para identificar bienes y servicios que compramos u obtenemos.

Para el desarrollo del presente proyecto es fundamental identificar una marca, que muestre por si sola la razón de ser del negocio. El nombre que se ha elegido es PULPI EXOTIC, el cual indica a primera vista el objetivo del negocio, causando interés por parte del cliente.

- Logo

Logo: Está compuesto por el nombre de la empresa, tenemos a la fruta exótica que se da en nuestro país Ecuador, es la primera razón de ser de la por la que se va poner la empresa

Figura 1



Ilustración 1 Logotipo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

- Percepción y Posicionamiento

Por otro lado, el posicionamiento de la marca es de suma importancia, el público objetivo está determinado por edad, estratificación social, ubicación y nivel de ingresos, dando como resultado 350.300 personas. Para atraer la atención de este número de personas, Pulpi Exotic cuenta con varias estrategias de marketing, enfocándose en la excelencia y la mejora continua del servicio.

- Diferenciación

Pulpi Exotic se diferencia del resto de las plantas de celulosa, complementando todos sus servicios con monitoreo de calidad, asegurando que la empresa pueda fidelizar y generar confianza entre los clientes y la empresa.

El éxito de un negocio depende del proceso de desarrollo de estrategias que conduzcan al mercado. La mayoría de las veces, la estrategia suele ser orgánica y evoluciona con el tiempo, los sistemas de distribución, los canales y la competencia.

1.7. Estrategias de Marketing.

Estrategias

Las estrategias se implementan en base a las 4P, es decir, el marketing mix, el producto también se considera parte tangible de la fábrica, por lo que debe tener una buena publicidad.

- **Producto**

El producto y servicio que ofrece una red de vendedores y en redes sociales promocionado y publicitado para captar la atención de los clientes, por medio de estrategias como:

1. Ofrecer un producto duradero en buen estado y con un buen copión. Es decir, un producto llamativo y exquisito para los clientes.

Promocionar el producto con mensajes claros y precisos accesibles al público

- **Promoción**

1. Diseñar una página y portafolio de productos que sean llamativos a la vista del público a si poder llegar a ellos de mejor manera

Figura 2



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

- **Precio**

1. Estrategia del redondeo de precios de \$1.99 para generar un efecto psicológico del cliente.
2. Promocionar combos, así como descuentos si compras 100 pulpas se te ofrece un 10% para si síguete compra del volumen o mayor
3. Si el pedido supera los 200 dólares la entrega es gratis

1.8. Publicidad a realizar.

Lograr que Pulpi Exotic sea conocido no solo en Quito sino en la mayor parte del estado ecuatoriano.

El servicio que va ofrecer Pulpi Exotic está dirigido a público en general, especialmente a la población económicamente activa que tiene poder adquisitivo y que gusta de tomar, come, productos sanos y bueno para su salud y la del medio ambiente

Creación de herramientas digitales como Facebook, página web, WhatsApp para promocionar y poder llegar a nuevos clientes, con nuevos sabores, nuevas promociones, ir actualizando periódicamente los sabores y la forma de producir.

Figura 3

redes sociales



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

Realizar publicidad para que nos conozcan en redes sociales

Tabla 23

Diseño de publicidad.

Objetivo	Estrategia	Proyectos Estratégicos	Medio Publicitario	Presupuesto Mensual	Presupuesto Anual	Responsable	Nombre de Indicador
Asignar presupuesto y comercialización.	Medir las ventas realizadas por la fuerza de venta	*Realizar campañas publicitarias. *Segmentación de público Objetivo.	stan de publica tiendeo Redes sociales: *Facebook. *Instagram.	\$200	\$2.400	Gerente de Marketing.	Peso del canal en función de ventas.
Obtener el número de pedidos rechazados por los clientes.	Obtener registro de los estados actuales en pedidos.	*Tener base de datos de clientes. *Contacto con los clientes en tiempo oportuno.	*Llamadas telefónicas. *Mensajes.	\$100	\$1.200	Gerente de ventas.	Pedidos rechazados.
Creación de página web.	Creación de sitio web llamativo para el cliente.	*Obtener ideas preliminares para el diseño de una página web.	*Internet.	\$75	\$900	Gerente de Marketing.	Diseño y control de página web.
Total				\$375	\$4.500		

Fuente: Investigación propia

Elaborado

por:

El

autor

1.9. Canales de Distribución

Teniendo en cuenta lo anterior, Pupi Exotic ofrece sus servicios de manera directa, eliminando intermediarios y especulaciones, brindando el beneficio de la confianza desde el punto de vista del cliente.

1. La venta de productos o servicios será directamente a través del vendedor a su llegada o se ofrecerán dentro de su negocio.
2. La fábrica tendrá un vehículo interno con un camión que entregará su pedido en las ubicaciones especificadas.
3. La atención será personalizada con un servicio de alta calidad demostrando cordialidad, eficiencia, rapidez, empatía, entre otros, a través de personal capacitado.

1.10. Seguimiento de Clientes

Para hacer un seguimiento detallado a los clientes desde el despacho de los productos hasta su llegada, crear base de datos con la información básica para contactarlos, y periódicamente una encuesta para medir el nivel de satisfacción.

Figura 4. Seguimiento de Clientes

Prioridad	Nombre Completo	Tipo de cliente			Responsable			email	Telf. contacto		Última visita
		Frecuente	Ocasional	Prospecto	Administrador	Vendedor	Facturación		Convencional	Móvil	Fecha

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1.11. Especificar mercados alternativos

En el caso que el proyecto no cumpla con los objetivos planteados, se reforzará el negocio viendo que producto parte de las pulpas se puedan fabricar en el momento. También se analizará la posibilidad de apertura puntos de ventas en la cuida de Quito.

CAPÍTULO II

2 Operaciones

2.1 Objetivos del Capítulo.

En el siguiente capítulo identificaremos los procesos correspondientes para cada área de la empresa, con la ayuda de herramientas administrativas como, mapa de procesos, flujogramas, la ubicación de las instalaciones, implementación de metas de producción a futuro y su distribución que permite a los directivos tener una idea más clara sobre los objetivos y la toma de decisiones.

2.2 Descripción del proceso.

2.2.1 Descripción de los procesos de transformación del bien, servicio.

Un mapa de procesos es una representación gráfica en cómo se ejecutan los diversos procesos que tiene una empresa, estos se agrupan según su origen, en el cual se encuentran los procesos gobernantes o estratégicos, por otra parte, se encuentran los procesos claves operativos (Alarcón, Alarcón, P., & Guadalupe, S., La elaboración del mapa de procesos para una universidad ecuatoriana, 2020).

Para la producción y preparación de alimentos, es necesario examinar cada proceso y su interrelación, incluidos los subprocesos, considerando si son principales o secundarios, cada vez que la planificación estratégica toma en cuenta los enfoques operativos y de soporte. De acuerdo a Basta et al., (2015) con estos elementos bien definidos, se elabora un mapa de procesos, direccionando la información para el desarrollo y ejecución de las actividades, las cuales se aplican como estrategia para generar ventajas competitivas, así como detectar oportunidades para la empresa, también permite a la administración un manejo adecuado de los recursos, funciones y responsabilidades en cada acción dentro de la empresa.

El proceso de producción a poner en práctica permitirá controlar y cumplir todas las especificaciones secuenciales y transformar la materia prima en pulpas como producto final, estableciendo estándares de calidad.

Se tomará en cuenta el siguiente proceso:

1. Inicia el proceso con la gestión de abastecimiento, que se encarga de la adquisición de las materias primas.
2. Sigue la gestión de alimentos como, frutas, agua y otros elementos naturales y químicos como la vitamina c, el cual se ejecuta la preparación de pulpas y bebidas para los clientes.
3. La gestión de calidad de servicio tiene como objetivo la responsabilidad de vigilar que las pulpas se encuentren en buen estado, condiciones y cumpla con las demandas o pedidos que sean los correctos, cumplan con los estándares adecuados de calidad y esta sea de óptima calidad para el cliente.
4. Finalmente está la Limpieza, Higiene y Sanitización, que no puede faltar en la fábrica y trabajadores, porque forma parte de la imagen de la salubridad y presentación tanto del aspecto físico de la infraestructura, como de las condiciones higiénicas que garantizan la preparación, servicio y consumo de pulpas.

En cuanto a los procesos de apoyo, se encuentra en primer lugar la Gestión Administrativa, encargada de los protocolos y funciones de la empresa, la Gestión de talento Humano, que se encarga en la selección, contratación, evaluación, capacitación y manejo del personal, la Gestión Financiera, que ejecuta y vigila los aspectos económicos y financieros de la empresa, para culminar.

Detalle del proceso de producción

A continuación, se procede a la descripción de cada una de las actividades para el proceso de elaboración de los alimentos.

- **Solicitar la materia prima:** la persona encargada es el jefe de planta, solicitará con la debida anticipación al departamento de logística la materia prima requerida para la elaboración de las pulpas.
- **Recepción y verificación de materia prima:** El administrador será el responsable de recibir los pedidos de materia prima, luego se procede a su debida verificación para garantizar que los productos estén acorde a calidad, cantidad y peso solicitados. En caso de que exista algún inconveniente con la materia prima se devolverá al proveedor para su respectivo cambio.
- **Almacenar la materia prima:** Por orden del administrador, el contador realiza el registro de ingreso de materia prima al inventario. El asistente de logística tiene la responsabilidad de llevar al almacenaje tanto en la bodega como en el cuarto frío. A partir de ese momento el jefe de área fabricación tendrá los productos listos para la elaboración de las pulpas.
- **Servicio al cliente:** La prestación del servicio da inicio con el ingreso a fabrica cliente (bodegas), inmediatamente se le dará bienvenida al cliente, invitándolo a conocer los diferentes sabores que tenemos en nuestra producción.
- **Selección de los ingredientes para la elaboración de Pulpas:** según el cliente se decida por alguno de nuestros sabores, se verifica la disponibilidad de las pulpas para proceder al respectivo despacho del producto.
- **Preparación de las pulpas:** Se solicita a bodega, a continuación, se confirma el pedido realizado por el cliente, si no llegaría a ver las cantidades o sabores solicitados se le tomará una nota al cliente y se podrá hacer para poder despachar, este proceso se les comenta que puede tardar hasta 24 en elaborar para la respectiva entrega.







- **Solicitud de factura:** el cliente puede solicitar la factura si desea, en ésta se prepara la factura, se verifica el pedido y se procede a la elaboración del documento que será entregado al cliente al momento de la entrega del producto, si está de acuerdo se procede al pago, de existir algún desacuerdo, se verifica nuevamente los datos y se vuelve a elaborar la factura, una vez que el cliente cancela, se da por terminado el servicio y salida del cliente.

Flujograma

Según López (2016) dice que un flujograma es una representación gráfica de una secuencia de actividades que forman un proceso determinado. Es decir, el flujograma consiste en representar gráficamente situaciones, hechos, movimientos y relaciones de todo tipo mediante la utilización de símbolos. (p.94)

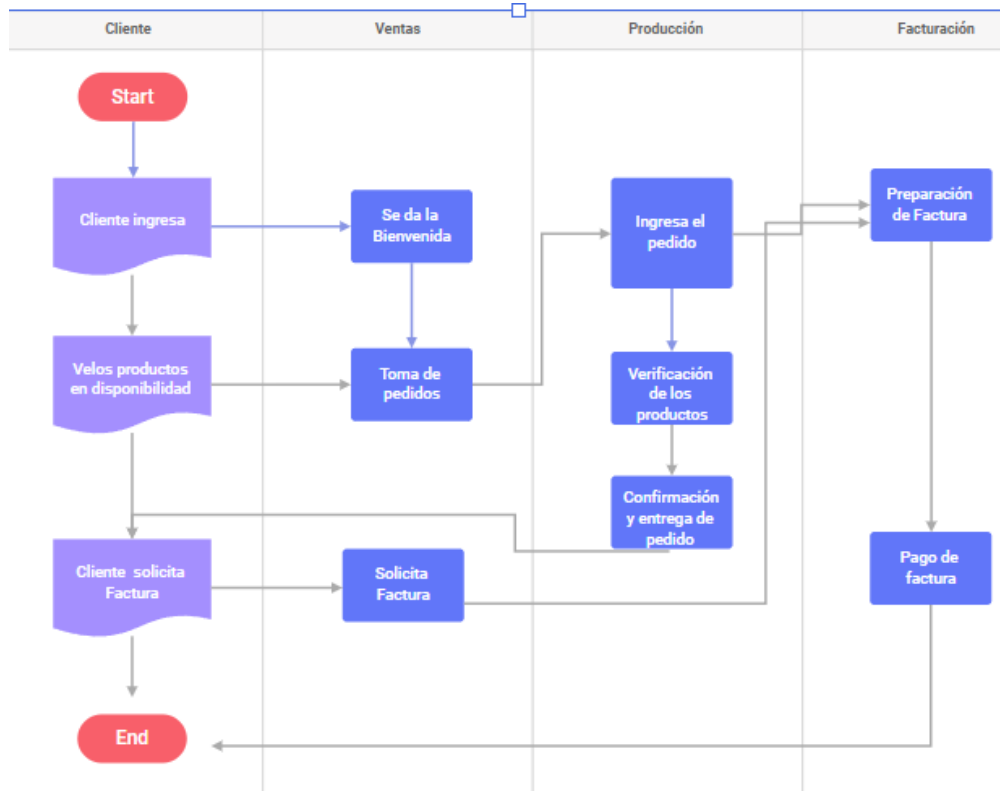
Tabla 24

Diagrama
Simbología de flujogramas

Símbolo	Nombre	Función
	Inicio/ Final	Muestra el inicio y final de un proceso
	Líneas de flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones. La flecha indica la siguiente instrucción
	Entrada / Salida	Representa la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación
	Decisión	Es el análisis de una situación, con base en los valores verdadero y falso
	Documentos	Representa los documentos usados durante el proceso

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El autor

Ilustración 6 Flujo grama



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

La simbología facilita la lectura de las actividades dentro de un proceso, son figuras geométricas, que, a nivel de la administración y manejo de la calidad, son de uso común,

1 bodega realiza la adquisición de materia prima
2 producción realiza orden de producción y solicita materia prima
3 bodega entrega materia prima de acuerdo a orden de producción
4 producción lava la fruta
5 producción una vez lavada la fruta, procede a elaborar las pulpas
6 producción manda a bodega para guardad en las neveras las pulpas
7 una vez las pulpas listas se procede a la venta
8 se despacha y factura las Pulpas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

En la Tabla, se enuncian los ingredientes comunes para la preparación de algunas pulpas

Tabla 25

Proceso de preparación de las Pulpas Mango Coco

Mango Coco	-	<ul style="list-style-type: none">• Recepción de los ingredientes• Verificar el estado de los ingredientes• Lavar las frutas• Se pre selecciona las frutas que están listas para la elaboración• Una vez seleccionada las frutas se procede a pelar• Se sustrae las sustancias de las frutas• Se vierte en contenedores sellados para que no se dañe• Se hace mezcla las frutas• Se pone una mínima cantidad de agua• Pones la vitamina C para que las pulpas tengan durabilidad de 1 año• Empacamos en presentaciones de 100ml a 1k• Se las pone en cámaras frías
-----------------------	---	---

Tabla 26

Procesos de Servicio al Cliente

Servicio Cliente	al	<ul style="list-style-type: none">• Ingresa a bodegas o se realiza el pedido por teléfono• Tomamos los pedidos• Verificamos disponibilidad del producto• Recoger o enviar el pedido• Se pide datos para las facturas• Se procede con la elaboración del pedido• Solicitar la cuenta• Entregar la factura• Pagar pedido
-----------------------------	----	--

Fuente: Investigación Propia

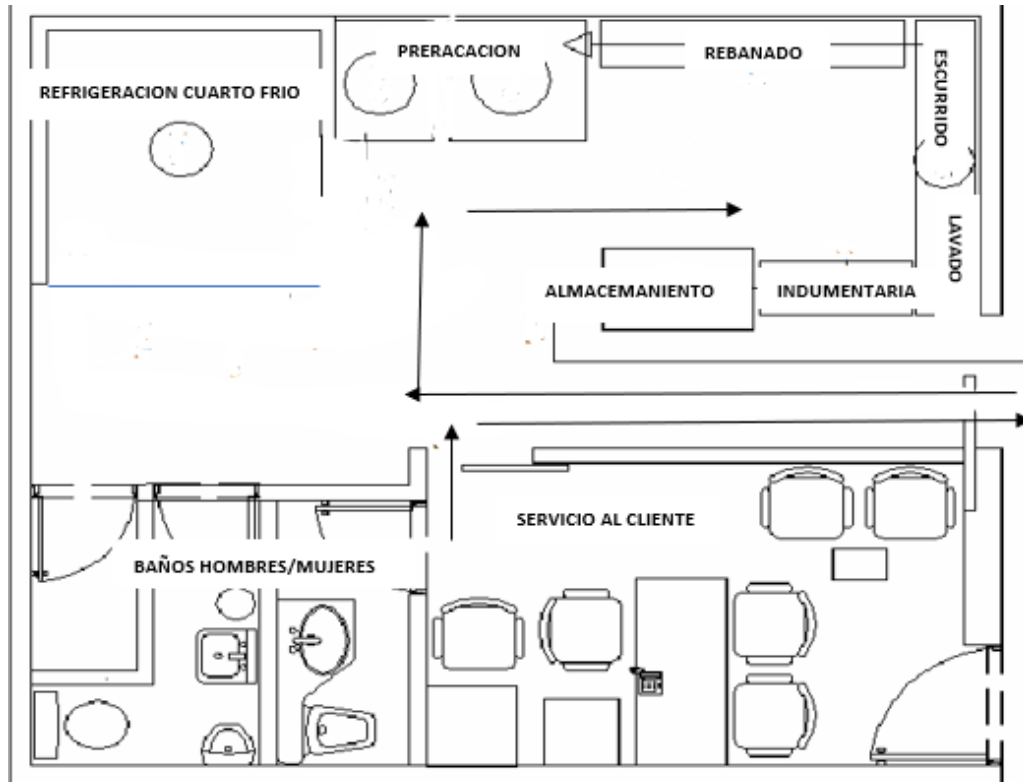
Elaborado por: El autor

2.1.1 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

El espacio físico es muy importante, debido a que la infraestructura debe considerar varios espacios como zonas de bodegas para alimentos fríos, preparación previa, recepción de materias primas, bodega y cámara de frío, lavado de vajilla, así también una zona para entregas o despachos de mercadería.

Instalaciones

Ilustración 7 Instalaciones



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

En el presente gráfico se detalla la ubicación de cada área que compone la fábrica en donde se elabora las pulpas.

- Partes Interna:

Atención al cliente




Área de almacenamiento
 Área de la indumentaria
 Área de lavado
 Área de escurrido
 Área de rebanado
 Área de preparación
 Cuarto frío
 Baños

- Parte Externa

Parqueaderos

Tabla 27

Descripción de equipo.

Preparación de frutas	Mesa de trabajo		Acero inoxidable Con bordes redondeados, antideslizantes, con bandeja de apoyo Dimensiones; 2000 x 750 x 1000 mm
Limpieza y lavado de alimentos,	Lavabo 2 pozos		Marca Tecnixox Fabricado en acero inoxidable, desmontable, con grifo en cada pozo Dimensiones 900 x 750 x 600 mm
Preparación de líquidos	Licuadora		Licuadora volcable Metvisa LIC-8, capacidad 8 lts, motor ¾ HP, 110V con recubrimiento de acero inoxidable Medidas: 760 x 230 x 230 mm

Almacenamiento de productos

Cuarto frio



Son recintos cerrados donde la temperatura no puede ser superior a los 16° C.

Pelador industrial

Pelador de frutas





POTENCIA 1,1 Kw
Acero Inoxidable 304 y tiene certificado
CAPACIDAD 500 - 600 PCS/H
DIEMENSINES DEL EQUIPO 1100 x 500 x 1500 mm
PESO NETO 100 Kg
APLICACIÓN Pela Piña, papaya, melón, sandía, calabaza, etc.

Embazar y sellar el producto final

Embazar y sellador de frutas



Una velocidad promedio 25-35 BPM.
*Las velocidades deben servir como guía, la velocidad final la determinará el volumen, el material de empaque y las características físicas del producto específico del cliente.

Actividad	Equipo	Características
<p>Almacenar información estadística de los clientes, realizar pronósticos de ventas, buscar nuevos clientes. Procesar información de cada área</p>	<p>Computadora Hp</p> 	<p>Conexión alámbrica y tecnología inalámbrica Tarjeta de memoria 5 en 1 Cuatro puertos USB Puerto VGA Puerto HDMI 15,59 pulgadas de largo 11,22 pulgadas de profundidad 1,31 a 1,66 pulgadas de alto Tapa cerrada Procesador Mobile AMD Turión 64 X2</p>
<p>Imprimir documentos con validez tributaria, comprobantes de ingresos, proformas, presupuestos y documentos varios.</p>	<p>Impresora EPSON L355</p> 	<p>Multifuncional con tanque a inyección de tinta Copiadora Escáner Conexión Inalámbrica Contiene cable de alimentación Cable USB CD con drivers Software OCR</p>

Fuente: Mercado Libre,2021

Elaborado por: El autor

Descripción de personas.

Para la fabricación y despachos se contará con personal capacitado en todas las áreas, cuyas funciones, actividades y responsabilidades estarán definidas.

El número de personas que integraran se lo detalla a continuación y se establecen los tiempos en función de una jornada de trabajo.

Tabla 28

Descripción de actividades del personal

Actividad	Tiempo	No. Personas	Horas-hombre
Recepción de materias primas	Jefe de bodega	1	0.50 h
Selección de ingredientes	Ayudante 1	1	0.50 h
Preparación de equipos y máquinas	Ayudante 2	1	0.50 h
Preparación de herramientas y utensilios	Ayudante 3	1	1.50. h
Preparación	Jefe ayudante (1y2)	3	7 h
Limpieza de máquinas y equipos	Ayudante 3	1	1.50h
Limpieza de herramientas y utensilios	Ayudante 3	1	1.50 h
Inventario	Ayudante 3	1	2.50h
Otras tareas	Ayudante	1	2.0h
Planificar y controlar	Jefe de ventas	1	2.0h
Proporcionar apoyo en las gestiones de ventas	Jefe de ventas	1	4.0h
Control de resultados	Jefe de ventas	1	1.0h
Ruta de ventas	Jefe de ventas	1	1.0h
Trabajo de campo	Vendedor 1,2,3	3	8.0h

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

2.1.1 Tecnología a aplicar

Se hará uso de las nuevas tecnologías como las aplicaciones para teléfonos inteligentes, con el fin de adecuar el modelo de negocio a la era digital, aplicando la estrategia del delivery, para la entrega a domicilio, especialmente por lo momentos y circunstancias que se viven en la ciudad y el país, debido a la pandemia causada por el Coronavirus o Covid19 (Ballarin, 2020).

Implementaremos una página web para que, el usuario tenga acceso a nuestro perfil, en donde se puede visualizar nuestros productos y a la vez comprar, también se cuenta con un módulo que describa la infraestructura del negocio.

2.3 Capacidad de Producción.

2.3.1 Capacidad de Producción Futura.

La definición de la capacidad de producción, permite a la empresa PULPI EXOTIC, planificar sus operaciones diaria, mensual y futuras, así como una aproximación de los ingresos y egresos que tendrá el negocio, como resultado de sus actividades en el mercado, en el caso del proyecto el volumen de productos elaborados, en un tiempo determinado, considerando la capacidad física del local.

Tabla 29

Capacidad de producción (Exportación)

Capacidad Futura	Capacidad de producción diaria	Capacidad de producción mensual	Capacidad de producción anual
2021	666	20.000	240.000,00
2022	1.000	30.000	360.000,00
2023	1.333	40.000	480.000,00
2024	1.666	50.000	600.000,00
2025	2.000	60.000	720.000,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

Tabla 30

Capacidad de ventas (Exportación)

Capacidad Futura	Vendedores	Meta vendedor	por	No. mensuales	Ventas	No. anuales	Ventas
2021	3	5.000		15.000			180.000,00
2022	3	7.000		21.000			252.000,00
2023	5	8.000		40.000			480.000,00
2024	5	9.000		45.000			540.000,00
2025	5	11.000		55.000			660.000,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

2.3.2 Ritmo de producción

El ritmo de producción en fabrica se basa en el cálculo del tiempo que tarda en prepararse las pulpas, el cual estará a cargo de los operarios, sin embargo, los tiempos pueden disminuir, debido a que pueden ser varios clientes que desean los mismos sabores, por lo tanto, se tiene preparado con anticipación bajo pedidos y cantidades altas, y estarían procesando para más pedidos lo que nos lleva a tener los implementos necesarios en bodegas.

Tabla 31

Ritmo de producción

Actividad	N.º de personas	Tiempo promedio	Ritmo de trabajo
Recepción de pedidos		3 minuto	Normal
Selección de ingredientes e insumos		20 minutos	Normal
Preparación en caso de no estar en stock		48horas	Normal
Entrega de mercadería		Depende de cuanto producto	Normal

Elaborado por: El autor

2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción.

2.4.1 Especificación de las materias primas

En la tabla#29 se describen los recursos necesarios para desarrollar las pulpas

Tabla 32

Materias primas y grado de sustitución

Materia Prima	Proveedor	Grado de sustitución
Manzana, guanábana, maracuyá, naranjilla etc.	Mercado Mayorista	Medio
Químicos	Botica Alemana	Medio
Agua	Purificadora la Prensa	Alto
Verduras y vegetales	Mercado Mayorista	Medio
Lácteos	Pasteurizadora Quito	Medio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Fuente: Principios contables: Los mejores consejos y trucos para Principios contables

(Becker, 2020)

2.5 Calidad.

2.5.1 Método de Control de Calidad.

El principal método de control de calidad que se planea implementar en el servicio postventa es una encuesta de satisfacción del cliente, la cual tiene como objetivo determinar la calidad de la información y experiencia brindada al cliente, así como el período de tiempo que el cliente utiliza nuestro servicio. . cliente.

Para el control de calidad, generalmente se utilizan formatos denominados listas de verificación o check list, pueden ser analógicos o digitales, controlan actividades que se repiten de manera periódica, permite además, comprobar de una manera ordenada el cumplimiento de requisitos, generando un control sistemático, el cual levanta información relevante de una manera sencilla, fácil y trata de interferir lo menos posible con las actividades (ESCUELA EUROPEA DE EXCELENCIA, 2020).

La lista de verificación permite a la empresa mantener un orden y verificar si se cumplen los parámetros de control en las diferentes actividades antes y después de trabajar en la planta de producción

Tabla 33

Lista de verificación

Preparación y organización	L		M		M		J		V		S		D	
	C	NC	C	NC	C	NC	C	NC	C	NC	C	NC	C	NC
Estado de funcionamiento de luces														
Apagar luces que no sean necesarias														
Almacenamiento de utensilios														
Estado de funcionamiento de máquinas y equipos														

Estado de funcionamiento de herramientas																				
Estado de funcionamiento de extractor de olores																				
Estado y condición de alimentos para guardarlos (incluye fecha)																				
Estado y condición de aparatos y sistemas de refrigeración																				
Lista de preparación para equipo con materiales o insumos para el día siguiente																				
Estado y condición de utensilios para uso del personal																				

Tabla 34

Recepción de materias primas

1	Solicitar la entrega fuera de las horas pico, para realizar los controles de mercadería adecuados.
2	Planificar las recepciones de los productos, asegurando un lugar disponible y en buenas condiciones para almacenar los productos
3	Verificar las características de los productos como son el olor, color, sabor, aroma y textura que correspondería a cada tipo de producto ya que si no están óptimos los productos puede a ver un mal sabor
4	Verificar la temperatura de los alimentos de acuerdo a las pautas para una mejor conservación en congelación, refrigeración, al ambiente
5	Almacenar los alimentos en lugares apropiados y en temperaturas indicadas para conservar los alimentos.
6	Evitar sobrecargar las cámaras de refrigeración, porque esto reduce la circulación del frío y dificulta que los productos se puedan conservar de una bien manera.
7	Se debe tener en cuenta las recomendaciones de los fabricantes de los equipos acerca de los lugares donde se deben acomodar los alimentos.
8	Evitar guardar alimentos calientes, porque esto hace que la temperatura de la heladera suba y así afectar tantos como los productos a la cámara de refrigeración.
9	Todos los alimentos almacenados deberán estar debidamente sellados para evitar daños.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

CAPITULO III

3 Organización y Gestión

3.1 Objetivo del capítulo.

Analizar y plantear la estructura de la organización, a partir del organigrama y descripción del puesto, a su vez, brindar herramientas de control basadas en indicadores para una buena gestión del puesto de trabajo.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos.

3.2.1. *Visión de la Empresa.*

Ser una empresa reconocida en los próximos 5 años, a nivel nacional e internacional, por comercializar excelentes productos elaborados a base de frutas exóticas de excelente calidad.

3.2.2 *Misión de la Empresa.*

Somos una empresa dedicada a la producción de pulpas exóticas con ingredientes propios del Ecuador, que busca liderar el mercado generando fuentes de trabajo, para satisfacción de nuestros clientes y trabajadores brindando un servicio de excelencia.

Valores corporativos:

- Respeto: Considera siempre los valores personales, éticos y morales, demostrando respeto a los clientes.
- Servicio: Garantiza la calidad, buen trato y precios justos, siempre buscando la satisfacción y fidelización de los clientes.
- Creatividad: Permite la creatividad de los colaboradores para la mejor atención posible y presentación de los productos.

- Compromiso: Brindar una experiencia de sabor y calidad única para nuestros clientes.

3.2.3 *Objetivos y Estrategias*

Análisis FODA

A través del análisis FODA, identificamos las fortalezas, oportunidades y amenazas del negocio, lo que se traduce en el desarrollo de estrategias, para poder utilizarlas en este negocio.

Tabla 35

Matriz FODA

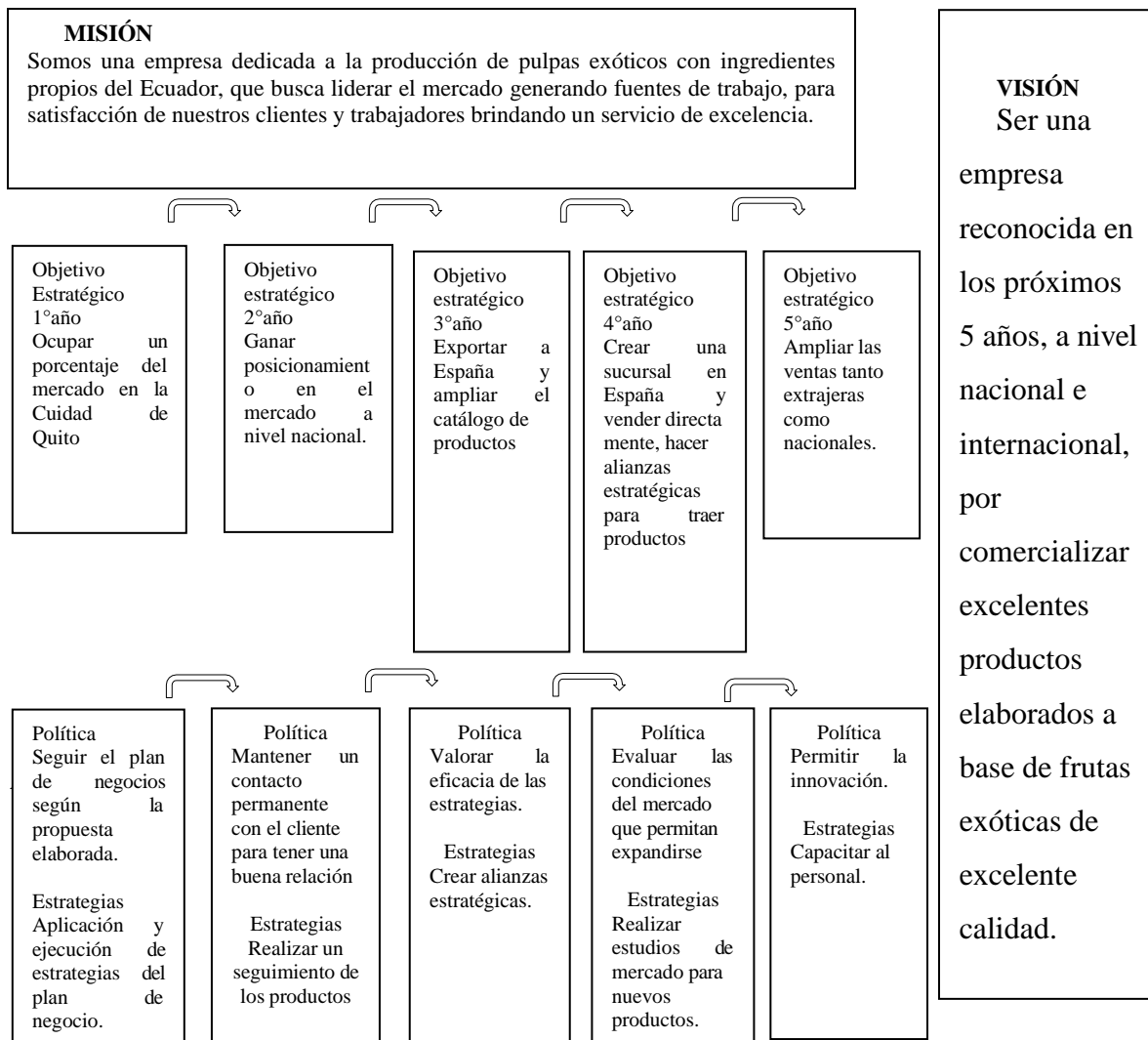
FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Conocimiento sobre el negocio.	1. Empresa nueva en el mercado.
2. Oferta única para la elaboración de los diferentes sabores	2. Limitada capacidad de inversión inicial.
3. Precios asequibles y competitivos acorde al mercado.	3. Personal no familiarizado con los nuevos sabores de las pulpas
4. Tener ideas novedosas para nuevos productos	4. Bajo posicionamiento al inicio de operaciones
	5. Mucha competencia en el país
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Incremento de las personas en consumir alimentos sanos	1. Incremento de precios de materias primas por variación de la inflación.
2. Amplia cartera de proveedores de materias primas.	2. Incremento de medidas sanitarias por pandemia Covid19
3. Aceptación de los clientes por ser un producto novedoso y sano.	3. Incremento de competencia.
	4. Disminución de la capacidad adquisitiva de los clientes por el Covid19

Elaborado por: El Autor

3.2.3 Objetivos y Estrategias.

Tabla 36

Objetivos estratégicos



Fuente: investigación propia

Elaborado por: El autor

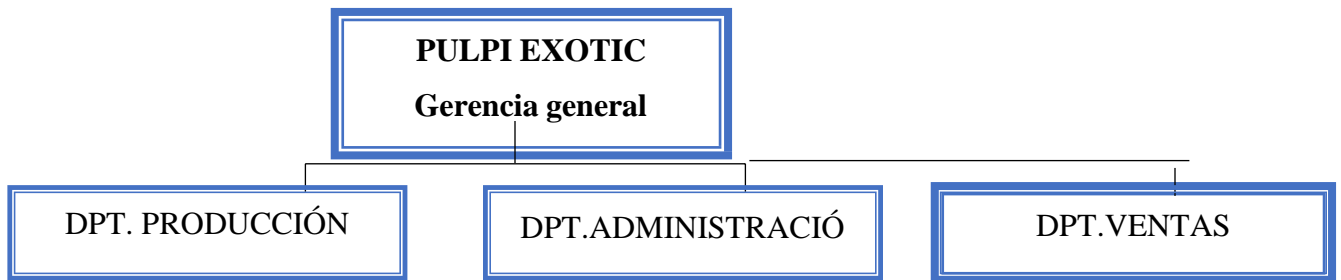
3.3 Organización Funcional de la Empresa.

3.3.1 Organización Interna.

Organizar los recursos humanos de una empresa es indispensable para cumplir objetivos y metas trazadas, en el cual consten procedimientos, normas y responsabilidades, tratando de coordinar todas las áreas que componen a una empresa (Moran, Peredo, & Guerrero, 2020).

En la Fabrica contamos con una estructura como es el Departamento de Administración, encargado de poner en marcha toda la empresa, estará acompañada por el área de Producción, en cuanto al área de atención al cliente, que es facturación de ventas, productos y redes sociales.

Figura 1
EMPRESA PULPI EXOTIC
Organigrama Estructural

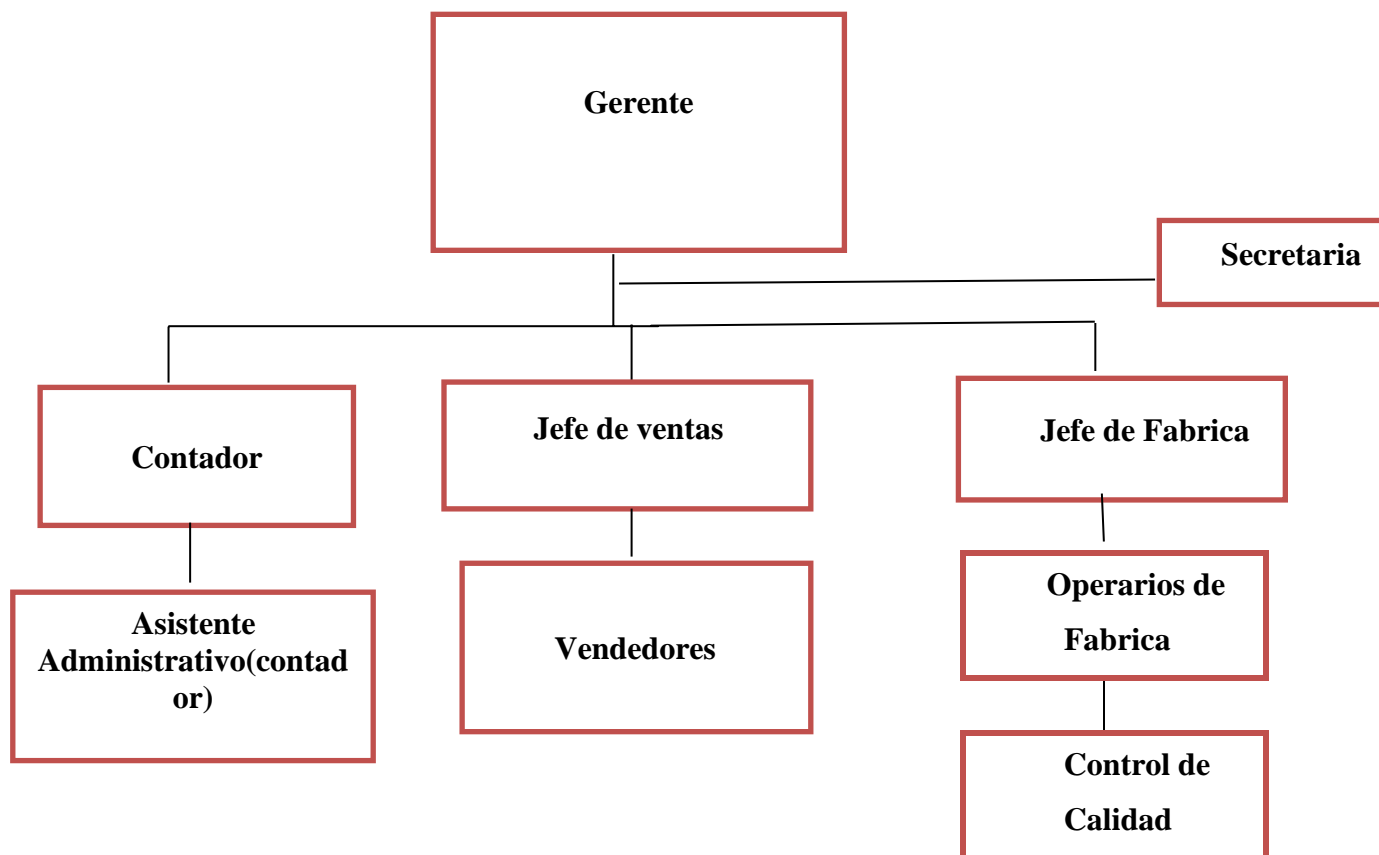


Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

EMPRESA PULPI EXOTIC
Organigrama Funcional

Figura 2



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

3.3.2 Descripción de puestos.

Las descripciones de puestos son esenciales para establecer una buena organización de funciones y actividades, lograr cumplir con las metas de coordinación y lograr alcanzar metas establecidas por la empresa.

Tabla 37

Número de trabajadores.

Cargo	# Talento Humano	Funciones	Costo Fijo/ Variable
Gerente General	1	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar las actividades de todas áreas que la empresa • Analizar alternativas para mejorar los procesos en los departamentos • Planificar funciones y actividades con cada área • Definir metas y objetivos de la empresa • Crear nuevas estrategias para conquistar nuevas 	Fijo
Secretaria	1	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir mensajes y llamadas para el gerente • Coordinar reuniones internas y externas • Recordar las fechas de planificación de GM 	Fijo
Contador	1	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar declaraciones del SRI • Control y asesorar al gerente sobre procesos internos de la empresa 	Variable
Asistente Contable	1	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresar documentos con validez tributaria • Verificar cuentas por cobrar y por pagar • Archivar documentos de la empresa • Realizar roles de pagos • Controlar el cumplimiento de contratos de trabajo 	Fijo
Vendedor	5	<ul style="list-style-type: none"> • Enviar encuestas al público objetivo • Analizar los resultados de la tabulación • Enviar publicidad a clientes potenciales • Vender los productos • Lograr los objetivos de ventas establecidos por el • Realizar segmentación de mercado • Aportar nuevas ideas a la empresa 	Fijo

Operarios	4	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de productos • Limpieza de fábrica • Producto de almacén Verifica que los productos estén en buenas condiciones.	Variable
Total	13		

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

Tabla 38

Descripción del puesto de Gerente General.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Gerente General

Jefe inmediato superior: Junta de Accionistas

Supervisa a: jefes de cada departamento

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Coordinar y controlar actividades relacionadas con la empresa, con el objetivo de evitar errores y optimizar el tiempo de trabajo de cada uno de los colaboradores.

III FUNCIONES

- Controlar actividades las áreas que compone la empresa.
- Verificar alternativas para mejorar procesos en los servicios.
- Planificar actividades con los jefes de áreas
- Crear nuevas estrategias para poder captar más clientes.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ingeniería

Experiencia: 1 o 2 años

Habilidades: Pensamiento crítico, Analista, Autocontrol, Creatividad.

Formación: Ingeniería en Administración de empresas o Finanzas

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

Tabla 39

Descripción del puesto de secretaria.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: secretaria

Jefe inmediato superior: Gerente General

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Coordinar y brindar soporte a las actividades de la empresa, relacionadas directamente con la gerencia general.

III FUNCIONES

- Recibir mensajes y llamadas para la gerencia
- Coordinar reuniones internas y externas
- Recordar fechas de agendamiento del gerente general
- Brindar soporte al gerente general.
- Presentar reportes generales de la empresa.
- Dar hojas de rutas al mensajero
- Receptar los pedidos

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Bachillerato General

Experiencia: 1 o 2 años

Habilidades: Pensamiento crítico, tolerancia, autocontrol.

Formación: Segundo Nivel

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 40

Descripción del puesto de Asistente Administrativa

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Asistente Administrativa

Jefe inmediato superior: Gerente General

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Brindar soporte a las funciones del área administrativa

III FUNCIONES

-
- Ingresar documentos con validez tributaria
 - Verificar cuentas por cobrar y por pagar
 - Archivar documentos de la empresa
 - Realizar roles de pagos
 - Controlar el cumplimiento de contratos de trabajo

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ingeniería o Licenciatura en administración

Experiencia: 1 o 2 años

Habilidades: Tolerancia, organización, ser proactivo

Formación: Tercer Nivel

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 41

Descripción del puesto de Vendedor.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Vendedor

Jefe inmediato superior: Gerente General

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Comercializar los productos de la empresa

III FUNCIONES

-
- Enviar encuestas a público objetivo
 - Analizar resultados de tabulación
 - Enviar publicidad a posibles clientes
 - Vender paquetes de servicios
 - Cumplir metas de ventas establecidas por la gerencia.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Bachiller

Experiencia: 1 o 2 años

Habilidades: Tolerancia, tener organización, ser proactivo, negociación.

Formación: Segundo Nivel

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 42

Descripción Operarios.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Operarios

Jefe inmediato superior

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Desarrollar los productos de la empresa PULPI EXOTIC para la venta

III FUNCIONES

•Operar las maquinarias

•Embazar, guardar, refrigerar los productos

• Limpiar bodegas, cámaras, lugar de trabajo

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Bachiller

Experiencia: 1 o 2 años

Habilidades: Tolerancia, organización, ser proactivo, creatividad, comunicación asertiva

Formación: Segundo Nivel

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

3.4 Control de Gestión.

3.4.1 Indicadores de Gestión.

.

Para asegurar y medir el desempeño de la Planta de Pulpas se proponen varios indicadores, tanto administrativos, como de producción y ventas, que se consideran indicadores claves en la gestión de las operaciones comerciales de la fábrica.

Aplicar los indicadores de gestión en un proyecto de negocios tiene varios beneficios debido a que estos son capaces de dar como resultado comparaciones estadísticas entre variables, haciendo más sencillo el procedimiento de control en una actividad específica (Álvarez, 2017)

Tabla 43

Indicadores de Gestión.

ÁREAS	NOMBRE	INDICADOR
Administración	Eficiencia de actividades	Utilidad neta del activo
Gerencia General	Cumplimiento de objetivos estratégicos	Volumen de ingresos por ventas, porcentaje de productos por defecto
Comercialización	Cuota de mercado	Ventas en USD de la empresa / Ventas en USD en el mercado total
Comercialización	Satisfacción del cliente	Numero o porcentaje de clientes satisfechos
Administración	Horas de capacitación	Las utilidades de la empresa, para el presupuesto de capacitación.
Administración	Clima laboral	#empleados satisfechos/#total de empleados
Investigación	Participación de ventas por Promociones	#ventas concretadas con promoción *100%/#Total de ventas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

3.5 Necesidades del personal

1.

Para la empresa PULPI EXOTIC, mantendremos igual el número de personas hasta el segundo año, con el fin de estabilizar el área económica y conocer el comportamiento de la

audiencia, a partir del tercer año habrá un plan para incrementar los vendedores, debido al incremento que existe en la demanda. Si hay la necesidad se incrementara en los próximos 4 y 5 años para expandirse a Ecuador y España como está previsto, por lo tanto, en el Área de fábrica Operarios también hay planes de incrementar el personal a partir del tercer año.

Tabla 44

Necesidades del personal.

	Gerencia	Secretaira	Asiste. Administrativa	Vendedor	Operarios
Año 1	1	1	1	5	4
Año 2	1	1	1	5	4
Año 3	1	1	1	9	6
Año 4	1	1	1	12	8
Año 5	1	1	1	15	10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

CAPITULO IV

4 Jurídico Legal

4.1 Objetivos del capítulo.

Establecer la forma jurídica sujetos a las leyes, normas gubernamentales y municipales que rigen este tipo de negocio, con el objetivo de enlazar y coordinar metas, de acuerdo al modelo de negocio elegido.

4.2 Determinación de la forma jurídica.

En el Ecuador de acuerdo al Art. 2 de la Ley de Compañías, están vigentes cinco formas de constituir una empresa legalmente, éstas son la Compañía Anónima y de Economía mixta, Compañía en Comandita Simple y dividida por acciones, Compañía en nombre colectivo, Compañía de responsabilidad limitada y Compañía accidental o cuentas en participación, siendo la Superintendencia de Compañías el organismo encargado de su vigilancia y control (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, 2020).

En la siguiente ilustración se muestran los requisitos necesarios para la constitución de la empresa De pulpas exóticas

Tabla 45

2. Requisitos Para Constituir Una S.A.S

1. Certificado electrónico de accionista Firma electrónica - Ver anexo

2. Reserva de denominación

3. Contrato o escritura bajo firma privada

4. Nombramientos

5. Solicitud de registro con la información necesaria para el registro en el sistema, es decir:

- a. Tipo de solicitante**
- b. Nombre completo**
- c. Número de identificación**
- d. Correo electrónico**
- e. Teléfono convencional, teléfono móvil**
- f. Provincia**
- g. Ciudad**
- h. Dirección**

Copia de cédula de identidad y pasaporte

Fuente: (SUPERCIAS, SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS VALORES Y SEGUROS , 2021)

Elaborado por: El autor

Tabla 46

3. Pasos Para Constituir Una S.A.S

1. Crear la reserva de dominio

- a. Ingresar el portal www.supercias.gob.ec
- b. Ingresar al portal de tramites en Sector societario
- c. Ingresar usuario y clave
- d. Escoger opción de reserva de dominio
- e. Ingresar opción constitución
- f. Seguir los pasos indicados en dicho proceso
- g. Escoger tipo de compañías S.A.S
- h. Termina el proceso de imprimir la reserva

2. Descarga formato de documento: Contrato, Nombramiento, Formulario Riesgos

- a. Ingresar el portal www.supercias.gob.ec
- b. Ingresar a guías del usuario y descargar los formularios
- c. Llenar la documentación soltada en los documentos descargados

3. Enviar al a cuenta de correo electrónico de la oficina correspondiente, los documentos obligatorios

- a. Enviar la solicitud de constitución
- b. Enviar el archivo PDF que contenga contrato privado/ escritura + reserva firmada electrónica debidamente
- c. Enviar un archivo PDF por cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente
- d. Enviar un archivo PDF que contengan los formularios de registro de los accionistas y administradores y las copias de las respectivas cedulas

4.

4. Con la solicitud recibida se creará un trámite de constitución S.A.S, la información referente al inicio al proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante
5. El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante dicha gestión de ser necesario se envía correos electrónicos la solicitante para solucionar cualquier observación del proceso,
6. Se procederá a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida

Nota: Los documentos habilitantes, corresponden a las personas originarias del Ecuador y no a Extranjeros.

Fuente: (SUPERCIAS, SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS VALORES Y SEGUROS , 2021)

Elaborado por: El autor

4.3 Registros de marcas.

El nombre de la empresa debe ser registrado como marca, por lo cual debe cumplir con registro de dominio en el Instituto de Propiedad Intelectual IEPI, Servicio de Rentas Internas, I. M. de Quito, con los pasos a continuación podremos registrar fácilmente la Marca

Tabla 47

5. Trámites para registro de la Marca

-
- 6. Una vez verificado en el listado de marcas que no están registradas o en trámites de registro el nombre de su marca, ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña**
 7. Del listado escoja la opción Solicitud de Signos Distintivos y proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos su marca
 8. Después de haber ingresado todos los datos
 9. Botón Guardar
 10. Botón Vista Previa
 11. Botón Generar Comprobante De Pago, que tiene un costo de 208.00
 12. Cancele en el Banco Pacifico
 13. Icono Inicio De Proceso

Ilustración 6 Pasos para solicitar trámite para registrar la marca

Fuente: (SUPERCIAS, SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS VALORES Y SEGUROS , 2021)

Elaborado por: El autor

4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales.

Para poder desarrollar nuestras actividades debe tener algunos permisos y licencias, estos son emitidos por entes de control como el Municipio de Quito y GAD.

Tabla 48

Permisos de Funcionamiento

1. **Patente Municipal**
 2. **Licencia Única de Actividades Económicas – LUAE**
 3. **Permiso de Funcionamiento de Ministerio del Interior o P.A.F (Permisos Anuales de Funcionamiento)**
 4. **Permiso de Funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)**
 5. **Registro de Alimentos y Bebidas en el Ministerio de Turismo (según categorización)**
 6. **Registro Turístico en Quito Turismo (según categorización)**
 7. **Permiso de funcionamiento en el Ministerio de Salud Pública (MSP).**
-

Elaborado por: El autor

Para obtener la Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de Actividades Económicas (LUAE), se necesitan realizar lo siguiente pasos:

Tabla 49

Permisos de LUAE

1. Ingresar a www.quito.gob.ec
 2. Elija la opción de servicios ciudadanos, con lo cual se despliega una nueva venta denominada portal admirativo municipal PAM.
 3. También puede acceder desde la dirección <https://www.gob.ec> opción servicio en línea y digitar LUAE en línea.
 4. Ingrese su usuario -número de RUC-y contraseña que al misma que utiliza parapara la declaración de la patente municipal
 5. Cuando haya entrado al sistema. seleccione el trámite a realizar, emisión o renovación, lea los requisitos.
-

-
6. Registre la información solicitada, ubicación del predio, datos generales, actividad económica y autorizaciones administrativas.
 7. Valide los datos proporcionales y valide la información.
 8. Hechos esto se genera el número de tramite con las siguientes opciones imprimir el formulario de solicitud de LUAE y declaración de rentas del cuerpo de bomberos.
 9. Imprima el formulario de solicitud de LUAE, al final encontrara el procedimiento de emisión a seguir todos los pasos hasta obtenerla
 10. Entrega el formulario firmado y la documentación solicitada según su proceso de emisión y a la autoridad otorgante que consta en el documento
-

Fuente: (CIUDADANOS, 2021)

Elaborado por: El autor

Para poder obtén los permisos de los bomberos y poder abrir la fábrica se necesita los siguientes requisitos.

Tabla 50

Permiso Bomberos

1. Solicitud de inspección del edificio
 2. Ruc escaneado en formato PDF
 3. Cedula de identidad del representante legal PDF
 4. Declaración de prevención LUAE
 5. Oficio de solicitud de servicios de prevención de incendios
 6. Entregar vía online <https://portalat.bomberosquito.gob.ec:8181/Documentos-war/solicitudVista.jsf>
-

Elaborado por: El autor

Para operara con normalidad ay registrar a la empresa en IESS se necesita la siguiente documentación.

Tabla 51

IESS afiliación de empleados y registro de empresa

1. Ingresa a la página web del IESS www.ess.gob.ec.
2. Seleccione la opción de registro de nuevo empleador.
3. Ingresa el número de RUC o cédula de ciudadanía y selecciona el campo al que pertenece.
4. Ingrese los datos requeridos marcados con un asterisco.
5. Complete el registro de empleador, imprima la solicitud de contraseña y el acuerdo de uso de información.
6. Acérquese a las dependencias del IESS al Centro de Atención Conjunta, trayendo los documentos solicitados, para obtener un código patronal.

Elaborado por: El autor

CAPITULO V

5 Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del capítulo.

Establecer la rentabilidad del plan de negocios empresa, así también como los costos y gastos que la empresa utilizará para su ingreso al mercado.

5.2 Plan de inversiones.

La inversión se realiza en un período de tiempo determinado y generalmente termina con un producto”.

En la siguiente tabla se observa el detalle para la inversión inicial, el cual como resultado indica un valor de \$ 2.292,50

Tabla 52

Gastos de Constitución del plan de inversiones

Cant.	Descripción	Valor unit USD	Total USD	TOTALE S USD
GASTOS DE CONSTITUCIÓN				2.292,50
Instalaciones y remodelaciones				2.104,50
Adecuaciones				1.752,00
4	Puertas de aluminio	150,00	600,00	
2	Baño y lavabo de manos	100,00	200,00	
4	Pintura	18,00	72,00	
1	Lavabos de acero	80,00		

			80,00
1	Mano de obra de adecuaciones	800,00	
			800,00
	Material eléctrico		252,50
10	Focos Led	3,25	
			32,50
1	Cableado energía eléctrica	100,00	
			100,00
8	Toma corrientes	10,00	
			80,00
8	Interruptores	5,00	
			40,00
	Constitución jurídica S.A.S	20,00	
			20,00
	Permisos Legales		268,00
1	Proceso y Trámite de registro de marca	208,00	
			208,00
1	Permiso de Cuerpo de Bomberos	20,00	
			20,00
1	Patente Municipal	40,00	
			40,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

En la tabla 44 se describe el cálculo del capital de trabajo y sus servicios.

Tabla 53

Capital de trabajo

Descripción	Valor unitario USD	Total USD	TOTALES USD
CAPITAL DE TRABAJO			25.000,00
COSTO DE PRODUCCIÓN		17.158,50	
Sueldos mano de obra directa	2.426,00	7.278,00	
Materiales indirectos	70,50	211,50	
Materia Prima	2.423,00	7.269,00	

Servicios básicos de producción	150,00	450,00
Arriendos	650,00	1.950,00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		6.030,00
Sueldos Administrativos	1.800,00	5.400,00
Servicios básicos	80,00	240,00
Suministros de oficina	50,00	150,00
Útiles de limpieza	80,00	240,00
GASTOS DE VENTAS		2.250,00
Publicidad y promoción	200,00	600,00
Distribución en ventas	550,00	1.650,00
TOTAL, INVERSIÓN INICIAL		25.438,50

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

El capital de trabajo se determina con un valor de 25.00.00 USD, mismo que está provisionado para salarios, materias primas, arrendamientos y costos básicos de los tres primeros meses de la empresa.

La inversión inicial total del proyecto de inversión se establece en USD \$ 25.438,50.

5.3 Cálculo de Costos y Gastos.

5.3.1 Mano de Obra

La siguiente tabla detalla el personal requerido para operar la empresa, especificando la remuneración que recibirá cada empleado.

Tabla 54

Rol de pagos.

Ord.	Apellidos y Nombres	Cargo	Código	SBU	Total	Varios	Descuentos 9,45%	Total	Valor a pagar	Valor anual
1	Trabaja dor A	Gerente General	G G1	\$850,0 0	\$850,00	\$0,0 0	\$80,3 3	\$80,33	\$769,68	\$9.236,1 0
2	Trabaja dor B	Secretaria	S 1	\$400,0 0	\$400,00	\$0,0 0	\$37,8 0	\$37,80	\$362,20	\$4.346,4 0
3	Trabaja dor C	Asistente Administrativa	A C1	\$425,0 0	\$425,00	\$0,0 0	\$40,1 6	\$40,16	\$384,84	\$4.618,0 5
4	Trabaja dor D	Vendedor	V 3	\$400,0 0	\$400,00	\$0,0 0	\$37,8 0	\$37,80	\$362,20	\$4.346,4 0
5	Trabaja dor E	Vendedor	V 2	\$400,0 0	\$400,00	\$0,0 0	\$37,8 0	\$37,80	\$362,20	\$4.346,4 0
8	Trabaja dor H	Vendedor	V 3	\$400,0 0	\$400,00	\$0,0 0	\$37,8 0	\$37,80	\$362,20	\$4.346,4 0
Total				\$2.875,	\$2.875,0	\$0,0	\$271,	\$271,69	\$2.603,32	\$31.239,

Fuente: (Ministerio de trabajo, 2020) **Elaborado por:** El autor

Tabla 55

Rol de provisiones.

Cargo	Provisi^on Patronal	SEC AP	IECE	XIII	XIV	Fondo de Reserva	Vacacion es	Total, Provisi^on	Costo MO
	11,15%	0,50	0,50%						
Gerente General	\$94,78	\$4,25	\$4,25	\$70,83	\$33,3	\$70,83	\$35,42	\$313,6	\$1.163,69
Secretaria	\$44,60	\$2,00	\$2,00	\$33,33	\$33,3	\$33,33	\$16,67	\$165,2	\$565,2
Asist. Administrativa	\$47,39	\$2,13	\$2,13	\$35,42	\$33,3	\$35,42	\$17,71	\$173,5	\$598,5
Vendedor	\$44,60	\$2,00	\$2,00	\$33,33	\$33,3	\$33,33	\$16,67	\$165,2	\$565,2
Vendedor	\$44,60	\$2,00	\$2,00	\$33,33	\$33,3	\$33,33	\$16,67	\$165,2	\$565,2
Vendedor	\$44,60	\$2,00	\$2,00	\$33,33	\$33,3	\$33,33	\$16,67	\$165,2	\$565,2
Total	\$319,97	\$14,38	\$15,38	\$239,57	\$200,07	\$239,57	\$119,81	\$1.152,28	\$4.023,28

Fuente: (Ministerio de trabajo, 2020) **Elaborado por:** El autor

De acuerdo con el salario prescrito para los empleados administrativos y no empresariales, más los regímenes de previsión social que establece la ley, la empresa cuenta con una nómina en USD. \$4,023.28, de actividad mensual.

5.3.2 Depreciación.

A continuación, se encuentra el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos, pertenecientes a la empresa.

Tabla 16

Cálculo de depreciaciones.

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Muebles y Enseres				\$ 147,50
Escritorios	10	\$ 670,00	10%	\$ 67,00
Sillas	10	\$ 280,00	10%	\$ 28,00
Muebles decorativos	10	\$ 100,00	10%	\$ 10,50
Archivadores	10	\$ 177,00	10%	\$ 17,00
Sillones	10	\$ 200,00	10%	\$ 20,00
Mesa pequeña	10	\$ 50,00	10%	\$ 5,00
Equipos de Computación				\$ 330,00
Computadores	de 3		33%	\$

escritorio		\$1.000,00		330,00
Equipos de Oficina				\$ 82,50
Impresora	3	\$ 250,00	33%	\$ 82,50
Maquinarias de fabrica	10	\$7.500,0	10%	\$ 750,00
Herramientas	5	\$ 900,00	20%	\$ 180
Total		\$3.672,00		\$ 1.490,00

Fuente Investigación Propia
Elaborado por: El autor

5.3.3 Proyección de la depreciación.

En la siguiente tabla se detalla la proyección de los valores obtenidos al momento de establecer la depreciación sobre los activos fijos de la empresa

Tabla 57

Proyección de la depreciación.

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	\$147,50	\$147,50	\$147,50	\$147,50	\$ 147,50
Equipos de Computación	\$330,00	\$330,00	\$330,00		
Equipos de Oficina	\$82,50	\$82,50	\$82,50		
Maquinaria	\$750,00	\$750,00	\$750,00	\$750,00	\$750,00

Herramienta	\$180,00	\$180,00	\$180,00		
Total	\$1.490,00	\$1.490,00	\$1.490,00	\$ 897,50	\$ 897,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El autor

5.3.4 Detalle de Costos.

En la siguiente tabla se detallan los costos que se encuentran relacionados para el desarrollo de las Pulpas

Tabla 58

Detalle de Costos

Descripción	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costo anual
Materia Prima					
Limón	Kilos	100	2,20	220,00	6.640,00
Guayanaba	Kilos	100	3,00	300,00	3.600,00
Guanábana	Kilos	80	3,80	304,00	3.648,00
Pepinillo	Kilos	60	1,50	90,00	1.080,00
Toronja	Kilos	90	4,00	320,00	3.840,00
Naranja	Kilos	100	0,50	112,00	1.344,00
Tomate de árbol	Kilos	100	2,23	223,00	2.676,00
Plátano	Kilos	90	1,25	112,50	1.350,00
Manzana	Kilos	100	1,46	146,00	1.752,00
Frutilla	Kilos	96	1,17	112,00	1.344,00
Mora	Kilos	90	2,00	180,00	2.160,00
Remolacha	Kilos	40	0,27	11,00	132,00
Mortino	Kilos	50	1,08	54,00	648,00
Babaco	Kilos	50	1,45	72,50	870,00
Totales				2.257,00	31.084,00
Materiales indirectos					
Guantes	Cajas	5	15,000	75,00	900,00
Mascarillas	Cajas	5	5,00	25,00	300,00
Cofias	Unidad	15	0,150	2,25	27,00
Totales				102,25	1.227,00
Mano de Obra Directa					
Supervisor	Unidad	1	650,00	650,00	7.800,00

Operario 1	Unidad	1	500,00	500,00	6.000,00
Operario 2	Unidad	1	500,00	500,00	6.000,00
Operario 3	Unidad	1	500,00	500,00	6.000,00
Totales				2.150,00	25.800,00
Arriendos					
Alquiler local	Unidad	1	700,00	700,00	8.400,00
TOTAL			700,00	700,00	8.400,00
Servicios básicos de producción					
Agua	mt3	600	2,00	60,00	720,00
Energía eléctrica	Kw / hr	3.000	6,00	180,00	2.160,00
TOTAL			8,00	240,00	2.880,00
Depreciaciones de producción					
Maquinaria y equipos	Unidad	1	7.500,0	62,50	720,00
			0		
Herramientas	Unidad	1	900,00	15,00	180,00
Totales				77,50	930,00
Mantenimiento de equipos e instalaciones					
Maquinaria y equipos	Unidad	1	7.500,0	16,66	200,00
			0		
Herramientas	Unidad	1	900,00	2,50	30,00
Totales				19,16	230,00
Seguros de equipos e instalaciones					
Maquinaria y equipos	Unidad	1	6.327,0	15,82	189,81
			0		
Herramientas	Unidad	1	872,00	2,18	26,16
Totales				18,00	215,97

Fuente: Investigación propia
Elaborado: El autor

5.3.5 *Proyección de Costos.*

Una vez obtenido el costo mensual, se detalla la proyección de los mismos para cinco años, en el cual se utiliza el 0,90% siendo la tasa de inflación en el país.

Para la proyección de los costos hasta el 5to período, promedio de la tasa de inflación anual de los últimos 5 años utilizada, es 0.04% según los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística (INEC, 2021)

Tabla 59

proyección de costos

Descripción	Costo mensual	Costos		Total, año 1	Costos		Total, año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Materia Prima	2.257,00		31.084,00	31.084,00		31.094,00	31.094,00
Materiales indirectos	102,25		1.227,00	1.227,00		1.227,50	1.227,50
Mano de Obra Directa	2.150,00		35.239,00	35.239,00		35.239,00	35.239,00
Servicios básicos de producción	240,00		2.928,00	2.928,00		2.928,00	2.928,00
Arriendos	700,00	8.400,00		8.400,00	8.400,00		8.400,00
Depreciaciones de producción	77,50	930,00		930,00	930,00		930,00
Seguros de equipos e instalaciones	18,00	216,00		216,00	216,00		216,00
Mantenimiento de equipos e instalaciones	19,16	229,92		229,92	229,92		229,92
	5.563,91	9.775,92	70.478,00	80.253,92	9.775,92	70.488,00	80.263,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El autor

Tabla 60*Proyección de Costo (Exportación)*

Descripción	Costos		Total,	Costos		Total, año	Costos		Total
	Fijos	Variable	año 3	Fijos	Variables	4	Fijos	Variables	, año 5
Materia Prima		31.098,10	31.098,10	6	31.109,1	31.109,16		31.120,22	31.120,22
Materiales indirectos		1.227,27	1.227,27		1.227,46	1.227,46		1.227,75	1.227,75
Mano de Obra Directa		35.253,6			35.265,5	35.265,59		35.277,60	35.277,60
		8	35.239,00	9					35.277,60
Servicios básicos de producción		2.928,31	2.928,31		2.928,97	2.928,97		2.929,63	2.929,63
Arriendos	8.400,00					8.400,00			8.400,00
			8.400,00	8.400,00			8.400,00		8.400,00
Depreciaciones de producción	930,00					930,10			930,10
			930,00	930,10			930,30		930,130
Seguros de equipos e instalaciones	216,10					216,22			216,22

		216,10	216,22			216,30	216,30
Mantenimiento de equipos instalaciones	230,00				230,22		
		230,00	230,22			230,30	230,30
	9.776,00				70.531,1		70.555,20
	70.506,36	80.283,36	9.776,54	8	80.307,72	9.776,90	80.332,10

5.3.6 Detalle de Gastos.

En la presente tabla se detallan los gastos necesarios para el funcionamiento óptimo de las operaciones en la empresa.

Tabla

61

Detalle de Gastos.

Detalle de Gastos	Cantidad	Valor Mensual	Valor Anual
Gastos administrativos			
Gerente General	1	\$ 1.163,69	\$ 13.964,30
Secretaria	1	\$ 565,27	\$ 6.783,20
Asistente Administrativa	1	\$ 598,51	\$ 7.182,15
Depreciación muebles y enseres	1	\$	\$ 147,50
		12,29	
Depreciación equipos de computación	1	\$ 27,51	\$ 330,20
Depreciación de equipos de oficina	1	\$ 6,87	\$ 82,50
Suministros de oficinas	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Servicios básicos	1	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Total, Gastos Administrativos		\$ 2.764,14	\$ 33.189,85
Gastos de ventas			
Vendedor	3	\$ 1.695,81	\$ 20.349,72
Total, Gastos Ventas		\$ 1.695,81	\$ 20.349,72
Gastos financieros			
Total, Gastos Financieros		\$ --	-

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El autor

De acuerdo con el detalle de gastos, dentro del presupuesto se determinan los gastos correspondientes a la promoción y publicidad que realizará la empresa para ingresar al mercado con herramientas digitales y tecnológicas. Además, los costos de distribución se tienen en cuenta en las ventas realizadas a través de negociaciones.

5.3.7 Proyección de Gastos.

Para la proyección de costos hasta el 5to período, se utiliza el promedio de la tasa de inflación anual de los últimos 5 años, la misma es de 0.04% según datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística (INEC, 2021)

Tabla 62

Proyección de Gastos (Exportación)

Descripción	Gastos			Gastos			Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
	Gasto mensual	Fijo Variable	Total año 1	Fijo Variable	Total año 2	Fijo Variable		Fijo Variable	Fijo Variable				
Gastos administrativos													
Gerente General	\$1.163,69	x	\$13.964,30	x	\$14.089,98	x	\$14.216,79	x	\$14.344,74	x	\$14.473,84		
Secretaria	\$565,27	x	\$6.783,20	x	\$6.844,25	x	\$6.905,85	x	\$6.968,00	x	\$7.030,71		
Asistente Administrativa	\$598,51	x	\$7.182,15	x	\$7.246,79	x	\$7.312,01	x	\$7.377,82	x	\$7.444,22		
Depreciación muebles y enseres	\$12,29	x	\$147,50	x	\$149,50	x	\$150,00	x	\$151,42	x	\$152,51		
Depreciación equipos de computación	\$ 27,51	x	\$330,20	x	\$332,15	x	\$333,16	x	\$334,24	x	\$336,38		
Depreciación de equipos de oficina	\$6,87	x	\$82,50	x	\$83,95	x	\$84,40	x	\$85,85	x	\$86,31		
Suministros de oficinas	\$150,00	x	\$1.800,00	x	\$1.801,62	x	\$1.803,25	x	\$1.804,90	x	\$1.806,57		

Servicios básicos	\$240.00	x	\$ 2.880,00	x	6	\$2.881,5	x	\$2.882,19	x	\$ 2.882,88	x	5	\$2.883,6
Total Gastos Administrativos	\$2.764,14		\$33.189,95		80	\$33.429,765		\$33.687,65		\$33.949,85		19	\$34.214,19
Gastos de ventas													
Vendedor	\$565,27	x	\$ 6.783,20	x	5	\$6.844,2	x	\$13.811,69	x	\$13.936,00	x	42	\$14.061,42
Total Gastos de Ventas	\$565,27		\$ 6.783,20		5	\$6.844,21,69		\$13.811,69		\$13.936,00		42	\$14.061,42
Gastos financieros													
Total Gastos Financieros	\$-		\$ -		\$ -	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	\$ -
Totales	\$3.056,06		\$36.672,75		80	\$37.002,1,68		\$44.241,68		\$44.639,85		61	\$45.041,61

Para la proyección de los gastos en la empresa, se toma en cuenta el 0,90%, el cual indica el porcentaje de inflación que tiene el país

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El autor

5.4 Plan de Financiamiento.

5.4.1 Forma de financiamiento.

En la siguiente tabla se detalla el plan de financiamiento

Tabla 63

Plan de Financiamiento.

Descripción	Total (USD)	Parcial	Total
Efectivo	\$46.500.00	100%	
Recursos Propios	\$46.500.00		100%

Elaborado por: El autor

Para el financiamiento de esta empresa e inversión se contará con un aporte del 100% en efectivo, por lo tanto, se manejarán recursos propios dentro de la empresa

5.5 Cálculo de Ingresos.

Para el determinar los ingresos que tendrá la empresa Pulpi Exotic, se costea los elementos necesarios para su preparación (Producción), tomando en cuenta una producción diaria de 666 pulpas de diferentes sabores, por lo que se producirán al mes 20.000 pulpas, de esta manera se establecerá el costo unitario por cada producto terminado, tal como se detalla en la Tabla 67.

Tabla 64*Determinación del precio de venta unitario.*

Descripción	Costos mensuales	Unidades producidas	Costo unitario
Materia Prima	\$ 2.257,00	20.000	0,1128
Materiales indirectos	\$ 102,20	20.000	0,0051
Mano de Obra Directa	\$ 2.150,00	20.000	0,1075
Servicios básicos de producción	\$ 240,00	20.000	0,0012
Arriendos	\$ 700,00	20.000	0,1984
Depreciaciones de producción	\$ 77,50	20.000	0,0035
Seguros de equipos e instalaciones	\$ 18,00	20.000	0,0009
Mantenimiento de equipos e instalaciones	\$ 19,16	20.000	0,0009
Costo unitario del producto	\$ 5.563,86		0,43

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El autor

En esta tabla se muestra el costo de producción de las Pulpas exóticas USD 0.43.

Estimación de los ingresos mensuales
Tabla 65

Estimación de ingresos mensuales

<i>PRODUCTO</i>	<i>Unidad de producto</i>	<i>Costo mensual</i>	<i>Margen de utilidad</i>		<i>Ingresos mensuales</i>	<i>Productos elaborados</i>	<i>Precio de venta unitario</i>
			<i>%</i>	<i>\$</i>			
<i>Pulpas</i>	<i>1</i>	<i>\$ 0,43</i>	<i>104,35%</i>	<i>\$ 0,44</i>	<i>\$ 18.000,00</i>	<i>\$ 20.000,00</i>	<i>\$ 0,90</i>
<i>Total</i>	<i>1</i>	<i>\$ 0,43</i>			<i>\$ 18.000,00</i>	<i>\$ 20.000,00</i>	<i>\$ 0,90</i>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

De acuerdo al costo unitario del producto, se establece el precio acorde a los vigentes en el mercado.

5.5.1 Proyección de Ingresos

Para la proyección de periodos futuros, y para calcular el crecimiento de las ventas, se tuvo en cuenta la tasa de crecimiento de las ventas, en la ocurrencia 1.25%, según estadísticas publicadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos. (INEC, 2010).

Tabla 66*Proyección de ingresos(Exportación)*

PRODUCTO	Cant.	Precio unitario	Total año 1	Cant.	Precio unitario	Total año 2	Cant.	Precio unitario	Total año 3	Cant.	Precio unitario	Total año 4	Cant.	Precio unitario	Total año 5
Ventas de pulpas	240.000	0,90	216.000	360.000	0,90	324.000	480.000	0,90	432.000	600.000	0,90	540.000	720.000	0,90	648.000
TOTALES	240.000		216.000,00	360.000		324.000,00	480.000		432.000	600.000		540.000	720.000		648.000

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El autor

Lo de tallado, en la Tabla N.-62 se estima que para el periodo 1 se venderán 240,000 pulpas exóticas, con un ingreso total de 216,00.00 USD con la proyección estimada para el periodo 5, las ventas serán de 720,000 pulpas exóticas, un ingreso total de 648,000.00 USD.

5.6 Punto de equilibrio.

Para realizar el cálculo del punto de equilibrio se utiliza la siguiente fórmula:

$$PEu = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

Donde;

CF= Costo Fijo

PVU=Precio de Venta Unitario

CVU=Costo Variable Unitario

Para la determinación del cálculo del punto de equilibrio se considera los valores estimados del primer periodo tanto para costos, gastos fijos y variables, como también los ingresos de la compañía

En la siguiente tabla se detallan los valores para el desarrollo del punto de equilibrio

Tabla 68

Valores para establecer punto de equilibrio.

DESCRIPCIÓN	Costo fijo	Costo variable	Costo total
Costos	\$ 9.776,00	\$ 70.506,36	\$ 80.282,36
Gastos de Administración	\$ 36.672,75	\$ -	\$ 36.672,75
Gastos de Ventas	\$ -	\$ 6.783,20	\$ 6.782,20
SUMAN	\$ 46.448,75	\$ 74.289,56	\$ 120.738,31
Ingresos totales			\$ 216.000,00
Unidades de producto			240.000
Precio unitario de venta			\$ 0,90
Costo Variable Unitario			\$ 0,43

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

A continuación, se presenta la resolución de la fórmula del Punto de equilibrio

Punto de equilibrio en dólares

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - (Costo Variable unitario / Precio de venta Unitario)}$$

$$PE = \frac{46.448,75}{1 - (0,43/0,90)}$$

$$PE = \frac{46.448,75}{0.52}$$

$$PE = 89.324,52$$

Punto de equilibrio en unidades de producto

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{(Precio de venta Unitario - Costo de venta unitario)}$$

$$PE = \frac{46.448,75}{0,90 - 0,43}$$

$$PE = \frac{46.448,75}{0.47}$$

$$PE = 98.827,13$$

Para alcanzar el punto de equilibrio, se deberá vender 98.827,13 Pulpas exóticas al año, generando un ingreso de USD \$ 89.324,52 lo que le permitirá ni perder, ni ganar.

5.7 Estado de Resultados Proyectado.

El estado de resultados establece la ganancia o pérdida que genera una empresa, cuenta dada la disminución de gastos y costos.(Figueroa & Collado, 2019)

Tabla 69*Estado de Resultados.(Exportación)*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	216.000,00	324.000,00	432.000,00	540.000,00	648.000,00
Venta de Pulpas	216.000,00	324.000,00	432.000,00	540.000,00	648.000,00
(-) Costo de producción	80.253,92	80.263,50	80.283,36	80.307,72	80.332,10
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	83.376,81	85.204,15	87.055,33	88.930,67	90.830,47
(-) Gastos de venta	6.783,20	6.844,25	13.811,69	13.936,00	14.061,42
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	76.593,61	78.359,90	73.243,64	74.994,51	76.769,05
(-) Gastos Administrativos	33.189,95	33.429,80	33.687,65	33.949,85	34.214,19
(=) UTILIDAD NETA OPERACIONAL	43.403,06	44.930,10	39.555,99	41.044,66	42.554,86
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	43.403,06	44.930,10	39.555,99	41.044,66	42.554,86
(-) 15% Participaciones trabajadores	6.510,45	6.739,51	5.933,39	6.156,69	6.383,22
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	36.892,61	38.190,59	33.622,60	34.887,97	36.171,64
(-) 25% Impuesto a la Renta	9.223,15	9.547,64	8.405,65	8.721,99	9.042,91
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	27.669,46	28.642,95	25.216,95	26.165,98	27.128,73

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El autor

De acuerdo al análisis de la cuenta de resultados pronosticada, se puede determinar que en durante su primer año de operación, tiene una utilidad razonable, con tendencia hacia 5 los próximos años debido al aumento de la producción y los precios, los valores son ellos y demuestran que hay buena rentabilidad para nuevo plan de negocios.

5.8 Flujo de Caja.

En la tabla 70 se procede a realizar el flujo de caja en donde se detalla, la distribución y movimiento del dinero que pervivirá la empresa dentro de los 5 periodos.

Tabla 70

Flujo de Caja.

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A INGRESOS OPERACIONALES		216.000,00	324.000,00	432.000,00	540.000,00	648.000,00
Venta de platos típicos		216.000,00	324.000,00	432.000,00	540.000,00	648.000,00
B EGRESOS OPERACIONALES	-38.512,00	177.488,00	285.488,00	393.488,00	501.488,00	609.488,00
Costo de producción		80.253,92	80.263,50	80.283,36	80.307,72	80.332,10
Gasto de Venta		6.783,20	6.844,25	13.811,69	13.936,00	14.061,42
Gastos Administrativos		33.189,95	33.429,80	33.687,65	33.949,85	34.214,19
Muebles y enseres	-1.470,00					
Maquinaria y equipos	-7.500,00					
Equipos de Oficina	-250,00					
Equipos de computación	-1.000,00					
Herramientas	-900,00					
Gastos de constitución	-2.392,50					
Capital de trabajo	-25.000,00					
C FLUJO OPERACIONAL (A-B)	-38.512,00	38.512,00	38.512,00	38.512,00	38.512,00	38.512,00
D INGRESOS NO OPERACIONALES						
E EGRESOS NO OPERACIONALES		15.733,60	16.287,15	14.339,04	14.878,68	15.426,13
15% Participaciones trabajadores		6.510,45	6.739,51	5.933,39	6.156,69	6.383,22
25% Impuesto a la Renta		9.223,15	9.547,64	8.405,65	8.721,99	9.042,91
F FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	-	-15.733,60	-16.287,15	-14.339,04	-14.878,68	-15.426,13
G FLUJO NETO GENERADO (C-F)	-38.512,00	22.778,40	22.224,85	24.172,96	23.633,32	23.088,87
H SALDO INICIAL DE CAJA	-25.000,00	11.488,00	8.500,00	14.024,00	22.048,00	28.096,00
I SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	-13.512,00	11.290,40	30.724,85	38.196,96	45.681,32	51.184,87

Fuente: Investigación Propia

Elaborado

por:

El

autor.

5.9 Evaluación financiera.

5.9.1 Indicadores.

Como primer elemento de análisis se deben calcular los flujos de caja o beneficios netos del proyecto; Cabe mencionar que todos los elementos numéricos para los cálculos deben estar en valor actual.

Una vez determinados los flujos de caja, puede elegir el indicador de rentabilidad que desea analizar para tomar decisiones a través de su resultado.

A continuación, se muestran los indicadores y qué esperar de cada uno.

5.9.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo de la TMAR según el autor Gabriel Baca se consideró el promedio de la tasa de inflación de los últimos 5 años en base a la tasa oficial cuyas cifras dan un promedio de 0,04%, porque al considerar el parámetro se asegura que el capital invertido no tiene su valor de compra;

y además se debe considerar la tasa de interés efectiva de los pasivos para la duración vigente hasta el 2021, que es del 8% según información económica (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2021)

Con el siguiente cálculo obtenemos:

TMAR = Tasa de inflación + Tasa de interés pasiva efectiva referencial por plazo

TMAR = 0,04% + 8,00% = 8,04%

Con estos datos se procede a realizar el cálculo del VAN con la siguiente formula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} - I_0$$
$$VAN = \frac{FINE 1}{(1+i)} + \frac{FINE 2}{(1+i)^2} + \frac{FINE 3}{(1+i)^3} + \frac{FINE 4}{(1+i)^4} + \frac{FINE 5}{(1+i)^5} - Inv. In.$$

Tabla 71

Valor Actuar (Van)

Años	Flujo de caja	(1 + i) n	Flujos actualizados
0	\$-38.512,00		
1		2.519,73	\$ 20.258,67
	\$22.778,40		
2	\$22,224.85	2.458.50	\$ 19.766,35
3	\$24.172,96	2.674,00	\$ 21.498,96
4	\$23.633,32	2.614.30	\$ 21.019,02
5	\$23.088,87	2.554,00	\$ 20.534,87
Total, de flujo			\$ 103.077,87
VAN =	FLUJOS ACTUALIZADOS - INVERSIÓN		
VAN =	\$ 103.077,87	\$ 38.512,00	
VAN =	\$ 64.565,87		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor.

Como el valor obtenido del cálculo del valor presente neto es positivo, representa que se acepta el proyecto de inversión de la empresa, de acuerdo con el criterio de la medida financiera VAN.

5.9.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para el autor Sevilla «El valor neto actualizado es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión, que está íntimamente relacionada. También se define como el valor de la tasa de descuento que iguala el VAN a cero.

Este concepto se aprecia matemáticamente y la TIR del análisis financiero tendría que ser nada más y nada menos que la tasa de rendimiento anual promedio que el proyecto paga a los inversores para invertir sus fondos allí.

Si la TIR es mayor que la TMAR, se acepta el proyecto. Si

la TIR es menor que la TMAR, se rechaza el proyecto

Para calcular la TIR se utiliza los flujos netos de efectivo y la ecuación siguiente:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=0}^n \frac{F_t}{(1+i)^t}$$

$$= -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \frac{F_3}{(1+TIR)^3} + \frac{F_4}{(1+TIR)^4} + \frac{F_5}{(1+TIR)^5} = 0$$

Tabla 72*Tasa Interna de Retorno*

Año	Flujo Neto Caja	(1+i) ^t
0	-38.512,00	-38.512,00
1	\$22.778,40	14.214,16
2	\$22.224,85	9.095,69
3	\$24.172,96	5.688,96
4	\$23.633,32	3.425,54
5	\$23.088,87	1.924,80
TIR	52,00%	0,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor.

De acuerdo con el cálculo se obtiene un TIR del 52.00%, siendo mayor al TMAR del 8.04, por lo tanto, de acuerdo al criterio del indicador de evaluación financiera TIR, se acepta el proyecto

5.9.1.3 Periodo de recuperación

«payback period» es un criterio estático de valoración de inversiones que permite seleccionar un determinado proyecto en función del tiempo que se tarda en recuperar la inversión inicial a través de flujos de caja.

Tabla 73*Período de Recuperación*

Periodo	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja	0,00	\$22.778,40	\$22.224,85	\$24.172,96	\$23.633,32	\$23.088,87
Flujo acumulado	-38.512,00	11.290,40	30.724,85	38.196,96	45.681,32	51.184,87
PRI anterior al cambio de signo		1		Años	Meses	Días
Flujo acumulado periodo 1		11.290,40		1	12 x 0,51	
Flujo de Caja periodo 2		22.224,85		1	6.12	
Fap 1/ FCp 2		0,51		1	6	30 x 0.12
PRI		1,51		1	6	4

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor.

De acuerdo al cálculo realizado en esta tabla el periodo de recuperación de la inversión de la compañía se ha determinado en 1 año 6 meses y 4 días

Razones Financieras

El margen neto es un índice financiero que permite medir la rentabilidad de una empresa. Para obtener esto, la ganancia neta se divide por las ventas. Es decir, el cálculo de este indicador requiere de dos variables: los ingresos de la empresa y el saldo final de la cuenta de resultados. Para llegar a esta cifra final, se deben deducir todos los costos de llevar el producto al mercado, incluidos los impuestos.

Tabla 74

Índice de Rentabilidad

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta	43.403,06	44.930,10	39.555,99	41.044,66	42.554,86
Ventas	216.000,00	324.000,00	432.000,00	540.000,00	648.000,00
Resultado	20.09%	13.87%	13.87%	9.16%	6.57%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor.

De acuerdo a este indicador se observa en los 5 periodos proyectados estableciendo un resultado estable, lo que determina que existe una rentabilidad neta sobre las ventas para el primer periodo del 20,09%, a partir del segundo periodo se determina un porcentaje del 13.87% tendremos que revisar proyección de ventas a partir del segundo año.

ANEXOS.

Anexo 1 Evidencia de resultados de encuesta.

El presente anexo muestra la evidencia de los resultados obtenidos en la encuesta enviada.

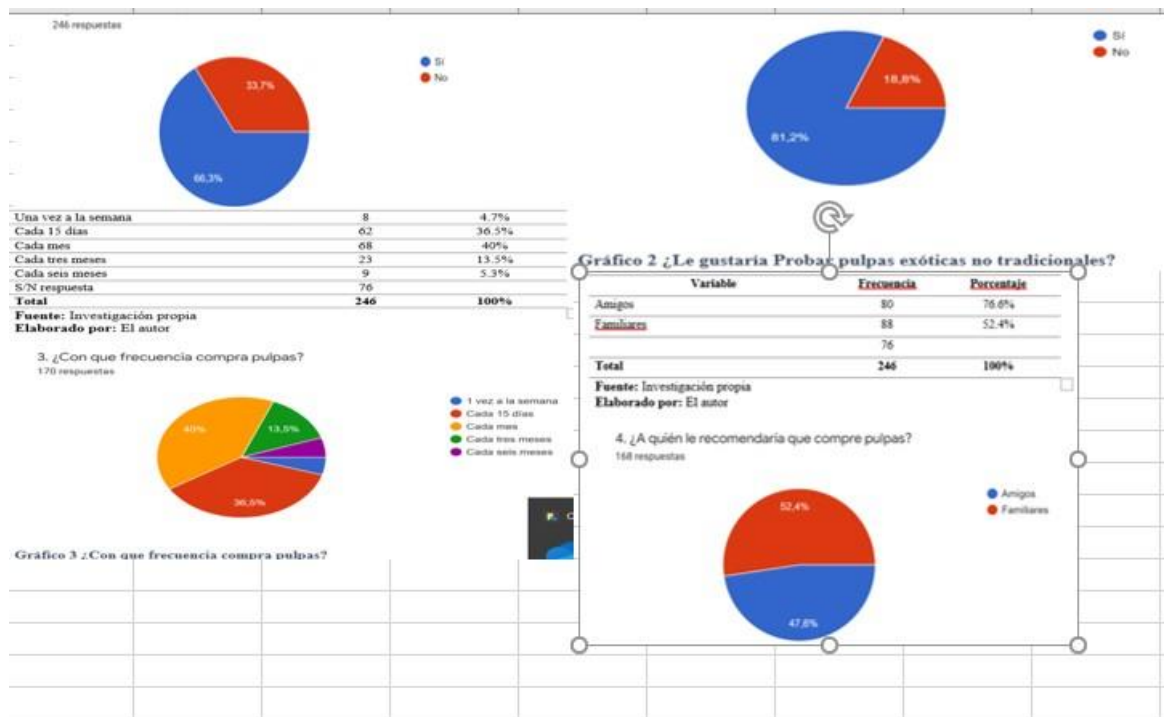


Ilustración 2 Evidencia de resultados.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

CONCLUSIONES

Hay un mercado atractivo que consume pulpas, pero no hay una oferta fija que proporcione pulpas, por lo que la oportunidad de desarrollar nuestra nueva sociedad es muy buena.

Las tradiciones poco a poco van desapareciendo en el país, sobre todo en el rubro del consumo de frutas, sobre todo por el ritmo de vida actual, que exige una rápida preparación de los alimentos, pero hay muchos clientes que les gusta la comida balanceada y el consumo de frutas con pulpa, pero cabe señalar que su producción se ha vuelto más complicada por estos motivos, aunque desde el punto de vista comercial es positivo, pues con la pandemia la gente ha empezado a comer mejor y a consumir más productos naturales.

Si bien la administración de cada empresa tiene sus escollos, se puede deducir que hay más flexibilidad, gracias a la posibilidad de contar con personal calificado y las materias primas están fácilmente disponibles.

Luego de la investigación se puede afirmar claramente que el proyecto es viable y factible, como lo muestran los indicadores financieros y gerenciales, la inversión puede retornar en 1 año 6 meses y 4 días, por lo que el plan de negocios es rentable.

RECOMENDACIONES

Preservar al máximo las recetas originales en la elaboración de pulpas con el uso de materias primas y materiales de la región garantizará que la empresa gane reconocimiento. Tradiciones

En particular, es necesario cumplir con la normativa legal en cuanto a la obtención de permisos que rigen la prestación de servicios, y también tener en cuenta que en algún momento las condiciones sanitarias pueden mejorar, por lo que la empresa necesita estar preparada para afrontar estos momentos.

Dado que son personas que están al servicio del cliente y de la imagen de la empresa, se recomienda seguir la planificación establecida, sobre todo en la contratación del personal, por lo que es necesario asegurarse de que el equipo sea el idóneo, capacitarlo. en cada período.

Se recomienda monitorear e implementar indicadores financieros y tiempos de ejecución de las diversas actividades para asegurar el orden y cumplimiento de los objetivos económicos.

REFERENCIAS.

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (s.f. de Agosto de 2015). *controlsanitario.gob.ec*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/08/IE-E.2.2-EST-42-A1-Manual-de-Practicas-Correctas-de-Higiene.pdf>
- Alarcón, G., Alarcón, P., & Guadalupe, S. (2019). La elaboración del mapa de procesos para una universidad ecuatoriana. *ESPACIOS*, 4.
- Alarcón, G., Alarcón, P., & Guadalupe, S. (2020). La elaboración del mapa de procesos para una universidad ecuatoriana. *ESPACIOS*, 5.
- Álvarez, R. (2017). Gestión Financiera e Indicadores de Gestión de la Banca Universal Venezolana. *CICAG*, 338-358.
- Arango, D. G., Romero, M., & Calle, S. (2017). Mejores prácticas de auditoría interna para la gestión y el control de activos fijos. *Science of Human Action*, 318-345.
- Arenal Laza, C. (2017). Gestión de la atención al cliente . En C. Arena Laza, *Gestión de la atención al cliente* (pág. 10). La Rioja : TUTOR FORMACIÓN.
- Baca, G. U. (2016). *Ingeniería Financiera*. México: PATRIA.
- Ballarin, E. (7 de Marzo de 2020). *Restaurante del futuro. 6 modelos de negocio de restaurante que son tendencia*. (Mapal, Ed.) Recuperado el 2020, de Mapal Software: <https://mapalsoftware.com/ejemplos-de-modelos-de-negociode-un-restaurante/>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (Enero de 2021). *Tasas Vigentes*. Obtenido de documentos/Estadisticas/SectorMonFinTasasInteres: <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Becker, G. (2020). *Principios contables: Los mejores consejo y trucos para Principios contables*. s.d.: Independently published.
- Betancourt Tejada, L., & Marte, A. (2019). Investigación de mercados. En L. Betancourt Tejada, & A. Marte, *Investigación de mercados* (pág. 25). República Dominicana : Universidad Abierta para Adultos(UAPA).
- Brunetta, H. (2016). CRM, la guía definitiva: estrategia de gerenciamiento de la relación con los clientes. En H. Brunetta, *CRM, la guía definitiva: estrategia de*

- gerenciamiento de la relación con los clientes* (pág. 21). Buenos Aires: Pluma Digital Ediciones.
- Casanoves, J. (2017). Evolución del marketing en la educación. *ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL*.
- Castro, T. F. (2016). *Emprendimiento y Plan de Negocio*. RIL editores .
- censos, I. n. (2019). *ecuador en cifras*. Obtenido de ecuador en cifras:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec//directoriodeempresas/>
- CIUDADANOS, P. Ú. (02 de Marzo de 2021). *Gob.ec*. Obtenido de
<https://www.gob.ec/gadmcm/tramites/tramite-requisitos-obtener-patente-municipal>
- Delgado, L. (2020). Marcas de garantía: valoraciones para Cuba . En L. Delgado, *Marcas de garantía: valoraciones para Cuba* (pág. 17). La Habana: Editorial Universitaria.
- Diaz de Rada, D. A. (2019). Internet como modo de administración de encuestas. En D. A. Diaz de Rada, *Internet como modo de administración de encuestas* (pág. 19). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.CIS.
- Dini, M., & Stumpo, G. (16 de Julio de 2020). Mipymes en America Latina: un fragil desempeño y nuevos desafíos para las politicas de fomento. (C. E. (CEPAL), Ed.) *Docuemntos de proyectos*.
- Ecuador, A. N. (28 de Febrero de 2020). *GOB.ECbeta*. Obtenido de GOB.ECbeta:
<https://www.gob.ec/index.php/regulaciones/ley-organica-emprendimiento-innovacion>
- eltelegrafo. (16 de Julio de 2015). Las Pymes aportan el 25% del PIB no petrolero. *La expectativa es acceder más fácilmente a créditos productivos*. Obtenido de
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/las-pymes-aportan-el-25-del-pib-no-petrolero>
- empresas, D. d. (2019). *Instituto nacional de estadísticas y censos*. Obtenido de Instituto nacional de estadísticas y censos:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec//directoriodeempresas/>
- ENEMDU. (2021). *Ecuador en cifras* . Obtenido de Ecuador en cifras :
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-abril-2021/>
- ESCUELA EUROPEA DE EXCELENCIA. (3 de Juliio de 2020). *nueva-iso-9001-2015*. Recuperado el 16 de Abril de 2021, de <https://www.nueva-iso-9001->

- 2015.com/2019/06/checklist-para-controlar-sistema-gestion-de-calidad-sector-industrial/
- ESPAE. (15 de Julio de 2020). *En Ecuador en el 2019, emprendieron alrededor de 3.6 millones de habitantes*. Obtenido de espae:
<https://www.espae.edu.ec/noticias/en-ecuador-en-el-2019-emprendieron-alrededor-de-3-6-millones-de-habitantes/>
- Figuroa, R. C., & Collado, T. (2019). Contabilidad Basica. *GUIA METODOLÓGICA*, 20.
- García, V. (2020). ¿CÓMO GENERAR VALOR EN LAS EMPRESAS? En V. García, *¿CÓMO GENERAR VALOR EN LAS EMPRESAS?* (pág. 60). Perú: UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO.
- INEC. (2010). *ecuadorencifras.proyecciones*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- INEC. (Noviembre de 2021). *Boletin_tecnico_12-2021-IPC.pdf*. Obtenido de documentos/web-inec/Inflacion/2021/Diciembre-2021:
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/DiciemBolein_tecnico_12-2020-IPC.pdfbre-2020/
- ISO, N. (2018). *Normas Iso* . Obtenido de Normas Iso : <https://www.normas-iso.com/iso-45001/>
- Krentzel, G. (2018). Shopper marketing:estrategias de mercado. En G. Krentzel, *Shopper marketing:estrategias de mercado* (pág. 138). Madrid : RA-MA Editorial.
- López Lemos, P. (2016). *Herramientas para la mejora de la calidad*. Madrid: Fundacion Confemetal.
- López, C., Mata, V., & Becerra, L. (2018). Planificación de empresas . En C. López, V. Mata, & L. Becerra, *Planificación de empresas* (pág. 241). Ecuador: Editorial Universo Sur .
- Malhotra. (2016). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Prentice Hall.
- Martínez, A. (2021). ESTRATEGIAS PARA ANALIZAR EL DISCURSO RETÓRICO PUBLICITARIO:UN MODELO A TRAVÉS DE ANUNCIONS DE ESPAÑA Y PORTUGAL. *Universidad de la Rioja*, 5.
- Martínez, R. (2019). Diseño de páginas web:Wordpress para todos los públicos. Barcelona: UOC.

- Moran, J. J., Peredo, G., & Guerrero, S. (2020). LAS TENDENCIAS DE LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL. *Revista de Investigación Formativa: Innovación y Aplicaciones Técnico-Tecnológicas*, 56-63.
- Orozco, J. d. (2016). *Evaluación Financiera de Proyectos* . Bogota: Ecoe ediciones .
- Ortegón Costazar, L. (2014). Gestión de marca: conceptualización, diseño, registro, construcción y evaluación. En L. Ortégón Costazar, *Gestión de marca: conceptualización, diseño, registro, construcción y evaluación* (pág. 15). Bogotá: Editorial Politécnico Grancolombiano.
- Peña, E. &. (2016). *Fundamentos de dirección de producción y operaciones*. (210-215 ed.). Madrid, España: Centro de Estudios Financieros CEF.
- Philip Kotler, G. A. (2016). *Marketing*.
- Primicias. (25 de julio de 2021). *Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/empleo-adecuado-tasa-alta-pandemia/>
- Rivera, D. (2018). Percepción del Clima Organizacional: Un análisis desde los Macroprocesos de una ESE . *ESPACIOS* , 5.
- SALADMASTER Recipes. (s.f. de s.f. de 2019). *es-recipes.saladmaster.com*. Obtenido de <https://es-recipes.saladmaster.com/consejos/cu-nto-tiempo-se-debe-cocinar-el-pescado>
- Sarmiento, E. (2017). Canales de distribución logístico comerciales . En E. Sarmiento, *Canales de distribución logístico comerciales* (pág. 262). Bogotá: Colombia: Ediciones de la U.
- SUPERCIAS. (2020). *SUPERCIAS*. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscvv/>
- SUPERCIAS. (15 de Mayo de 2021). *SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS VALORES Y SEGUROS* . Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/images/SAS.pdf>: <https://portal.supercias.gob.ec/images/SAS.pdf>
- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, V. Y. (27 de Noviembre de 2020). *www.supercias.gob.ec*. Recuperado el 02 de Enero de 2021, de <https://portal.supercias.gob.ec/images/SAS.pdf>
- UNIVERSO, E. (2021). Riesgo País del Ecuador cayó 345 puntos, tras triunfo de Guillermo Lasso, y se ubica en 824 puntos. *EL UNIVERSO* .

- Valls, J., & Escorsa, P. (2016). Tecnología e innovación en la empresa . En J. Valls, & P. Escorsa, *Tecnología e innovación en la empresa* (pág. 40). Catalunya: Universidad Politecnica de Catalunya.
- Velasquez, P., & Ventimilla, J. (12 de Octubre de 2017). Consideraciones teóricas a la actividad emprendedora temprana. *Redipe*, 233.