



UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Proyecto de emprendimiento para la elaboración y comercialización de gomitas de creatina con Açaí para la ciudad de Ambato.

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Licenciado en
Administración de Empresas

Autor (a)

Gabriel Alejandro Torres Arias

Tutor (a)

Mgtr. Juan Eduardo Salazar Mera

AMBATO – ECUADOR

2024

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

Yo, Gabriel Alejandro Torres Arias, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Proyecto de emprendimiento para la elaboración y comercialización de gomitas de creatina con Açaí para la ciudad de Ambato”, como requisito para optar al grado de Licenciado en Administración de Empresas y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad 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 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 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 Ambato, a los 19 días del mes de febrero de 2024, firmo conforme:

Autor: Gabriel Alejandro Torres Arias



Firma

Número de Cédula: 1804766416

Dirección: Tungurahua, Ambato, Celiano Mongue, El Arbolito.

Correo Electrónico: gabotarias@ hotmail.com

Teléfono: 0983409774

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Proyecto de emprendimiento para la elaboración y comercialización de gomitas de creatina con Açáí para la ciudad de Ambato” presentado por Gabriel Alejandro Torres Arias, para optar por el Título Licenciado en Administración de Empresas.

CERTIFICO

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

Ambato, 19 de febrero del 2024

.....

Mgtr. Juan Eduardo Salazar Mera.

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

Ambato, 19 de febrero de 2024



.....
Gabriel Alejandro Torres Arias

1804766416

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA ELABORACION Y COMERCIALIZACIÓN DE GOMITAS DE CREATINA CON ACAI PARA LA CIUDAD DE AMBATO**, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del Trabajo de Titulación.

Ambato, 19 de febrero de 2024

.....

Eco. Julio Villa.

LECTOR

.....

Dr. Moreno Mario.

LECTOR

DEDICATORIA

Esta Tesis la dedico primero a mi Dios, por ser luz en todo mi camino, por darme las fuerzas para seguir adelante y no desmayar ante las adversidades que se me presentaban.

A mis padres, mi familia por recibir su apoyo, amor, comprensión, por sus consejos, por formarme como persona con valores y principios, siendo perseverante y así alcanzar mis objetivos.

Y a todas las personas que de una y otra forma me apoyaron en la realización de este trabajo.

Gabriel Torres.

AGRADECIMIENTO

Primero mi agradecimiento a la Universidad Tecnológica Indoamérica, por haberme aceptado ser parte de ella, así también a todos los docentes que me otorgaron sus conocimientos y su apoyo día a día.

Agradezco a mi Asesor de Tesis el Mgtr. Juan Eduardo Salazar Mera por su disponibilidad de tiempo, por su paciencia, por sus conocimientos impartidos y ser mi guía durante todo el desarrollo de la tesis.

Y para finalizar, agradezco a mis compañeros de aula que fueron el complemento de nuestras debilidades y fortalezas e hicieron a un lado nuestras diferencias y me ofrecieron su amistad, confianzas y apoyo.

Gabriel Torres.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN TRIBUNAL	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE FÓRMULAS	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	4
1. Mercado y Comercialización	4
1.1. Objetivo del Capítulo	4
1.2. Antecedentes investigativos del producto o servicio	4
1.3. Mercado	6
1.4. Demanda Potencial.....	25
1.5. Análisis del Macro y Microambiente.....	27
1.6. Demanda Potencial Insatisfecha	34
1.7. Diseño de marca (branding).....	36

1.8.	Estrategias de marketing	38
1.9.	Estrategia de marketing.....	40
1.10.	Plan de comunicación	40
CAPÍTULO II		43
2.	Operaciones.....	43
2.1.	Objetivos del capítulo	43
2.2.	Descripción del proceso	43
2.3.	Capacidad de Producción.....	49
2.4.	Definición de Recursos	49
2.5.	Calidad	51
2.6.	Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio Seguridad e higiene ocupacional.....	53
CAPITULO III.....		55
3.	Organización y Gestión.....	55
3.1.	Objetivos del capítulo	55
3.2.	Análisis estratégico y definición de objetivos.....	55
3.3.	Organización Funcional de la Empresa.....	57
3.4.	Control de Gestión	60
CAPÍTULO IV.....		61
4.	Jurídico Legal.....	61
4.1.	Objetivos del capítulo	61
4.2.	Determinación de la forma jurídica.....	61
4.3.	Registros de marcas	62
4.4.	Licencias necesarias para funcionar y documentos legales	63
CAPÍTULO V		66

5. Evaluación Financiera	66
5.1. Objetivos del capítulo	66
5.2. Plan de inversiones.....	66
5.3. Cálculo de Costos y Gastos	67
5.4. Cálculo de ingresos	79
5.5. Punto de equilibrio	80
5.6. Estado de resultados proyectado	81
5.7. Flujo de caja	82
5.8. Evaluación financiera.....	84
5.9. Costo beneficio	84
5.10. Periodo de recuperación	85
Conclusiones	86
Recomendaciones.....	88
Bibliografía	90
Anexos	93
Anexo 1. Árbol de problemas	93
Anexo 2. Formato de encuesta	93
Anexo 3. Marmita de acero características	97
Anexo 4. Pulpa de sabores referencias.....	97
Anexo 5. Cotización de Stevia	97
Anexo 6. Cotización Creatina	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características del producto	5
Tabla 2. Información nutricional de las gomitas de creatina	6
Tabla 3. Categorización de sujetos.....	6
Tabla 4. Dimensión conductual	7
Tabla 5. Dimensión geográfica	7
Tabla 6. Dimensión demográfica	8
Tabla 7. Datos de la encuesta piloto (30).....	9
Tabla 8. Consumo promedio por persona	10
Tabla 9. Cuadro de Necesidades Objetivo específico 1	10
Tabla 10. Cuadro de Necesidades Objetivo específico 2.....	10
Tabla 11. Consumo de suplementos como la creatina	12
Tabla 12. Beneficios de consumir suplementos de creatina	13
Tabla 13. Preferencia de sabores.....	14
Tabla 14. Tipo de presentación del producto	15
Tabla 15. Preferencia de características del producto	16
Tabla 16. Preferencia de medio de comunicación	17
Tabla 17. Tamaño del producto	18
Tabla 18. Preferencia de colores para el diseño de la presentación del empaque	19
Tabla 19. Compra de gomitas de creatina como suplemento.....	20
Tabla 20. Consumo de las gomitas de creatina por los beneficios que aporta.....	21
Tabla 21. Frecuencia de compra de las gomitas de creatina por los beneficios...	22
Tabla 22. Preferencia del lugar de compra.....	23
Tabla 23. Consumo en cantidad de envases de las gomitas con creatina con a...	24
Tabla 24. Demanda Potencial	25
Tabla 25. Demanda en productos.....	25
Tabla 26. Matriz de Evaluación de Factores Internos MEFI	29
Tabla 27. Análisis Pestel	30
Tabla 28. Matriz de Evaluación de Factores Externos MEFE	31
Tabla 29. Matriz de Perfil Competitivo	32
Tabla 30. Oferta	33
Tabla 31. Proyección de la oferta.....	34

Tabla 32. Demanda Potencial Insatisfecha Unidades (Kg).....	35
Tabla 33. Proyección de la Demanda Potencial Insatisfecha.....	35
Tabla 34. Demanda Potencial Insatisfecha en dólares	35
Tabla 35. Estrategias de marketing	40
Tabla 36. Plan de comunicación	40
Tabla 37. Seguimiento a clientes	41
Tabla 38. Plan de acción	41
Tabla 39. Equipos	48
Tabla 40. Check list	52
Tabla 41. Estrategias	55
Tabla 42. Descripción del Puesto del Gerente	57
Tabla 43. Descripción del Puesto de vendedor	58
Tabla 44. Descripción del Puesto de jefe de producción	58
Tabla 45. Descripción del Puesto de contador	59
Tabla 46. Descripción del Puesto de jefe de marketing	60
Tabla 47. Indicadores de gestión.....	60
Tabla 48. Licencias Organismos Gubernamentales	63
Tabla 49. Licencias Organismos Locales.....	64
Tabla 50. Plan de Inversiones	66
Tabla 51. Capital de trabajo	67
Tabla 52. Mano de obra requerida	68
Tabla 53. Depreciación	70
Tabla 54. Proyección de la depreciación.....	70
Tabla 55. Proyección de costos	73
Tabla 56. Gastos administrativos	75
Tabla 57. Gastos de ventas.....	75
Tabla 58. proyección de gastos administrativos	77
Tabla 59. Proyección de gastos de ventas	78
Tabla 60. Financiamiento.....	79
Tabla 61. Ingresos	79
Tabla 62. proyección de ingresos.....	80
Tabla 63. Punto de equilibrio graficado	80

Tabla 64. Estado de resultados proyectado	81
Tabla 65. Flujo de caja	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Consumo de suplementos como la creatina.	12
Gráfico 2. Beneficios de consumir suplementos de creatina.	13
Gráfico 3. Preferencia de sabores.....	14
Gráfico 4. Tipo de presentación del producto.	15
Gráfico 5. Preferencia de características del producto.....	16
Gráfico 6. Preferencia de medio de comunicación.	17
Gráfico 7. Tamaño del producto.	18
Gráfico 8. Preferencia de colores para el diseño de la presentación del 19	
Gráfico 9. Compra de gomitas de creatina como suplemento.	20
Gráfico 10. Consumo de las gomitas de creatina por los beneficios que aporta. . 21	
Gráfico 11. Frecuencia de compra de las gomitas de creatina por los beneficios.22	
Gráfico 12. Preferencia del lugar de compra.	23
Gráfico 13. Consumo en cantidad de envases de las gomitas con creatina con... 24	
Gráfico 14. Demanda Potencial	26
Gráfico 15 Fuerzas de Porter.....	28
Gráfico 16. Organigrama funcional de la empresa	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas	93
------------------------------------	----

ÍNDICE DE FÓRMULAS

Fórmula 1 Determinación del universo con sigma	8
---	---

UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TEMA: PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE GOMITAS DE CREATINA CON AÇAÍ PARA LA
CIUDAD DE AMBATO**

AUTOR(A): Torres Gabriel

TUTOR(A): Mgtr. Juan Salazar

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio, se ejecutó con el propósito de diseñar el proyecto de emprendimiento para la elaboración y comercialización de gomitas de creatina con açaí considerando cada uno de los estudios para su elaboración y determinar la existencia de la rentabilidad de este, debido a que, la innovación del proyecto radica en la presentación de creatina en gomitas con açaí, ofreciendo ventajas en sabor, portabilidad y consumo sin agua. Esto atraería a quienes encuentran incómodo el formato tradicional en polvo o cápsulas, diversificando el mercado de suplementos. Para lo cual se estructuró un proyecto en capítulos para abarcar todos los puntos de vista necesarios para el éxito del mismo y con esto, definir el mercado, la demanda, oferta, las operaciones, la organización y gestión, la estructura jurídica y la evaluación financiera, donde se detectó que, el total de inversión de \$ 29,147.00 para dar inicio al proyecto, donde el capital de trabajo es de \$ 9,312.00, y acorde al nivel de ingresos, unidades producidas esperadas, el flujo de efectivo neto acumulado supera la inversión inicial en el 2026 Por lo tanto, el período de recuperación es de aproximadamente 3 años, lo cual presenta la viabilidad del proyecto.

DESCRIPTORES: Açaí, Ambato, Creatina, Emprendimiento, Gomitas.

UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**THEME: ENTREPRENEURSHIP PROJECT FOR THE ELABORATION AND
COMMERCIALIZATION OF CREATINE GUMMIES WITH AÇAÍ FOR THE
CITY OF AMBATO**

AUTHOR: Torres, Gabriel

TUTOR: Mgtr. Juan Salazar

ABSTRACT

The present study was carried out with the purpose of designing the entrepreneurial project for the elaboration and commercialization of creatine gummies with açai considering each of the studies for its elaboration and determining the existence of its profitability, since the innovation of the project lies in the presentation of creatine in gummies with açai, offering advantages in flavor, portability and consumption without water. This would attract those who find the traditional powder or capsule format uncomfortable, diversifying the supplement market. For which a project was structured in chapters to cover all the necessary points of view for the success of the project and with this, define the market, demand, supply, operations, organization and management, legal structure and financial evaluation, where it was detected that, the investment plan, where it was detected that, the total investment of \$ 29,147.00 to start the project, where the working capital is \$ 9,312.00, and according to the level of income, expected units produced, the accumulated net cash flow exceeds the initial investment in 2026. Therefore, the payback period is approximately 3 years, which presents the viability of the project.

KEYWORDS: Açai, Ambato, Creatine, Entrepreneurship, Gummies.

INTRODUCCIÓN

Este estudio se centra en la elaboración de un plan de negocio para la producción y venta de gomitas de creatina con açaí, siendo impulsado por el aumento en la demanda de suplementos vitamínicos, el interés en productos orgánicos y la valoración actual en Ecuador de los beneficios asociados al ejercicio y la salud. Estos factores han sido identificados como oportunidades clave que respaldan la viabilidad de la propuesta empresarial.

En este sentido, las gomitas de creatina con açaí son un suplemento de creatina que constituye una alternativa a los polvos y cápsulas tradicionales. La creatina es un compuesto natural que se encuentra en pequeñas cantidades en ciertos alimentos y se sintetiza en el cuerpo principalmente en el hígado, los riñones y el páncreas. Asimismo, se conoce que la creatina ayuda en la producción de energía durante períodos cortos de ejercicio intenso.

Las gomitas de creatina con açaí pueden ser más convenientes para algunas personas porque no requieren medir ni mezclar el polvo ni tragar cápsulas. Además, para las personas a las que no les gusta el sabor de la creatina en polvo, las gomitas pueden ser más fáciles de comer. Los efectos de las gomitas de creatina en comparación con otros suplementos pueden variar según las diferencias individuales y la calidad del producto. Las gomitas se disuelven más fácilmente en la boca y el estómago que las cápsulas o los polvos, por lo que se absorben más rápido.

Razón por la cual se justifica el desarrollo de la presente propuesta de plan de negocio, donde este se presenta por capítulos, donde el capítulo I, consta de la investigación del mercado y la comercialización, los antecedentes del producto y las características de este. Se incluye el estudio de segmentación, el plan de muestreo y la descripción de la demanda y oferta, el análisis macro y micro del ambiente, la marca, las estrategias de marketing, el plan de comunicación y el plan de acción comercial.

En el capítulo II, se describe las diferentes operaciones, la descripción del proceso, la capacidad de producción, los recursos, el método de control de calidad, las normas y permisos necesarios.

Asimismo, en el capítulo III, se abarca la organización funcional, el análisis estratégico de la empresa, objetivos y estrategias, a descripción de los puestos y los indicadores de gestión.

En el capítulo IV, se abarca el marco jurídico, relacionado a la forma legal de constitución, los registros y licencias para su funcionamiento.

En el capítulo V se integra la evaluación financiera del emprendimiento, donde se establece el plan de inversión, costos y gastos, así como los ingresos que determinan la proyección de ingresos y gastos, el plan de financiamiento, el punto de equilibrio, el estado de resultados, el flujo de caja y la evaluación financiera con los indicadores para determinar la viabilidad del proyecto.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo General

Diseñar el proyecto de emprendimiento para la elaboración y comercialización de gomitas de creatina con açai considerando cada uno de los estudios para su elaboración y determinar la existencia de la rentabilidad de este.

Objetivos Específicos

- Investigar la creatina con açai y sus beneficios para la salud y el rendimiento deportivo, incluyendo su absorción y dosificación adecuada.
- Seleccionar los ingredientes y aditivos necesarios para la producción de gomitas de creatina con açai, considerando factores como sabor, textura y estabilidad.
- Establecer procesos de producción eficientes y seguros para la fabricación de las gomitas con açai, incluyendo la mezcla, moldeado y secado.
- Establecer estrategias de marketing y distribución para llevar las gomitas de creatina con açai al mercado y promover su consumo entre atletas y personas interesadas en mejorar su salud y rendimiento físico.
- Determinar la demanda y oferta relacionados con la producción de gomitas de creatina con açai.

- Señalar la estructura organizacional que se requiere para el emprendimiento de elaboración y comercialización de gomitas de creatina con açáí
- Analizar la viabilidad económica y financiera de elaboración y comercialización de gomitas de creatina con açáí.

CAPÍTULO I

1. Mercado y Comercialización

1.1. Objetivo del Capítulo

Analizar la factibilidad para la elaboración y comercialización de gomitas con acai en función de las necesidades y percepciones de los consumidores.

1.2. Antecedentes investigativos del producto o servicio

1.2.1. Fundamentación del Producto.

La creatina es un compuesto ampliamente consumido en el mundo del deporte, impulsado por su capacidad para mejorar el rendimiento de los deportistas (Rodríguez, 2019). Su uso no está prohibido por la Agencia Mundial Antidopaje (AMA). Aunque la creatina se descubrió por primera vez en 1832, no se introdujo de manera significativa en los suplementos modernos hasta 1992, cuando se publicaron los primeros estudios que destacaban sus beneficios. Esto se hizo tan evidente que ya en los Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992 algunos atletas ya lo utilizaban, aunque todavía no se habían llevado a cabo investigaciones exhaustivas sobre su eficacia (Quirós et al., 2022).

Entre los beneficios de la toma de suplementos de creatina es que, puede potenciar el desempeño físico en disciplinas deportivas que involucren ejercicios de alta intensidad con duración de 2 a 30 segundos y descansos breves entre series. Además, se observa un aumento en la masa muscular magra, acompañado de mejoras en la fuerza y potencia muscular después de 5-7 días de suplementación, siendo más pronunciado en hombres que en mujeres (Yaco, 2019).

Este efecto permite a los deportistas incrementar la carga de peso durante los entrenamientos, se evidencia una mayor tolerancia a los ejercicios realizados en condiciones de alta temperatura. Este beneficio se atribuye al efecto osmótico que genera un incremento de 0,5-1 litro de agua en proporción al aumento de peso experimentado por el individuo, dando lugar a la hipertrofia muscular (Quirós et al., 2022).

El aspecto innovador de esta propuesta es que, tradicionalmente, la creatina se

ha consumido en forma de polvo o cápsulas, y la introducción de gomitas ofrece varias ventajas, ya que, las gomitas proporcionan una opción más atractiva y apetitosa para aquellos que encuentran menos agradable el consumo de polvos o cápsulas. El sabor agradable puede hacer que la experiencia de tomar suplementos sea más placentera.

Las gomitas son fáciles de llevar y consumir sin la necesidad de agua o medir dosis. Esto puede hacer que sea más cómodo para las personas que se desplazan o tienen un estilo de vida activo. La introducción de gomitas de creatina podría ayudar a diversificar el mercado de suplementos, atrayendo a un público que previamente no consideraba el uso de creatina debido a sus preferencias en cuanto a la forma de presentación.

Es crucial destacar que, a pesar de la innovación en el formato, la efectividad y la seguridad del suplemento de creatina en forma de gomitas deben respaldarse con evidencia científica. Donde, el consumidor esté consciente de la dosificación y otros ingredientes presentes en las gomitas para garantizar un uso seguro y efectivo del suplemento, como se detalla a continuación:

1.2.2. Tabla de características del producto

Dentro de este apartado es importante mencionar que el producto innovador son gomitas de creatina con açai, para lo cual a continuación se detalla las características de este:

*Tabla 1.
Características del producto*

Materia Prima	Características	Beneficios
Creatina	Acido orgánico nitrogenado que se lo obtiene de forma artificial como suplemento	Mejora el rendimiento del ejercicio y la masa muscular
Açaí	Fruta antioxidante amazónica	Alto contenido en nutrientes y antioxidantes es considerado antienvjecimiento.
Saborizantes naturales	Sabores agradables para la concentración de gomitas	Mejora el sabor del producto para un agradable sabor para el consumidor
Gelatina sin sabor	Producto incoloro, insípido que se obtiene del colágeno del tejido animal.	Permite dar espesor y consistencia a las gomitas
Estevia	Esta permite dar el sabor dulce al producto	Permite disponer de un producto saludable bajo en azúcar.

Elaborado por: Gabriel Torres.

Con el fin de establecer las características del producto se detalla, a continuación, se presenta la tabla de información nutricional, donde se observa que esta dispone de una cantidad de energía de 200 kcal., mientras que el contenido de creatina es de 45,5 g. por porción.

Tabla 2.
Información nutricional de las gomitas de creatina

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Porción	11,0 g 100 g	Aprox. 5 gomitas 1 Porción
Energía (kcal)	200	22
Proteína (g)	0,4	0,04
Grasas totales (g)	0,3	0,03
Hidratos de carbono disponibles (g)	23,2	2,6
Polioles (g)	35,2	3,9
Fibra dietética total (g)	3,1	0,3
Sodio (mg)	124,0	13,6
Creatina (g)	45,5	5
Açaí	247 kcal	6
Vitaminas D3 (µg)	181,8	20

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Adaptado de (Bodyboost, 2022).

1.3. Mercado

Para determinar a los clientes con los que la empresa se relacionara de manera directa e indirecta, se presenta a continuación la siguiente tabla:

Tabla 3.
Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	El consumidor
¿Quién usa?	El consumidor
¿Quién decide?	El consumidor
¿Qué influye?	Entrenadores

Elaborado por: Gabriel Torres.

El producto está enfocado al público en general del área urbana de la ciudad de Ambato, especialmente a los usuarios habituales de gimnasios, CrossFit, deportistas de elite, deportistas en general. Estas son las personas que toman decisiones de compra y utilizan los productos. Además, es importante mencionar que los

entrenadores, desempeñan un papel influyente en las decisiones de compra de productos.

1.3.1. Estudio de Segmentación

A continuación, se especifica la segmentación del mercado al cual se va a dirigir el producto:

Dimensión conductual.

Tabla 4.
Dimensión conductual

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

Elaborado por: Gabriel Torres.

Dimensión geográfica

En términos geográficos, la comercialización de las gomitas de creatina, que es un suplemento para aumentar la masa muscular, se ha enfocado específicamente en la zona urbana de la ciudad de Ambato.

Tabla 5.
Dimensión geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	N.º HABITANTES 2023
País	Ecuador	16.938.986
Provincia	Tungurahua	563.532
Ciudad	Ambato	370.664
Zona	Urbana	177.316

Elaborado por: Gabriel Torres.

Dimensión demográfica

Dentro de la dimensión demográfica, se tomó en consideración la edad de 15 a 54 años, debido a que según autores como Cárcamo y Cortez (2022) mencionan que a partir de los 15 y 16 años se puede considerar que un adolescente se empieza a convertir en un deportista que se enfoca en el alto rendimiento, mientras que, acorde a MedlinePlus (2023) indica que la creatina es posiblemente segura cuando se la ingiere por vía oral acorde a especificaciones exactas y puede ser consumida desde los dos años de edad.

Tabla 6.
Dimensión demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	N.º HABITANTES 2023
Edad	De 15 a 54 años	97.394
Sexo	Hombres y mujeres	88.629
Socioeconómico	PEA (34%)	33.114
Entrenador	N. Personas que realizan ejercicio (68%)	22.517

Elaborado por: Gabriel Torres.

1.3.2. Plan de muestreo

Para establecer el plan de muestreo, se debe considerar que, los planes de muestreo establecen la cantidad de unidades del producto que deben someterse a inspección en cada lote, determinando así el tamaño de la muestra, junto con los criterios que determinarán la aceptación o no del lote (Juárez, 2018). En este sentido, a continuación, se presenta la determinación con universo sigma para dicho propósito:

Fórmula 1
Determinación del universo con sigma

$$N = \frac{\partial^2 * Z^2}{E^2}$$

Donde:

N = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza 95% = 1,96

σ = Sigma (número de veces que un producto es consumido en un periodo de tiempo determinado)

e = Error de la muestra (5%)

Para calcular el valor sigma, se llevó a cabo una encuesta piloto dirigida a 30 individuos con la siguiente pregunta: ¿Cuántos envases de suplementos de creatina con açai (envase de 50 unidades) consumiría al mes?, donde los resultados obtenidos son los siguientes:

Tabla 7.
Datos de la encuesta piloto (30)

Gomitas de creatina con açai	Frecuencia	Porcentaje
1	13	43%
2	11	37%
3	4	12%
4	2	8%
Total	30	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

$$\partial = \frac{\text{Valor máximo} + \text{Valor mínimo}}{2}$$

$$\partial = \frac{4 + 1}{2}$$

$$\partial = 2,5$$

Por tanto, el universo es el siguiente:

$$N = \frac{2,5^2 * 1,96^2}{0,05^2}$$

$$N = \frac{24,01}{0,0025}$$

$$N = 9.604 \text{ personas}$$

Tabla 8.
Consumo promedio por persona

Muestra	Tiempo	Sigma
9604	Mensual	2.50
196	Semanal	0.36
1	Diario	0.030

Nota. La obtención de la sigma semanal se calcula dividiendo el valor mensual entre 4 semanas, mientras que el valor diario se obtiene dividiendo el valor semanal entre 7 días. Para determinar el tamaño de la muestra para cada uno de estos períodos, se aplicó la fórmula 1.

1.3.3. Instrumentos para recopilar información

- Analizar el entorno en el cual se va a comercializar el producto, de igual forma en este apartado se detalla las características del producto, se analiza a la competencia y estrategias a implementarse.

Tabla 9.
Cuadro de Necesidades Objetivo específico 1

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Gimnasios, centros de entrenamiento, Personas que hacen deporte en el sector	Secundaria	Ministerio de deportes	Servicios agrupados
Aceptación del mercado	Primaria	Consumidor	Encuesta
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Consumidor	Encuesta

Elaborado por: Gabriel Torres.

- Determinar el comportamiento del consumidor, así como a observar la factibilidad comercial de las gomitas de creatina, los canales de distribución a emplearse, el P.V.P., todo lo referente al posicionamiento de este y las diferentes estrategias de diferenciación competitiva

Tabla 10.
Cuadro de Necesidades Objetivo específico 2

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Identificar las propiedades y beneficios del producto	Primaria	Consumidor	Encuesta

Monto de inversión para elaboración, comercialización y distribución	Primaria	Consumidor	Encuesta
Medios de publicidad para la comercialización	Primaria	Proveedores	Encuesta
Precio competitivo en el mercado	Primaria	Consumidor	Encuesta
Sabores y tipo de presentación preferenciales para el consumidor	Primaria	Consumidor	Encuesta
Identificación de medios para la propaganda y publicidad	Primaria	Consumidor	Encuesta
Medios de distribución del producto	Primaria	Proveedores	Encuesta

Elaborado por: Gabriel Torres.

1.3.4. Diseño y recolección de información.

1.3.4.1. Fuentes primarias y secundarias

La información bajo las cuales se tomaron los datos fue de fuentes primarias y secundarias, dentro del primer grupo, se presentó como técnica de investigación a la encuesta con el instrumento cuestionario que se presenta en el anexo 1, elaborado con preguntas cerradas con el fin de gestionar de forma adecuada la información para su presentación. El segundo grupo se ejecutó en función de una investigación de datos estadísticos, del INEC, Banco Central que se detallan en el anexo 2.

1.3.5. Tabulación, análisis e interpretación de instrumentos

A continuación, se presenta los datos recopilados de encuestar en la ciudad de Ambato, hombres o mujeres de entre 15 a 54 años, que asistan a gimnasios, entrenen o realicen ejercicio.

1. ¿Ha consumido en algún momento suplementos como la creatina?

Tabla 11.

Consumo de suplementos como la creatina

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	137	70%
No	59	30%
Total	196	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

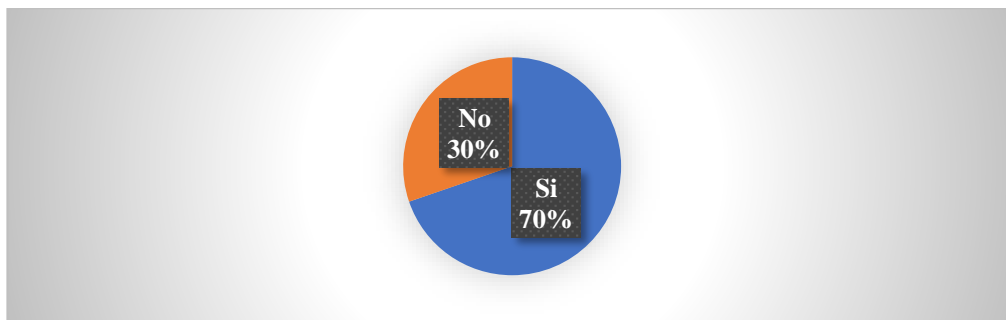


Gráfico 1. *Consumo de suplementos como la creatina.*

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

Análisis e interpretación:

Se encontró que el 70% de encuestados mencionaron que han consumido en algún momento suplementos como la creatina, lo cual hace referencia a un mercado significativo el que ya conoce de las propiedades de la creatina. Este nivel de conocimiento y participación sugiere un interés considerable en los suplementos de creatina, lo que podría ser aprovechado estratégicamente. La empresa puede dirigir sus esfuerzos hacia la educación y la ampliación de las percepciones de valor asociadas con la creatina, aprovechando el sólido conocimiento existente en el mercado. Además, este elevado nivel de familiaridad puede ser una base sólida para introducir innovaciones, productos relacionados o estrategias de marketing específicas que capitalicen aún más en el interés existente y fomenten la lealtad del

cliente.

2. ¿Cuál considera usted que será el beneficio de consumir suplementos de creatina?

Tabla 12.

Beneficios de consumir suplementos de creatina

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Nutrición	77	39%
Energía	63	32%
Crecimiento de masa muscular	28	14%
Vitalidad	12	6%
Bienestar	15	8%
Total	196	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

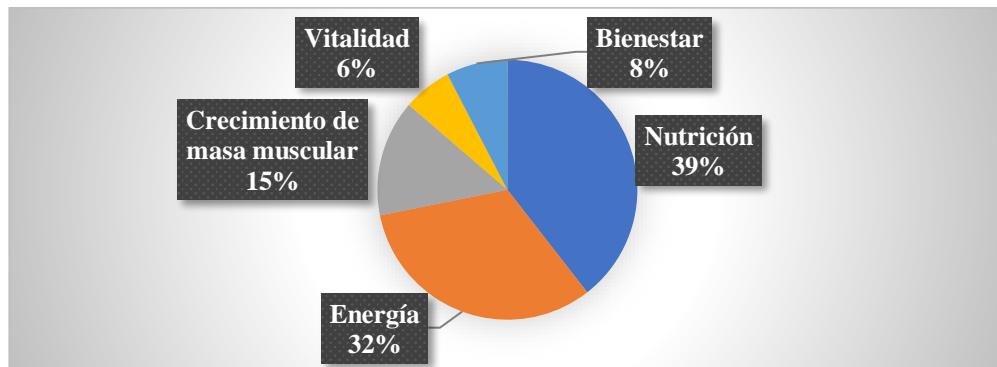


Gráfico 2. *Beneficios de consumir suplementos de creatina.*

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

Análisis e interpretación:

Del total de encuestados se encontró que el 39% considera que el beneficio de consumir suplementos de creatina está relacionado a la nutrición y el 32% es la energía que le brinda, por lo que es crucial destacar la necesidad de impulsar estrategias específicas que orienten el consumo de creatina hacia el crecimiento de masa muscular. Este enfoque se justifica al identificar que el consumidor medio no está completamente consciente de este beneficio, que se posiciona como uno de los aspectos más relevantes y subutilizados de la creatina. Al educar a los consumidores sobre cómo la creatina puede contribuir al desarrollo de masa muscular, se podría aumentar la comprensión de los beneficios del suplemento, influenciando positivamente las decisiones de compra y fortaleciendo la percepción de valor del producto en el mercado.

3. ¿Del siguiente listado cuál de los siguientes sabores prefiere para adquirir las gomitas de creatina con acai?

Tabla 13.
Preferencia de sabores

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mora	63	32%
Durazno	74	38%
Fresa	28	14%
Variados	31	16%
Total	196	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

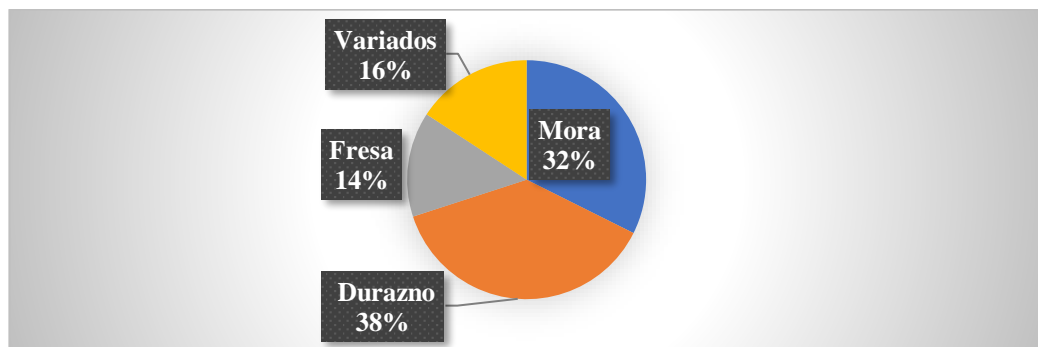


Gráfico 3. Preferencia de sabores.

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

Análisis e interpretación:

La identificación de las preferencias de sabor entre los encuestados proporciona información valiosa para la producción y comercialización de suplementos de creatina. Es destacable que el 38% de los participantes prefiera el sabor a durazno, el 32% se incline por la mora y un 16% muestre preferencia por sabores variados. Esta diversidad en las preferencias de sabor presenta oportunidades estratégicas para la formulación de productos que se alineen con los gustos predominantes en el mercado local. La elección de sabores como durazno y mora, que son parte de la producción local de la ciudad, no solo refleja una conexión con la cultura y los productos regionales, sino que también puede simplificar la cadena de suministro y producción. Esta conexión regional puede ser utilizada como un elemento distintivo en la comercialización de los suplementos, resaltando su origen local y fomentando la preferencia de los consumidores por productos auténticos y vinculados a su entorno.

4. ¿Qué tipo de presentación le gustaría para unas gomas de creatina?

Tabla 14.

Tipo de presentación del producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Vidrio	23	12%
Plástico	63	32%
Fundas	13	7%
Empaques de cartón	96	49%
Total	196	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

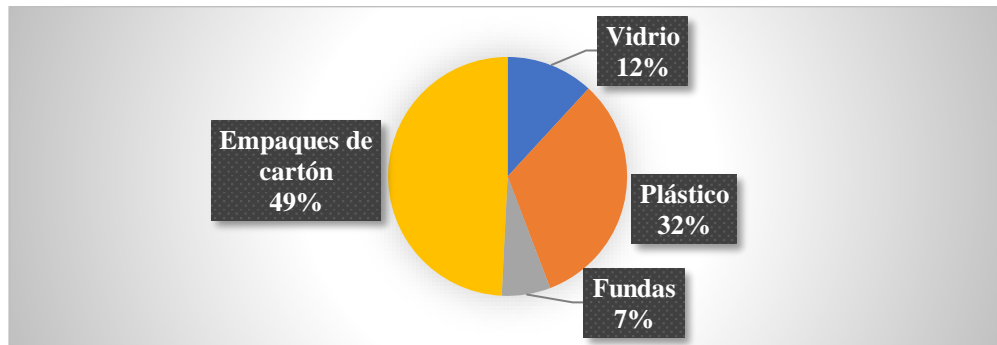


Gráfico 4. Tipo de presentación del producto.

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

Análisis e interpretación:

El análisis de las preferencias de empaque entre los encuestados revela información valiosa sobre las expectativas del consumidor en relación con la presentación del producto. El 49% de los participantes expresaron una preferencia por el cartón como material de empaque, mientras que el 32% optaron por el plástico reciclado. Notablemente, las fundas y el vidrio no fueron tan bien recibidos, principalmente debido a su fragilidad con el 12% y 7%. Esta inclinación hacia el cartón y el plástico reciclado puede entenderse en el contexto del uso previsto de estos suplementos, que se busca llevar como parte de los implementos deportivos para un consumo regular. La preferencia por el cartón puede atribuirse a su portabilidad y ligereza, facilitando la comodidad en el transporte. Por otro lado, la elección del plástico reciclado puede reflejar una conciencia ambiental entre los consumidores, buscando opciones sostenibles sin comprometer la practicidad.

5. De las características que posee las gomitas indiquen cual es la que influye al momento de adquirir el producto.

Tabla 15.
Preferencia de características del producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Color	18	9%
Forma	11	6%
Sabor	69	35%
Calidad	39	20%
Precio	59	30%
Total	196	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

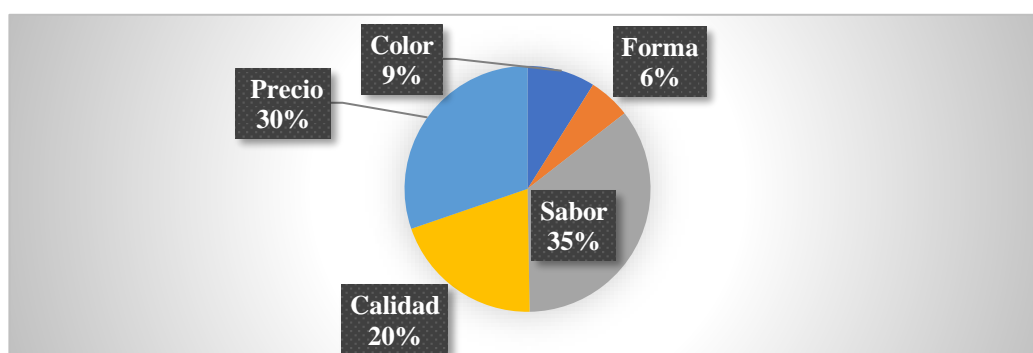


Gráfico 5. *Preferencia de características del producto.*

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

Análisis e interpretación:

Del total de encuestados se encontró que entre las características que buscan los consumidores para las gomitas de creatina son el 35% el sabor, el 30% el precio, el 20% la calidad, el 9% el color y el 6% la forma de las gomitas, lo cual se va a tener en cuenta en el proceso de producción de esta. El sabor destaca como la característica más relevante en este tipo de producto, lo que indica la importancia de ofrecer opciones que satisfagan sus preferencias gustativas. Es evidente que la experiencia sensorial juega un papel fundamental en la aceptación de las gomitas de creatina por parte de los consumidores. Aunque el precio no se destaca como la característica más relevante, sigue siendo un factor importante para un pequeño segmento de la población. Esto sugiere que, a pesar de la prioridad dada al sabor, los consumidores también están atentos a consideraciones económicas al seleccionar los productos.

6. Cuál considera usted que es el medio de comunicación más viable para recibir información sobre gomas de creatinas.

Tabla 16.
Preferencia de medio de comunicación

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Internet	52	27%
Redes sociales	97	50%
Diario	6	3%
Televisión	17	9%
Radio	23	12%
Total	196	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

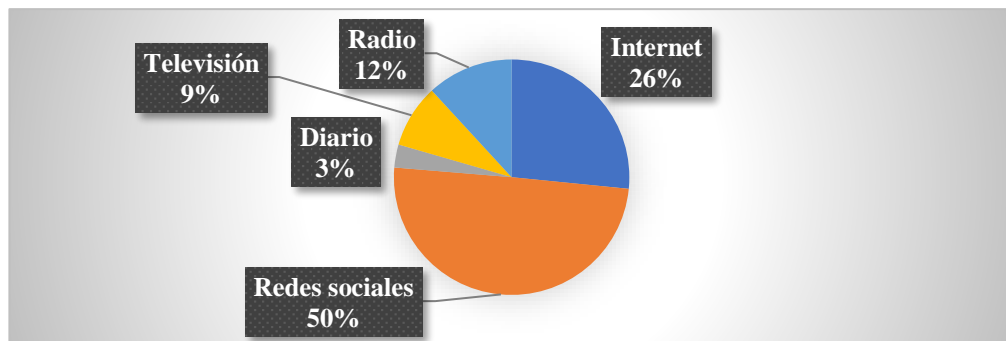


Gráfico 6. *Preferencia de medio de comunicación.*

Elaborado por: Gabriel Torres.

Análisis e interpretación:

Del total de participantes se encontró que el 50% prefieren las redes sociales como medio de comunicación para recibir todo tipo de información relacionado a las gomas de creatina, el 26% considera que el internet es el de preferencia, el 12% considera que es la radio, el 9% la televisión y el 3% el diario, lo que indica que, la publicidad tendrá mayor acogida por medios digitales. Por lo que, se puede mencionar que, las redes sociales destacan la importancia de la presencia digital en la promoción de este producto. La predominancia de las redes sociales sugiere que estrategias de marketing digital, publicidad en plataformas online y la generación de contenido atractivo para estas audiencias serán esenciales para llegar eficazmente a la mitad de la población objetivo. Es decir que, el énfasis en redes sociales, marketing online y contenido digital debería ser prioridad para maximizar la visibilidad y la aceptación del producto en el mercado.

7. Del siguiente listado del tamaño del producto a usted cuál le gustaría o recomendaría adquirir

Tabla 17.
Tamaño del producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
250g	154	78%
500 g	18	9%
750g	25	13%
Total	196	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

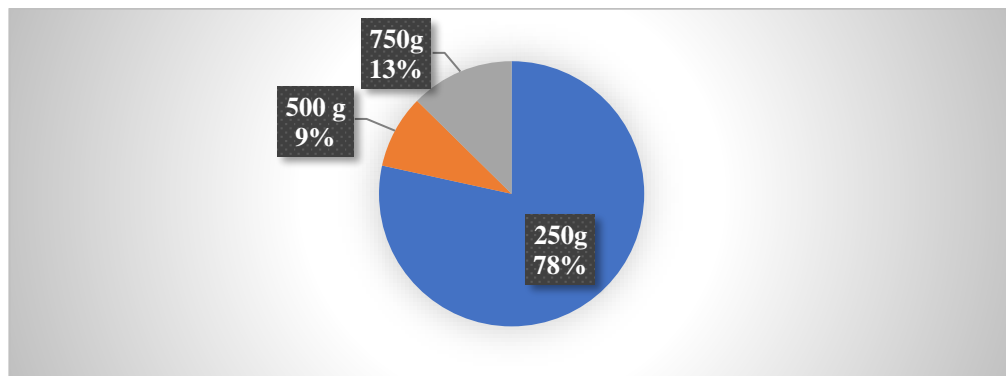


Gráfico 7. Tamaño del producto.

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

Análisis e interpretación:

Del total de encuestados consideran que el tamaño del producto que prefieren en un 78% es el de 250 gr. El 13% considera que es de 750 gr. Y el 9% considera que es el de 50 gr., este análisis no solo apunta a la importancia de ajustar la producción para satisfacer la demanda principal (250 gramos), sino que también sugiere la posibilidad de diversificar la oferta para captar diferentes segmentos de mercado y maximizar la versatilidad del producto. La adaptabilidad en términos de tamaño puede ser una estrategia eficaz para aumentar la aceptación del producto en un mercado diverso.

8. Del siguiente listado de colores para el diseño de la presentación del empaque del producto cual considera que influenciaría al momento de la compra.

Tabla 18.

Preferencia de colores para el diseño de la presentación del empaque

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Verde	18	9%
Rojo	178	91%
Otro	0	0%
Total	196	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

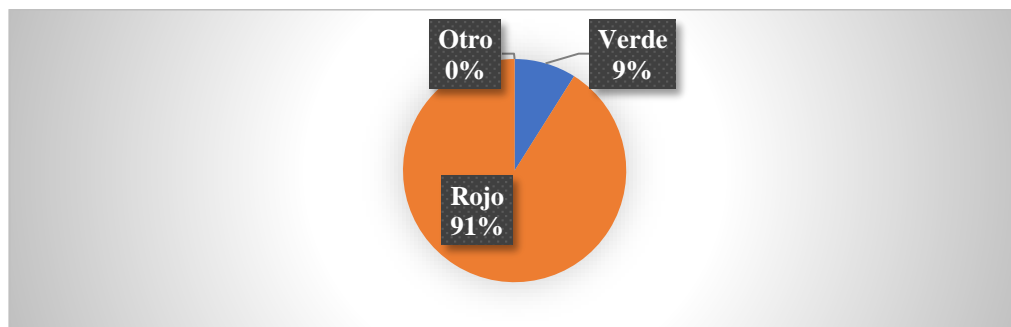


Gráfico 8. *Preferencia de colores para el diseño de la presentación del empaque.*

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

Análisis e interpretación:

Del total de encuestados se encontró que el 91% consideran que es el color favorito para el diseño de la presentación del empaque del producto, el 9% considera que es el verde, lo cual deja en claro que la identificación del color preferido para el diseño del empaque a través de la encuesta revela un aspecto esencial para la estrategia de presentación del producto, donde la gestión de la presentación en rojo se impone como la elección clara, aprovechando la preferencia del 91%. No obstante, la inclusión estratégica de elementos verdes podría ofrecer una oportunidad para abordar a un segmento más específico de consumidores que valoran ciertos atributos asociados con este color. La consideración de ambos aspectos puede contribuir a un diseño de empaque equilibrado y atractivo que

resuene con una audiencia diversa.

9. Estaría de acuerdo con adquirir estas gomitas de creatina como suplemento deportivo.

Tabla 19.

Compra de gomitas de creatina como suplemento.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	171	87%
No	25	13%
Tal vez	0	0%
Total	196	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

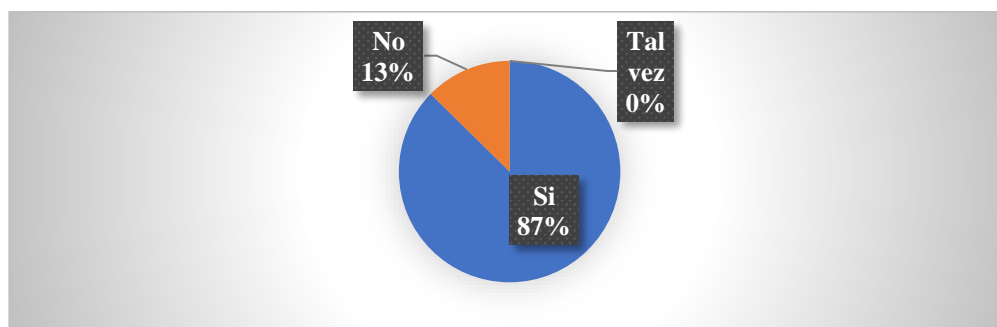


Gráfico 9. *Compra de gomitas de creatina como suplemento.*

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

Análisis e interpretación:

Del total de encuestados el 87% está de acuerdo con adquirir estas gomitas de creatina como suplemento deportivo, este porcentaje significativo sugiere un sólido interés y aceptación en el mercado para las gomitas de creatina en el contexto de ser utilizadas como suplemento deportivo. Este hallazgo es prometedor para el emprendimiento, ya que indica un amplio sector de consumidores que ven el producto como una opción viable y relevante para complementar sus rutinas de actividad física. El 13% restante considera que no está de acuerdo, la atención a estas opiniones que no está de acuerdo puede ser esencial para afinar la estrategia empresarial y fortalecer aún más la posición del producto en el mercado.

10. Consumiría usted las gomitas de creatina por los beneficios que aporta

Tabla 20.

Consumo de las gomitas de creatina por los beneficios que aporta

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	171	87%
No	25	13%
Total	196	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

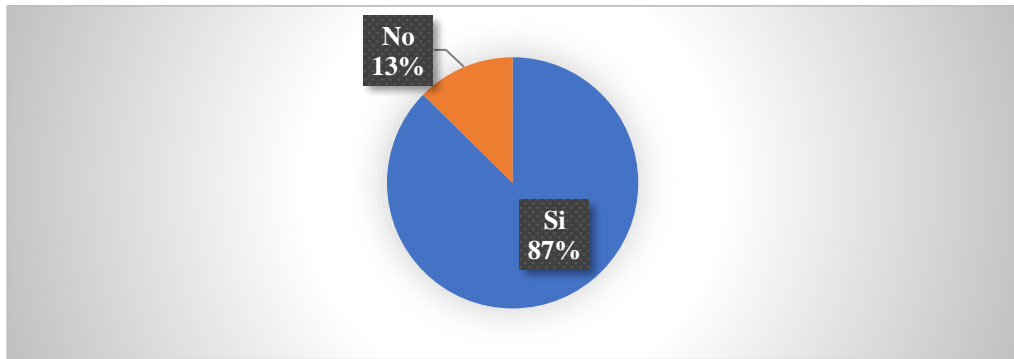


Gráfico 10. *Consumo de las gomitas de creatina por los beneficios que aporta.*

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas.

Análisis e interpretación:

Del total de participantes el 87% indicó que consumiría las gomitas de creatina por los beneficios que aporta, mientras que el 13% considera que no lo haría, lo que es necesario explorar como estrategia para que el consumidor conozca el producto y los beneficios. Este alto porcentaje sugiere un interés generalizado en los beneficios percibidos del producto, señalando una base sólida de aceptación potencial en el mercado. La estrategia recomendada de explotar los beneficios del producto para aumentar la conciencia del consumidor es acertada. Resaltar de manera efectiva los beneficios específicos, ya sea en términos de mejora del rendimiento deportivo, recuperación muscular o cualquier otro atributo relevante, puede influir positivamente en la percepción del producto y aumentar su atractivo.

11. Con que frecuencia compraría usted las gomitas de creatina por los beneficios que aporta

Tabla 21.

Frecuencia de compra de las gomitas de creatina por los beneficios

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Cada semana	3	2%
Cada quince días	68	34%
Cada mes	91	46%
Cada 2 a 3 meses	35	18%
Total	196	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

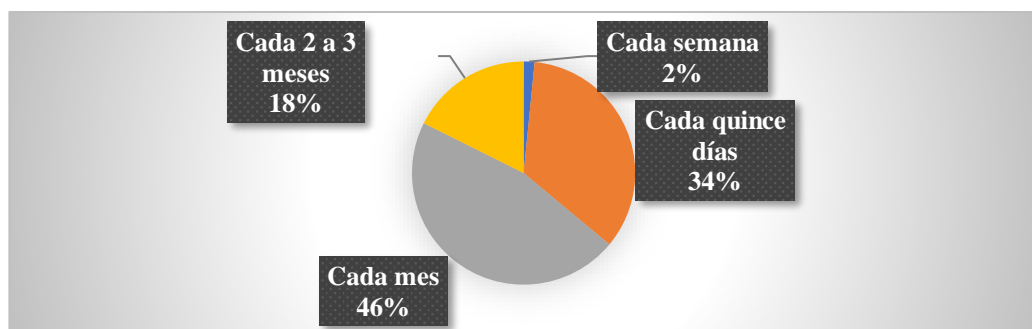


Gráfico 11. *Frecuencia de compra de las gomitas de creatina por los beneficios.*

Elaborado por: Gabriel Torres.

Análisis e interpretación:

Asimismo, en función de los beneficios se encontró que la frecuencia de compra de las gomitas de creatina por los beneficios que aporta sería en un 46% cada mes, que refleja un interés sostenido en el producto, ya que muchos consumidores consideran que los beneficios justifican la adquisición regular, el 34% cada 15 días, destaca un segmento de consumidores que busca mantener un suministro constante de gomitas de creatina, sugiriendo una apreciación continua de los beneficios y posiblemente un uso más regular en sus rutinas, el 18% de entre dos a tres meses y el 2% cada semana, lo que indica que si es frecuente su posible compra. Este análisis proporciona una visión completa de las diferentes frecuencias de compra en función de los beneficios, lo que indica que la aceptación y la intención de compra son sólidas y variadas. Esta información es esencial para ajustar las estrategias de inventario, producción y marketing, ya que sugiere que hay oportunidades para dirigirse a diferentes segmentos de consumidores con enfoques específicos.

12. De los siguientes lugares o sitios de compra usted y que comercializan las gomitas de creatina cual es el de mayor preferencia o gusto.

Tabla 22.
Preferencia del lugar de compra

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Gimnasio	75	38%
Tiendas Barriales	12	6%
Súper Mercados	18	9%
Minimercados	25	13%
Puntos de venta propio	67	34%
Total	196	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

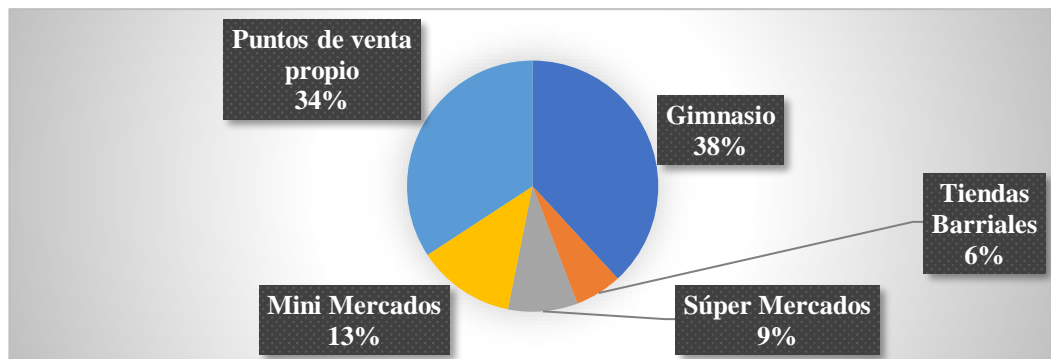


Gráfico 12. Preferencia del lugar de compra.

Elaborado por: Gabriel Torres.

Análisis e interpretación:

Del total de encuestados, se encontró que el 38% considera que lo prefiere encontrar en gimnasios, el que los encuestados expresen una preferencia por encontrar las gomitas en gimnasios destaca la importancia de esta ubicación como punto estratégico de venta. Esta preferencia sugiere que los consumidores asocian la compra de este tipo de suplemento con su rutina de ejercicios y buscan la conveniencia de adquirirlo directamente en el lugar donde realizan actividad física, por otro lado, el 34% en un punto de venta propio, el 13% en minimercados, el 9% en supermercados y el 6% en tiendas de barrio, lo que indica que la preferencia es en el gimnasio, sin embargo, no se debe pasar por alto la relevancia de estar presente en lugares más amplios y accesibles para llegar a una audiencia más diversa. La combinación de estos enfoques podría optimizar la cobertura del mercado y la accesibilidad del producto para diferentes perfiles de consumidores.

13. ¿Cuántos envases de suplementos como gomitas de creatina con acai (envase de 50 unidades) consumiría al mes?

Tabla 23.

Consumo en cantidad de envases de las gomitas con creatina con acai

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 unidades	85	43%
2 unidades	73	37%
3 unidades	23	12%
4 unidades	15	8%
Total	196	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

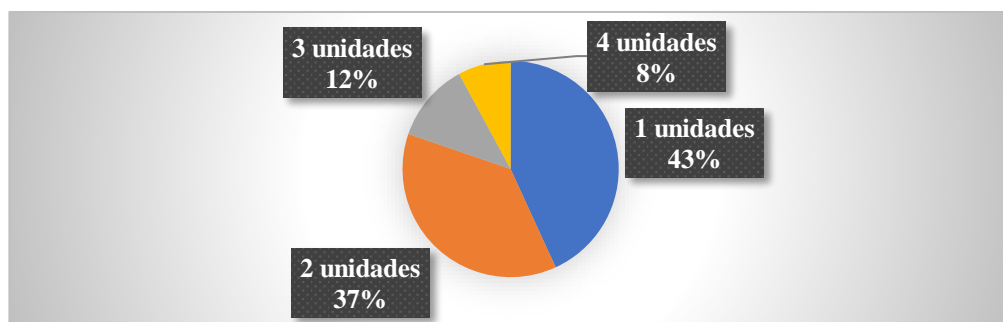


Gráfico 13. *Consumo en cantidad de envases de las gomitas con creatina con acai.*

Elaborado por: Gabriel Torres.

Análisis e interpretación:

El análisis de la frecuencia de consumo en términos de unidades de envases para las gomitas de creatina con acai proporciona información específica sobre los hábitos de consumo esperados. La distribución equitativa entre el 43% que consumiría 1 unidad y el 37% que optaría por 2 unidades destaca una preferencia equilibrada en cuanto a la cantidad, mostrando que una parte significativa de los consumidores planea adquirir un rango moderado de envases. La presencia del 12% que considera consumir 3 unidades sugiere un segmento minoritario que busca una cantidad más considerable, posiblemente indicando una mayor dedicación al uso regular de las gomitas de creatina con acai. El 8% que estaría dispuesto a consumir 4 unidades representa una minoría que busca una cantidad aún mayor, indicando quizás consumidores que planean comprar en mayor cantidad o que desean asegurar un suministro a largo plazo. Este análisis sugiere que, aunque la preferencia mayoritaria es consumir 1 a 2 envases de gomitas de creatina con acai, hay un interés en opciones que incluyen cantidades más considerables.

1.4. Demanda Potencial

La demanda potencial se refiere al nivel máximo de demanda que un producto específico puede alcanzar bajo ciertas condiciones, representando las probabilidades de éxito en un mercado dado (Sánchez, 2020). Para establecer la demanda, a continuación, se presenta la siguiente tabla donde se aplicó el método de promedio simple, con la tasa de crecimiento vigente emitida por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 24.
Demanda Potencial

Año	Demanda	TCP	Decrecimiento
2019	9,059		
2020	9,192	1.45%	133
2021	9,327	1.45%	135
2022	9,465	1.46%	138
2023	9,604	1.45%	139
2024	9,329		

Elaborado por: Gabriel Torres.

Tabla 25.
Demanda en productos

Año	Demanda Personas	∂	Demanda Productos mensual	Demanda en productos anual
2024	9,329	2,5	23.323	279.876

Elaborado por: Gabriel Torres.

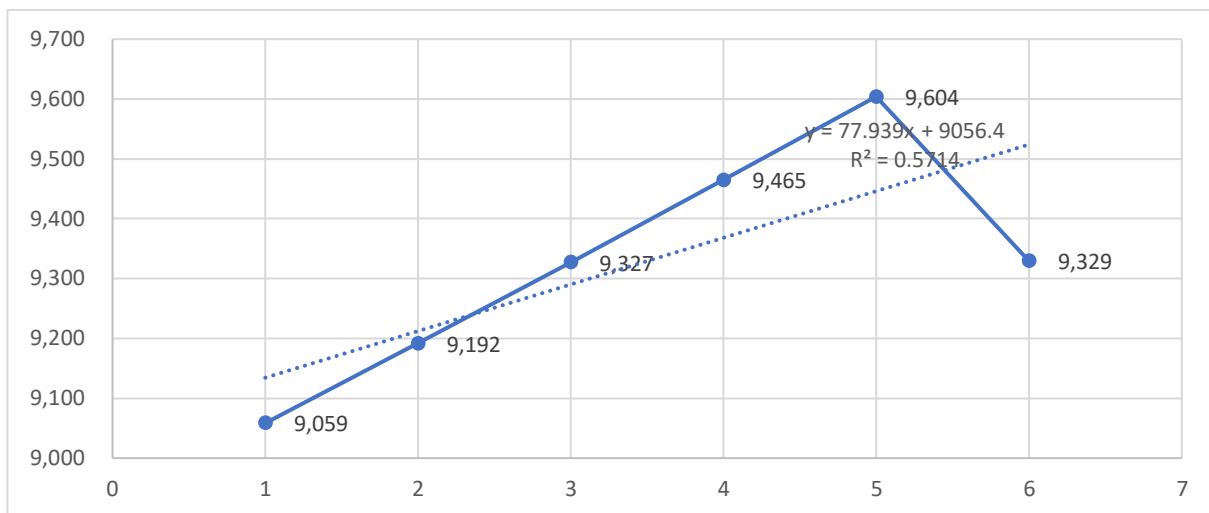


Gráfico 14. Demanda Potencial

Elaborado por: Gabriel Torres.

1.5. Análisis del Macro y Microambiente

1.5.1. Análisis del microambiente

El análisis del microambiente se centra en examinar los factores y fuerzas que afectan directamente a una organización en su entorno cercano y que tienen un impacto inmediato en sus operaciones, decisiones y relaciones con los stakeholders. A diferencia del macroambiente, que se enfoca en factores externos más amplios e incontrolables, el microambiente se refiere a elementos específicos y cercanos a la empresa (Urquiza, 2023). El análisis del microambiente ayuda a las organizaciones a entender mejor su entorno competitivo inmediato y a tomar decisiones estratégicas en consecuencia. Al comprender las dinámicas específicas de la industria y las relaciones con los stakeholders, la empresa puede adaptar sus estrategias para aprovechar oportunidades y mitigar amenazas en su entorno directo.

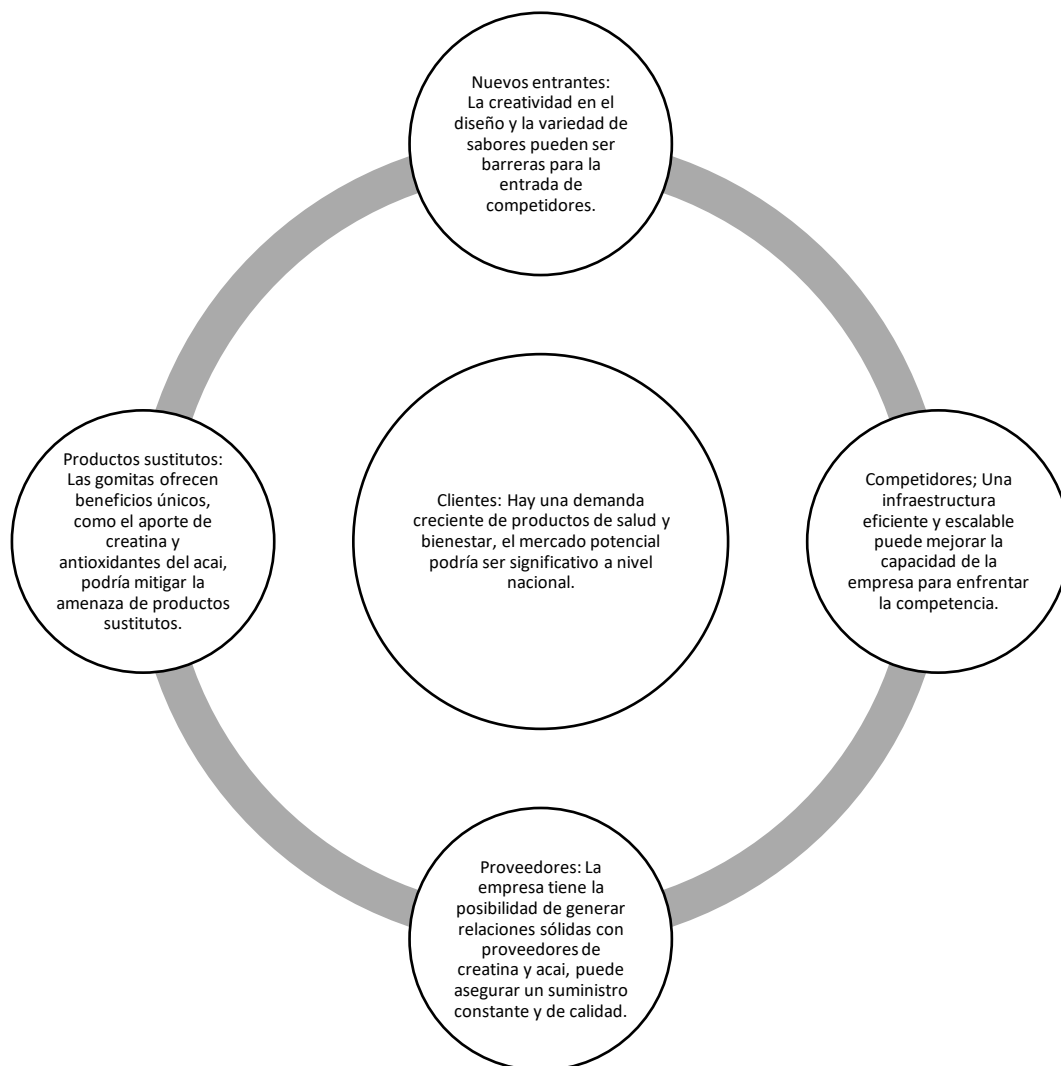


Gráfico 15 Fuerzas de Porter

Elaborado por: Gabriel Torres.

Para establecer un análisis del microambiente, se determina la siguiente matriz EFI, donde se consideran los factores claves del análisis de las 5 fuerzas de Porter, así como las debilidades de la empresa, las cuales pueden ser consideradas, el poder de negociación en los canales de distribución o Puntos de Venta, ya que la dependencia excesiva de un número limitado de canales podría ser riesgoso para la empresa. El desarrollo tecnológico es clave ya que, al tratarse de un emprendimiento, se inicia con la maquinaria y equipo básico para la elaboración de gomitas con creatina y acai disponible actualmente, sin embargo, se debe tener en

cuenta que la investigación y desarrollo podría limitar la capacidad de la empresa para mantenerse a la vanguardia.

La publicidad y promoción es de igual forma clave en este análisis, ya que, la falta de publicidad puede resultar en una menor visibilidad y conocimiento del producto lo que afectaría en el posicionamiento de marca, por lo que gestionar de forma adecuada la marca podría ser indispensable sobre la percepción del consumidor. Para lo cual se debe generar un plan de comunicación del producto ya que, no emitir toda la información puede generar desconfianza y disminuir el interés del consumidor:

Tabla 26.
Matriz de Evaluación de Factores Internos MEFI

Factores críticos	Peso	Calificación	Valor ponderado
Fortalezas			
Materia prima	0,5	4	2
Mercado potencial	0,03	4	0,12
Diseño y sabores de las gomitas de creatina con acai	0,07	3	0,21
Beneficios del producto	0,2	4	0,8
Infraestructura	0,05	3	0,15
Debilidades			
Posicionamiento de marca	0,03	2	0,06
Escasa publicidad	0,03	1	0,03
Tecnología innovadora	0,03	2	0,06
Escasa información del producto	0,03	2	0,06
Puntos de venta	0,03	1	0,03
	1		3,52

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas

Análisis: El valor promedio ponderado en el análisis de factores internos es 3,52 lo que indica que el emprendimiento tiene buen enfoque con respecto a las fortalezas y debilidades existentes en la creación de productos relacionados a las gomitas de creatina con acai.

1.5.2. Análisis del macro ambiente

El análisis del macro ambiente es un proceso utilizado en el ámbito empresarial y de gestión estratégica para comprender y evaluar factores externos que pueden afectar a una organización. Este análisis se centra en examinar elementos que están fuera del control directo de la empresa, pero que pueden tener un impacto significativo en su desempeño y decisiones estratégicas (Bayón, 2019). Este análisis proporciona a las organizaciones una comprensión más profunda de su entorno externo, lo que les permite anticipar cambios, identificar oportunidades y amenazas, y ajustar sus estrategias en consecuencia.

Tabla 27.
Análisis Pestel

Políticos	Económicos
<ul style="list-style-type: none"> • Políticas gubernamentales que promuevan estilos de vida saludables y la ingesta de suplementos nutricionales • Apoyo a la innovación y emprendimiento en la industria de alimentos y suplementos. • Posibles restricciones o impuestos a productos con alto contenido de azúcar o aditivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explorar mercados internacionales por la expansión de mercado • Fluctuaciones económicas que podrían afectar la disposición de los consumidores para gastar en productos no esenciales
Socioculturales	Tecnológicos
<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en las preferencias del consumidor hacia opciones de snacks más saludables. • Mayor interés en la nutrición y suplementos para mejorar el rendimiento físico • Posible resistencia a la adopción de productos nuevos o menos conocidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Avances en tecnologías de producción que mejoren la eficiencia y la calidad. • Utilización de plataformas digitales para marketing y venta directa al consumidor Rápidos cambios tecnológicos que pueden hacer obsoletos los métodos de producción o distribución existentes.
Ecológicos	Legales
<ul style="list-style-type: none"> • Mayor conciencia ambiental puede favorecer a empresas con prácticas sostenibles. • Innovaciones en envases ecoamigables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de normativas alimentarias que respalden la calidad y seguridad del producto. • Cambios en las regulaciones que afecten la formulación o

-
- Regulaciones ambientales más estrictas.
- comercialización.
-

Elaborado por: Gabriel Torres.

A continuación, se presenta la matriz de evaluación de factores externos, donde, se toma en cuenta que, entre las oportunidades, se encuentran las diferentes alianzas con Gimnasios y Centros de Entrenamiento, ya que, puede aumentar la visibilidad del producto y llegar a un público objetivo específico interesado en la nutrición deportiva. Asimismo, el establecer relaciones sólidas con proveedores confiables puede asegurar un suministro constante y de calidad y expandir la presencia del producto a través de acuerdos con distribuidores puede aumentar su accesibilidad y disponibilidad en el mercado.

De igual forma, explorar mercados internacionales puede abrir nuevas oportunidades de crecimiento y diversificación de clientes. De igual forma, otro factor clave son las políticas de Nutrición, ya que, si las políticas gubernamentales favorecen productos saludables, la demanda de gomitas con creatina y acai podría aumentar con el tiempo.

Se pueden considerar como amenazas a la presencia de productos similares en el mercado puede reducir la lealtad del cliente y la cuota de mercado. De igual forma, el factor de los precios bajos del mercado, puesto que, la competencia basada en precios bajos puede afectar la rentabilidad y la percepción de calidad del producto. Así como los cambios en las normativas gubernamentales, como etiquetado nutricional, pueden afectar la producción y comercialización.

Es importante tomar en cuenta al desempleo, ya que, un alto índice de desempleo puede reducir el poder adquisitivo de los consumidores y afectar la demanda de productos no esenciales. Mientras que, la falta de inversión puede limitar la capacidad de la empresa para innovar y competir en el mercado.

Tabla 28.
Matriz de Evaluación de Factores Externos MEFE

Factores críticos	Peso	Calificación	Valor ponderado
Oportunidades			
Alianzas Con gimnasios y centros de entrenamiento	0,46	4	1,84
Proveedores	0,03	4	0,12

Alianzas con distribuidores	0,1	2	0,2
Mercado internacional	0,2	3	0,6
Políticas de nutrición	0,05	3	0,15
Amenazas			
Productos sustitutos	0,03	1	0,03
Precios bajos del mercado	0,03	1	0,03
Normas del gobierno	0,02	2	0,04
Desempleo	0,03	2	0,06
Inversión	0,05	1	0,05
	1		3,12

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas

Análisis: El valor medio ponderado de los factores externos es 3,12, lo que indica que el emprendimiento conoce los métodos adecuados para las oportunidades y amenazas presentadas en el mercado de gomitas con creatina y acai. En conclusión, la empresa puede aprovechar las oportunidades mediante la expansión internacional, la creación de alianzas estratégicas y la adaptación a políticas de nutrición favorables. Al mismo tiempo, debe abordar las amenazas mediante la diferenciación del producto, la gestión de costos y la adaptabilidad a cambios en normativas gubernamentales y condiciones económicas.

1.5.3. Matriz de Perfil Competitivo

Tabla 29.
Matriz de Perfil Competitivo

No.	Factores críticos de éxito	de	Peso	Emprendimiento de gomitas de creatina con acai		Tinies Bers		Bizi Creatine	
				Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación
1	Materia prima innovadora		0.25	5	1.25	3	0.75	2	0.5
2	Precios accesibles y competitivos	y	0.20	3	0.6	3	0.6	4	0.8
3	Infraestructura y equipos de punta en producción	de	0.20	3	0.6	4	0.8	3	0.6
4	Adecuado canal de distribución	de	0.15	4	0.6	3	0.45	4	0.6

5	Finanzas sólidas	0.20	2	0.4	3	0.6	5	1
Total		1.00		3.45		3.2		3.5

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas

Análisis: En la matriz de perfil competitivo se identificó herramientas y factores de alta puntuación que representan la calidad de los productos fabricados por los competidores y el nuevo emprendimiento propuesto. Los resultados de esta permiten establecer estrategias para crear un mejor posicionamiento de la marca del emprendimiento que se va a proponer.

1.5.4. Proyección de la oferta.

Establecer la proyección de la oferta está relacionada con la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos y pueden ofrecer a los consumidores en un momento dado. La relación entre la cantidad ofrecida y el precio de mercado de un bien o servicio generalmente se representa mediante una curva de oferta (Hernandez, 2020).

En términos generales, cuando el precio de un bien o servicio aumenta, la cantidad ofrecida tiende a aumentar, y cuando el precio disminuye, la cantidad ofrecida tiende a disminuir. Sin embargo, la relación entre precio y cantidad ofrecida puede variar según el tipo de bien o servicio y otras condiciones del mercado, a continuación, se presenta la matriz con las tiendas que ofertan en la ciudad de Ambato con mayor representación de suplementos nutricionales con creatina.

*Tabla 30.
Oferta*

Tiendas	Producto	Stock (Kilogramos)	Tiempo de Aprovisionamiento	Precio promedio	Oferta mensual unidades	Oferta Anual unidades	Oferta Anual Dólares
1 SYF Paseo Shopping	Suplementos nutricionales de creatina	500	12	15	500	6000	90000

2	Protein BAR	Suplemento s nutricionale s de creatina	300	12	10	300	3600	36000
3	Mis Bebidas Orgánicas	Suplemento s nutricionale s de creatina	200	12	13	200	2400	31200
4	Nutri Fitness Ambato	Suplemento s nutricionale s de creatina	600	12	15	600	7200	108000
TOTAL					13.25		19.200	265.200

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas

Análisis: Se puede observar que la oferta desde cuatro de las tiendas más representativas de la ciudad Ambato, se considera que existe una oferta de 19200 Kilogramos, y una oferta anual total de \$265.200, mientras que, el precio promedio es de \$13.25.

1.5.5. Proyección de la oferta

*Tabla 31.
Proyección de la oferta*

Año	Oferta	IPC	Incremento
2023	19,200	3.12%	599
2024	19,799	3.12%	618

Elaborado por: Gabriel Torres.

En el proceso de determinar y anticipar la oferta, se tuvieron en cuenta las unidades anuales mantenidas por cada local de distribución en Ambato, sumando un total de 19.799 al año 2024. Esta cifra se proyectó teniendo en cuenta el índice de precio al consumidor IPC siendo el 3.12% correspondiente al año 2023 según datos del INEC (2023).

1.6. Demanda Potencial Insatisfecha

Es el resultado de la diferencia entre la demanda y la oferta, debe tomar en cuenta que para realizar el cálculo debe estar expresado en la misma unidad de medida,

mostrada en el siguiente cuadro:

Tabla 32.

Demanda Potencial Insatisfecha Unidades (Kg)

Año	Oferta	Demanda	DPI anual
2024	19779 Kg	288,120	268,321

Elaborado por: Gabriel Torres.

En la tabla se observa que la demanda potencial insatisfecha es de 268.321 Kg, ya que se encontró que la oferta existente es de 19.779 Kg, mientras que, la demanda detectada es de 288.120 Kg.

Tabla 33.

Proyección de la Demanda Potencial Insatisfecha

Año	DPI 10%	Crecimiento	DPI anual	DPI mensual
2024	26832	389	2236	75
2025	27221	395	2268	76
2026	27616	400	2301	77
2027	28016	406	2335	78
2028	28423	412	2369	79

Elaborado por: Gabriel Torres.

En la tabla se observa que, la empresa busca responder a las necesidades del 10% de la demanda potencial insatisfecha, donde se observa que para poder cubrir estos requerimientos se debe producir un total de 2236 al año 1, mientras que al año 5 se espera una producción de 2.369 Kg anuales.

Tabla 34.

Demanda Potencial Insatisfecha en dólares

Año	Oferta	Demanda	DPI anual
2024	\$262.071,75	\$262.071,75	\$3.555,25

Elaborado por: Gabriel Torres.

1.7. Diseño de marca (branding)

Marca

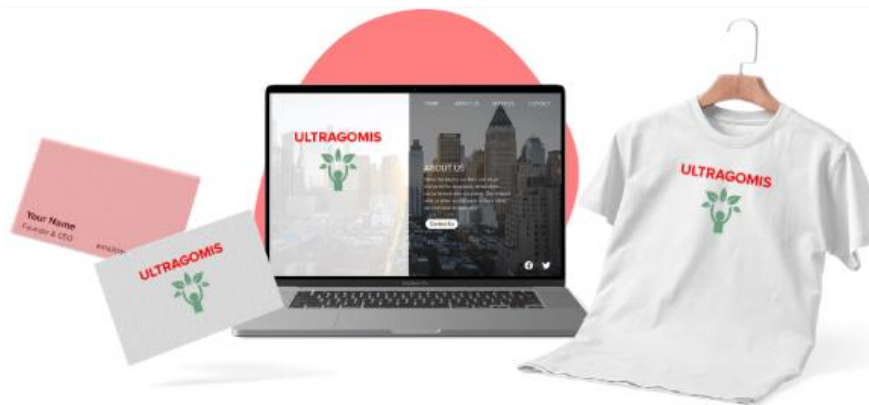
A continuación, se presenta el logotipo de la marca para el emprendimiento, cuyo nombre de la marca es “Ultragomis”:



Gráfico 1. Logotipo

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Análisis del proyecto



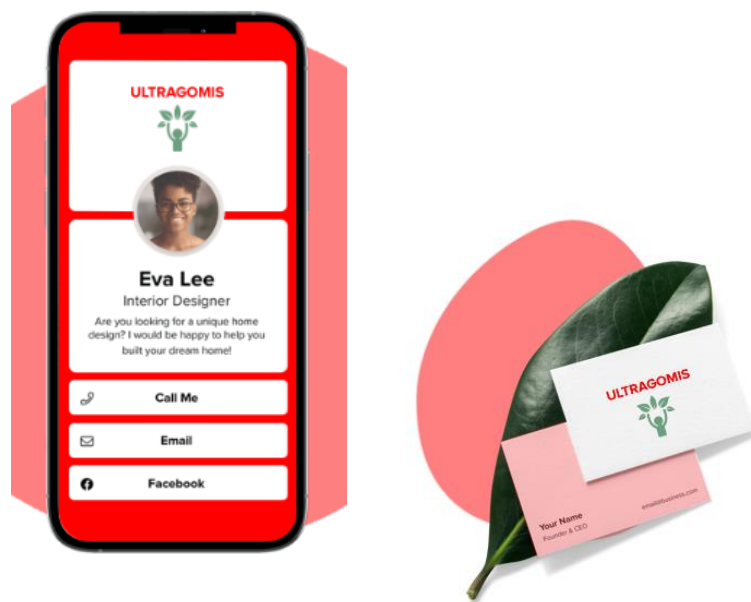


Gráfico 2. Publicidad y Marca

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Análisis del proyecto

Slogan

El slogan, es “Salud y fuerza en una gomita”.

El logo para las gomitas de creatina con acai consiste en un área blanca con un fondo blanco vibrante que combina tonos de verde (para la creatina) y rojo (para el acai). En el centro del logo, puede encontrar una figura que muestra a una persona alzando hojas que es una representación estilizada de mencionar un producto

natural relacionado a las gomitas con acai que es un producto **saludable** con creatina un suplemento que ayuda a potencializar en el ejercicio. La tipografía del nombre del producto se coloca sobre la figura en una fuente moderna y amigable, utilizando colores que armonicen con el resto del diseño.

1.7.1. Percepción posicionamiento y diferenciación

Este producto en el mercado no goza de una amplia notoriedad, dado que la mayoría de los individuos y entrenadores en Ecuador recomiendan el uso de proteínas tradicionales como la creatina en polvo. A pesar de su presencia en el mercado durante varios años, este producto ha sido poco comercializado en supermercados, tiendas de conveniencia y locales de barrio.

La visión para este producto es que se posicione en el mercado en Ecuador y que posterior también se posicione a nivel mundial. Su valor agregado radica en sus diversos sabores, el valor agregado de acai y la capacidad de no alterar los beneficios de la creatina. Gracias a estas características, se busca que este producto pueda reemplazar a los tipos de proteínas convencionales que existen en el mercado.

1.8. Estrategias de marketing

1.8.1. Marketing mix

Las estrategias mencionadas a continuación en la tabla 35, que incluyen el uso de Facebook Ads y TikTok, Google y página web y Stand, son tácticas específicas de la sección de análisis del microambiente, ya que, estas tácticas se derivan del reconocimiento de factores y fuerzas que afectan directamente a la organización en su entorno cercano, como se describe en el análisis del apartado 1.5.1. y 1.5.2. Estas estrategias se centran en la campaña por redes sociales, aprovechando plataformas populares como Facebook y TikTok.

La estrategia de campaña de redes corporativas se basa en la promoción Below the Line (BTL) y utiliza stands y volantes. Esto surge del reconocimiento de que la presencia en línea y la promoción directa son esenciales para llegar a un público más amplio. La participación en eventos y la distribución de material promocional son tácticas específicas para aumentar la visibilidad y la participación del público.

La estrategia de campaña de marca e imagen y la estrategia de comercialización push mediante puntos de venta se basan en la participación en eventos con stands y la distribución de volantes. Estas estrategias y tácticas se seleccionan en función del análisis del micro y macro ambiente, considerando factores específicos que afectan directamente las operaciones y la interacción con stakeholders en el entorno cercano de la empresa.

1.9. Estrategia de marketing

Tabla 35.
Estrategias de marketing

Estrategias	Objetivos	Tácticas	Recursos	Costo	Responsable	Cronograma											
						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Facebook Ads 7y tik tok	Campaña por redes sociales	Realizar videos con deportistas de elite	Influencer Videos	200	jefe marketing de	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Google y pagina Web	Campaña de redes corporativas	Promoción Below the Line (BTL)	Stand Volantes	200	jefe marketing de	x	x	x	x	x	x						
Radio Centro	Publicidad en radio	Audios con información del producto	Dj Spot	300	jefe marketing de	x	x					x	x	x			
Stand	Campaña de marca e imagen	Estrategia de comercialización push mediante puntos de venta	Modelos Volantes	350	jefe marketing de	x			x			x			x		x

Elaborado por: Gabriel Torres

1.10. Plan de comunicación

A continuación, se presenta el plan de comunicación:

Tabla 36.
Plan de comunicación

Objetivo	Estrategia	Proyectos estratégicos	Medio publicitario	Presupuesto	Responsable	Indicador
Las ventas por redes sociales en un 10% del mercado potencial para el 1er año	Campaña por redes sociales	Ingreso mercado	del Facebook, WhatsApp	\$50	Jefe de marketing	Ventas por redes/Ventas

Establecer un espacio de venta y publicidad de la marca en los gimnasios para un total de ventas del 10% en el primer año	Campaña de redes corporativas	de	Ingreso de marca en gimnasios	Publicidad BTL	\$100	Jefe de marketing	g	totales	por
Ingresar en el mercado para dar a conocer la marca en un 5% de ventas	Publicidad radio	en	Ingreso a la marca al mercado local	Radios de la ciudad	\$200	Jefe de marketing	g	totales	por

Elaborado por: Gabriel Torres.

Tabla 37.
Seguimiento a clientes

Objetivo	Estrategia	Proyectos estratégicos	Presupuesto	Tiempo	Responsable
Contactar por redes sociales en un 10% del mercado potencial para el 1er año	Campaña por redes sociales	Clientes nuevos con descuentos	\$550	6 m.	Jefe de marketing
Establecer un espacio de venta y publicidad de la marca en los gimnasios para un total de ventas del 10% en el primer año	Campaña de redes corporativas	Descuentos por suscripciones a los clientes permanentes	\$100	12 m.	Jefe de marketing Dueños de gimnasio
Ingreso de clientes en ferias y exposiciones con la marca en un 5% de ventas	Publicidad en ferias	Ingreso de clientes en ferias de promoción con la marca al mercado local	\$200	3 m.	Jefe de marketing

Elaborado por: Gabriel Torres.

Tabla 38.
Plan de acción

Estrategias	Tácticas	Indicadores	M. Verificación	Responsables	Presupuesto
Campaña por redes sociales	Desarrollar contenido visual y atractivo relacionado con los beneficios de las gomitas de creatina con acai, incluyendo imágenes, videos y testimonios.	Número de interacciones en redes sociales (likes, comentarios, compartidos).	Estadísticas de redes sociales (Facebook Insights, Instagram Analytics, etc.).	Jefe de marketing	\$50

Campana de redes corporativas	Colaborar con influencers relevantes en el ámbito de la salud, fitness y nutrición para amplificar el alcance de la campaña.	Aumento en la cantidad de seguidores en plataformas sociales.	Registro de crecimiento de seguidores durante la campaña		
	Establecer alianzas con gimnasios, centros de entrenamiento y nutricionistas para promover las gomitas como parte integral de un estilo de vida saludable. Participar en eventos corporativos para presentar el producto a empleados y líderes de empresas. Configurar un stand atractivo con muestras gratuitas de las gomitas para que los asistentes prueben el producto	Número de acuerdos firmados con gimnasios y centros de entrenamiento. Número de eventos corporativos participados.	Documentación de acuerdos y contratos. Encuestas de satisfacción después de cada evento.	Jefe de marketing	\$100
Publicidad en ferias	Impartir charlas informativas o talleres sobre nutrición y bienestar para aumentar la percepción de la marca.	Porcentaje de participantes que prueban el producto.	Registros de inventario de muestras distribuidas.	Jefe de marketing	\$200
	Invertir en un diseño de envases que sea atractivo y refleje la calidad y la naturaleza saludable del producto. Implementar iniciativas de responsabilidad social corporativa y destacarlas en la campaña para construir una imagen positiva	Número de charlas o talleres realizados.	Registro de eventos y asistentes.		
Campana de marca e imagen	Crear anuncios de radio creativos que destaquen los beneficios y características únicas de las gomitas.	Aumento en las menciones positivas en redes sociales sobre el diseño del envase.	Monitoreo de comentarios en redes sociales.	Jefe de marketing	\$200
	Participar en entrevistas radiales o patrocinar programas relacionados con salud y bienestar para aumentar la visibilidad.	Aumento en el tráfico del sitio web durante la transmisión de anuncios.	Clippings de prensa positivos. Análisis del sitio web. Registro de participación en programas.	Jefe de marketing	\$200

Elaborado por: Gabriel Torres.

CAPÍTULO II

2. Operaciones

2.1. Objetivos del capítulo

Desplegar un análisis de producción con el objetivo de identificar los procedimientos involucrados en la creación de gomitas que contienen creatina y acai. Este análisis se centrará en examinar los requisitos indispensables para llevar a cabo la producción de dicho producto.

Llevar a cabo un estudio de producción implica analizar detenidamente cada etapa del proceso de fabricación de las gomitas con creatina y acai. Este proceso incluirá la identificación y evaluación de los diferentes pasos necesarios para producir el producto final, teniendo en cuenta los requisitos específicos que se deben cumplir en cada fase. Es esencial comprender y documentar cada aspecto del proceso para garantizar una producción eficiente y de alta calidad

2.2. Descripción del proceso

En términos generales, un proceso es una serie de pasos o acciones interrelacionadas y coordinadas que se llevan a cabo para lograr un objetivo específico. Puede aplicarse a diversas áreas, como la manufactura, la investigación, la administración, entre otras (Duque, 2018).

En este sentido, un proceso se refiere a las etapas o fases secuenciales que deben llevarse a cabo para fabricar las gomitas con creatina y acai. Este proceso puede incluir desde la adquisición de materias primas hasta la producción, el control de calidad y el envasado del producto final.

2.2.1. Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Es crucial subrayar que, durante todas las fases de producción, es necesario asegurar la seguridad y la ausencia de riesgos en el producto final. Los pasos para describir el proceso de transformación del producto abarcan los siguientes puntos:

- **Formulación y diseño de receta:**

Los ingredientes deseados se seleccionan y miden en proporciones específicas, como creatina y acai, para lograr la combinación deseada.

- **Preparación de la mezcla:**

Colocar los ingredientes en un tazón y mezclar uniformemente para formar una masa uniforme.

- Cocción:

La mezcla se somete a un proceso controlado de cocción o calentamiento para obtener la textura y consistencia adecuadas.

- Moldeado:

Verter la mezcla en el molde de gominola de preferencia. Enfriar y solidificar la mezcla.

- Enfriamiento y solidificación:

Enfriar las gomitas por completo hasta que alcancen su consistencia final.

- Gestión de la calidad

Realizar pruebas y controles para garantizar la calidad, sabor e inocuidad del producto final.

- Embalaje:

Coloca las gomitas en un recipiente adecuado e incluir la información necesaria en la etiqueta.

- Almacenamiento

Almacenar las gomitas en condiciones óptimas para mantener la calidad hasta su distribución.

- Distribución

Entregar el producto a una tienda minorista o al consumidor final.

Durante todo el proceso de fabricación de gomitas de creatina con acai, es esencial monitorear y garantizar constantemente que se cumplan los estándares de seguridad y calidad.

2.2.2. Mapa de procesos:

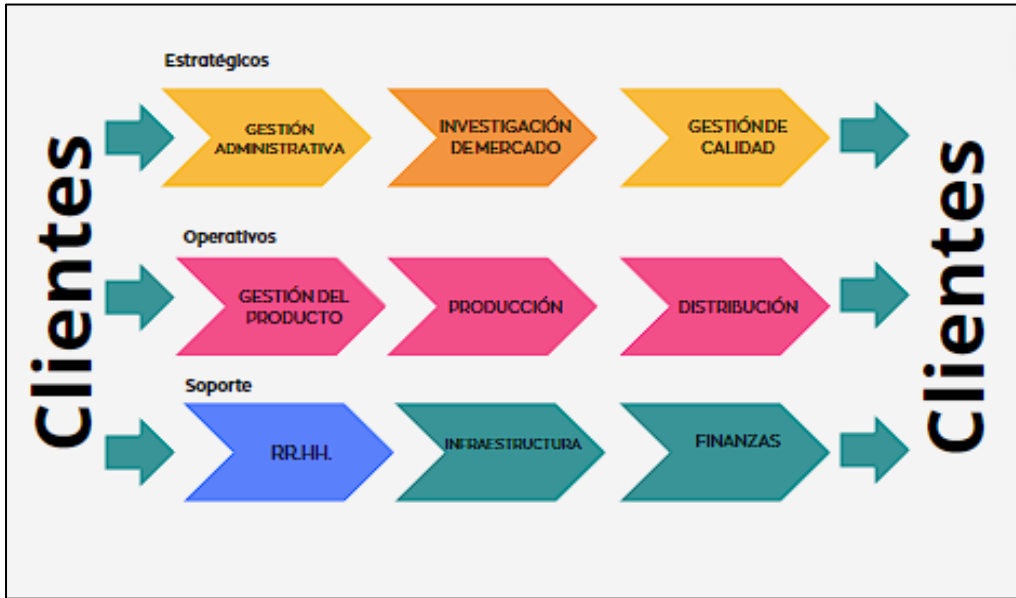


Gráfico 3.

Mapa de procesos

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas

2.2.3. Flujoograma de proceso

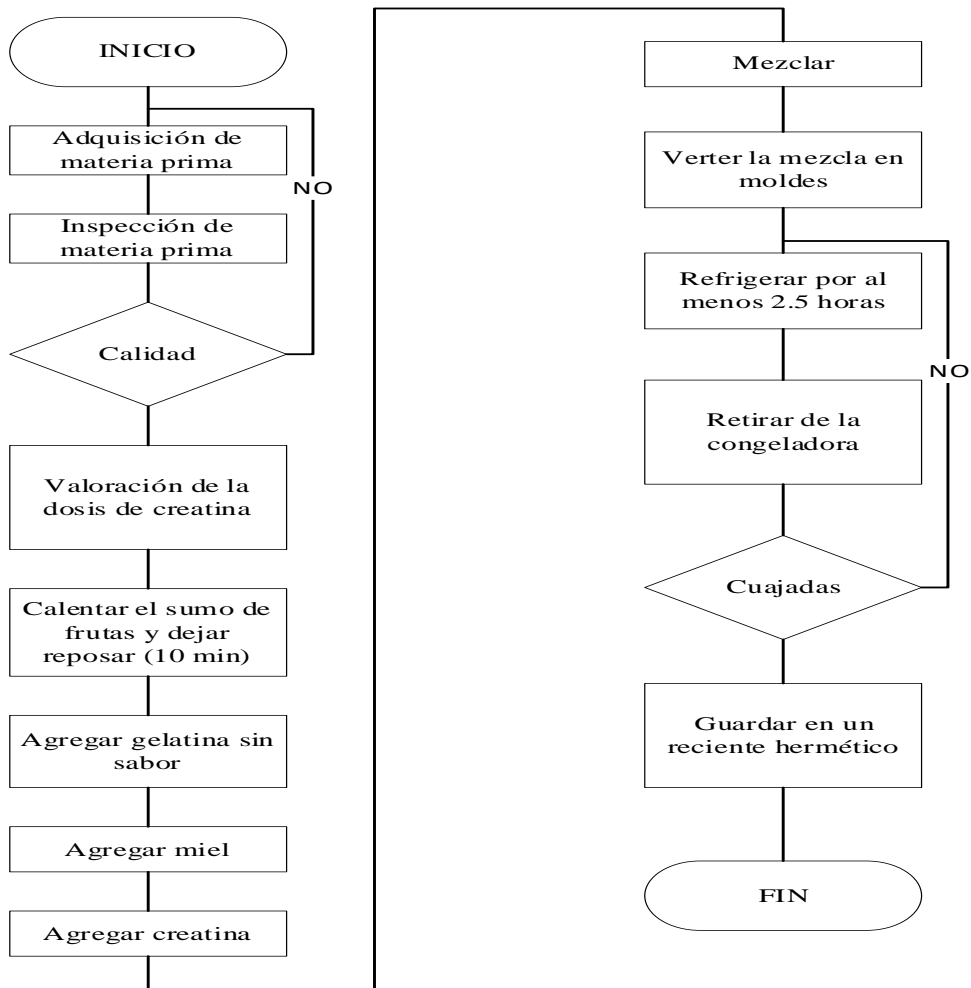


Gráfico 4. Flujograma de proceso de gomitas con creatina y acai.

Elaborado por: Gabriel Torres.

2.2.4. Descripción de instalaciones, equipos y personas

La empresa estará ubicada en la ciudad de Ambato en el área industrial, con el siguiente Layout:

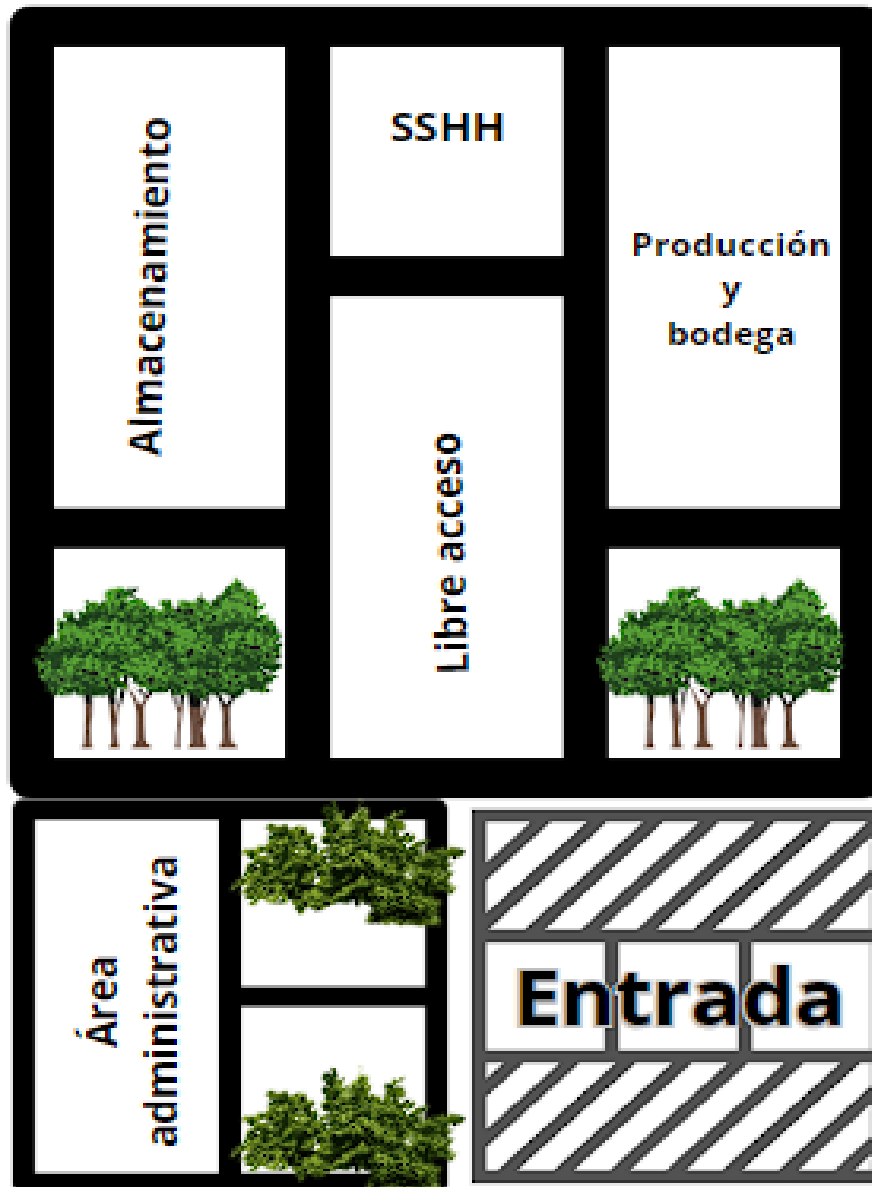


Gráfico 5. Distribución física de la empresa

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas

Las diferentes áreas se describen de la siguiente forma:

- **Área administrativa.** Es el área donde se distribuirá todo el personal administrativo y atención a proveedores y externos a la empresa.
- **Almacenamiento.** Es el espacio para almacenar el producto terminado
- **Producción y bodega.** Esta área está destinada para el equipo y maquinaria de producción y operarios y la bodega para almacenar materia prima y no terminada.
- **Área verde.** Espacios verdes para que el personal y clientes descansen.
- **Entrada y salida.** Los ingresos a la empresa.

Equipos y personas

Dentro de los equipos a emplear, se encuentran los siguientes:

Tabla 39.
Equipos

Actividad	Equipo	Velocidad	Costo
Pesaje	Balanza eléctrica	70 libras	\$50
	Mesa de acero inoxidable		\$300
Cocción y mezcla	Marmita de acero	80 litros	\$ 2000
	Termómetro		\$20
	Refractario		\$50
	Cronometro		\$10
Moldeado	Haitel maquina industrial máquina de dulces	200 Kg/h	\$3000
Empaque	Mesa de acero quirúrgico		\$300

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas

Descripción personas:

Actividad	Tiempo	Cantidad de personas	Horas hombre
Ingreso de materia prima	40 minutos	1	40 minutos
Dosificación y pesaje	20 minutos	1	20 minutos
Mezcla y cocción	90 minutos	1	90 minutos
Desmoldado	30 minutos	1	30 minutos
Empaquetado	40 minutos	1	40 minutos

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas

La información que se presenta corresponde acorde a los requerimientos de producción.

2.2.5. Tecnología por aplicar

En función a la tecnología a aplicar, no se pretende invertir altos costos ya que se trabaja con equipos y recursos existentes de precio accesible, pero de calidad para garantizar la producción.

Asimismo, en la empresa se implementará tecnología actual con relación a computadores de

escritorio y laptops para poder coordinar una gestión adecuada a la demanda del mercado actual.

2.2.6. Factores que afectan las operaciones

Entre los factores que afectan las operaciones, se puede mencionar que existen varios factores pueden afectar las operaciones relacionadas con la producción y comercialización de gomitas con acai y creatina, entre algunos están:

- **Materias primas y Suministros:** La disponibilidad y calidad de los ingredientes clave, como el acai y la creatina, pueden afectar directamente la producción y la consistencia del producto final.
- **Procesos de Fabricación:** La eficiencia y la calidad de los procesos de fabricación, desde la mezcla de ingredientes hasta la formación de las gomitas, son factores críticos. Problemas en estas etapas pueden afectar la calidad del producto y la capacidad de producción.
- **Control de Calidad:** La implementación de controles de calidad efectivos es esencial para garantizar que cada lote de gomitas cumpla con los estándares establecidos. La falta de control de calidad puede dar lugar a productos defectuosos o inconsistentes.

2.3. Capacidad de Producción

2.3.1. Capacidad de Producción Futura

A continuación, se presenta la producción anual, mensual y diario, el cual está proyectado en función del 10% de la demanda potencial insatisfecha (26.854 unidades), detallado en el apartado 1.6.

2.4. Definición de Recursos

En función de la materia prima necesaria para la elaboración de gomitas con creatina y acai, están los siguientes recursos claves:

Producto	Importancia	Sustituto	Proveedor A	Proveedor B
Pulpa de sabores	Esto garantiza que los ingredientes son naturales	En caso fortuito emplear saborizantes	Terravie	Supermaxi
Gelatina sin sabor	Este producto da consistencia	Puede ser sustituirse	Terravie	Supermaxi

	producto	gelatina regular		
Stevia	Esto garantiza el sabor agradable	Se puede reemplazar por glucosa líquida	Stevia Life	Fibeca
Almidón de maíz	Este no permite que el producto tenga defectos al salir del molde	Se puede reemplazar con harina	Terravie	Supermaxi
Creatina	Es la proteína clave por la que se elabora el producto	No se puede sustituir ni eliminar	Impersalherrera	Fybeca
Acai	Complemento nutricional para las gomitas	No se puede sustituir ni eliminar	Terravie	Supermaxi

Elaborado por: Gabriel Torres.

Fuente: Encuestas

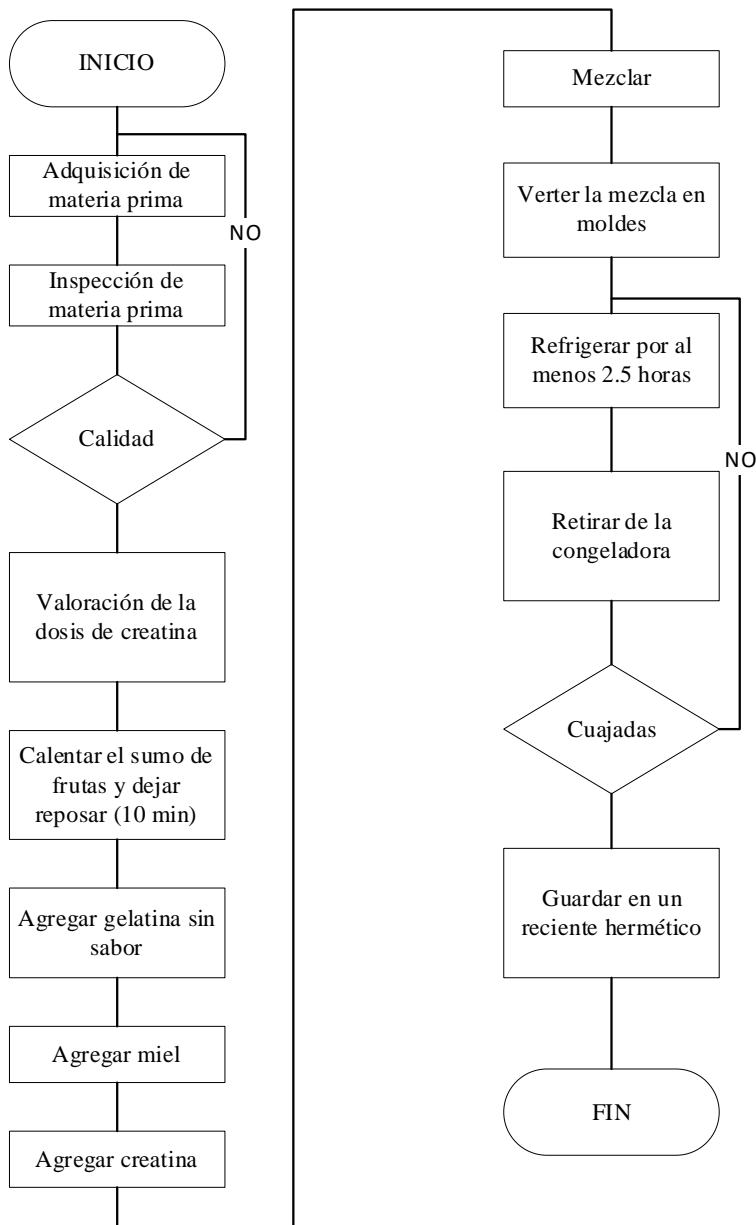


Gráfico 6. *Flujograma de elaboración de creatina*

Elaborado por: Gabriel Torres.

2.5. Calidad

Método de Control de Calidad.

El control de calidad es esencial en la elaboración de gomitas de creatina y acai para garantizar la consistencia, seguridad y calidad del producto final. A continuación, se presenta

pautas para implementar un control de calidad efectivo en este proceso:

Materias Primas:

Verificar la calidad de las materias primas, incluyendo la creatina y el acai. Asegurar de que cumplan con los estándares establecidos y provengan de proveedores confiables.

Realiza pruebas de autenticidad para garantizar que los ingredientes sean genuinos y estén libres de contaminantes.

Proceso de Fabricación:

Establece protocolos de producción estandarizados para garantizar la consistencia en cada lote. Implementar controles de temperatura y tiempo durante el proceso de mezcla y formación de las gomitas. Monitorear la higiene del equipo y del personal para prevenir contaminaciones.

Pruebas de Laboratorio:

Realizar pruebas de laboratorio para verificar la concentración de creatina y la autenticidad del acai.

Seguridad Alimentaria:

Implementar prácticas de seguridad alimentaria, incluyendo la prevención de la contaminación cruzada.

Embalaje y Etiquetado:

Verificar que el embalaje sea adecuado para mantener la frescura y proteger las gomitas durante el transporte y almacenamiento.

Documentación y Registro:

Lleva un registro detallado de cada lote, incluyendo las materias primas utilizadas, los resultados de las pruebas y cualquier desviación del proceso estándar. Documentar y archivar los resultados de las pruebas de laboratorio.

A continuación, se presenta el check list para el control de calidad:

*Tabla 40.
Check list*

Empresa “Ultragomis”	
Lista de verificación	
Fecha:	Área:

Ítem	Cumple	No cumple	Observaciones
Materias Primas:			
Proceso de Fabricación:			
Pruebas de Laboratorio:			
Seguridad Alimentaria:			
Embalaje y Etiquetado:			
Elaborado por: Gabriel Torres.			
Fuente: Encuestas			

2.6. Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio Seguridad e higiene ocupacional

Para la empresa de elaboración de gomitas con creatina y acai, es importante cumplir con ciertos requisitos legales y obtener los permisos necesarios para operar de manera legal y segura. A continuación, se menciona una lista general de los aspectos que podrían ser relevantes:

- Registro de la Empresa:

Registrar la empresa legalmente de acuerdo con las leyes locales. Esto generalmente implica la creación de una entidad legal, como una sociedad limitada, sociedad anónima, o cualquier otra forma de empresa reconocida.

- Permisos y Licencias de Salud:

Obtener los permisos y licencias necesarios para la producción de alimentos y suplementos dietéticos. Pueden incluir inspecciones sanitarias, certificaciones de buenas prácticas de fabricación, etc.

- Etiquetado de Productos:

Asegurar de que los productos estén etiquetados correctamente de acuerdo con las regulaciones locales. Esto incluye información nutricional, lista de ingredientes, fecha de vencimiento, instrucciones de uso, etc.

- Control de Calidad:

Establecer procesos y controles de calidad para garantizar la seguridad y la calidad de tus productos. Esto puede incluir pruebas de laboratorio, controles de higiene, etc.

- Normativas de Seguridad Alimentaria:

Cumplir con las normativas de seguridad alimentaria locales e internacionales. Asegúrate de seguir las regulaciones de la FDA u otras autoridades sanitarias pertinentes en tu ubicación.

- Permisos Ambientales:

El proceso de fabricación implica la manipulación de sustancias como conservantes y gestión de residuos, por lo que se debe obtener los permisos ambientales necesarios.

CAPITULO III

3. Organización y Gestión

3.1. Objetivos del capítulo

El objetivo de este capítulo corresponde a diseñar la configuración organizativa de la empresa “Ultragomis” con el propósito de alcanzar los objetivos a corto y largo plazo de la organización, y establecer los indicadores de rendimiento que se utilizarán para supervisar las actividades llevadas a cabo en la empresa.

3.2. Análisis estratégico y definición de objetivos

3.2.1. Visión de la empresa

La empresa “Ultragomis” busca trascender como una marca que no solo proporciona productos excepcionales, sino que también impulsa un impacto positivo en la salud y la vitalidad de nuestros consumidores, contribuyendo así a un mundo más saludable y feliz.

3.2.2. Misión de la empresa

En la empresa “Ultragomis”, nos dedicamos a proporcionar gomitas únicas, deliciosas y nutritivas que integran creatina y acai para fomentar un estilo de vida saludable. La misión es ofrecer a los clientes una experiencia de bienestar excepcional, combinando la indulgencia de las gomitas con los beneficios de ingredientes como la creatina y el acai.

3.2.3. Objetivos y estrategias

En el capítulo 1, se desarrolló la matriz de evaluación de factores internos y externos, donde se evidenció que, entre los factores claves para el emprendimiento están en la disponibilidad de la materia prima, el mercado potencial, el diseño y sabores de las gomitas de creatina con acai y los beneficios que este aporta a los deportistas, la infraestructura disponible de la empresa, bajo las cuales se desarrollan las siguientes estrategias claves para la empresa:

Tabla 41. Estrategias

Ámbito	Objetivo	Política	Estrategia	Métrica de cumplimiento
Clientes	Generar un adecuado canal de distribución para llegar al consumidor de forma efectiva e	Establecer alianzas estratégicas con distribuidores clave y minoristas para	Implementar un sistema logístico eficiente que reduzca los tiempos de entrega y mejore la disponibilidad del producto.	Incrementar el posicionamiento en el mercado en un 20% en el próximo año.

	incrementar el posicionamiento en el mercado de un 20%	garantizar un acceso efectivo al consumidor.		
Procesos	Disponer de materia prima innovadora para generar un producto de calidad sin fallos al 90%	Mantener alianzas estratégicas con proveedores de materia prima confiables y con enfoque en la innovación	Realizar investigación constante en nuevas tendencias de materiales y tecnologías para mejorar la calidad del producto.	Lograr un producto sin fallos en un 90%, garantizando la satisfacción del cliente.
Planificación estratégica	Emplear la infraestructura y equipos de punta en producción al 100% de su capacidad.	Realizar inversiones continuas en tecnología de punta y mantenimiento de equipos para asegurar un rendimiento al máximo de su capacidad.	Implementar programas de capacitación para el personal y mantener un programa de mantenimiento preventivo.	Mantener la producción al 100% de capacidad durante todo el año.
Financiero	Generar campañas de promoción basados en precios accesibles y competitivos para generar un 80% de participación en locales de entrenamiento como producto principal.	Desarrollar campañas de promoción enfocadas en precios accesibles y competitivos.	Colaborar con locales de entrenamiento para ofrecer promociones exclusivas. Utilizar estrategias de marketing digital y tradicional para aumentar la visibilidad.	Lograr un 80% de participación en locales de entrenamiento como producto principal.

Elaborado por: Gabriel Torres.

3.3. Organización Funcional de la Empresa

3.3.1. Organización Interna

El organigrama funcional de la empresa está representado por:

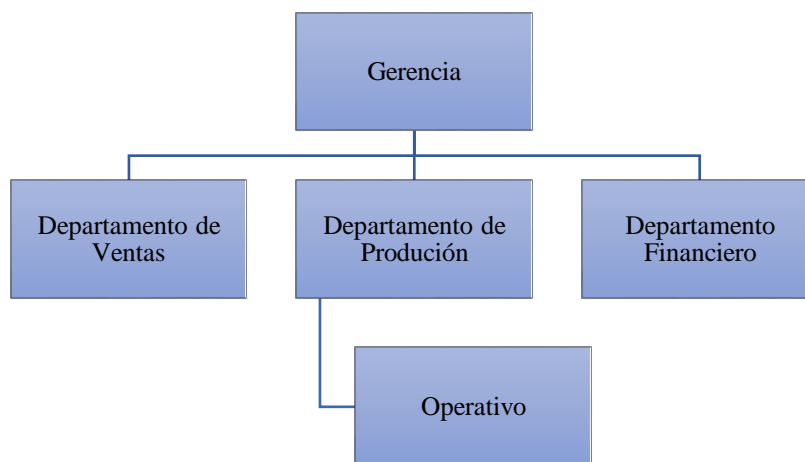


Gráfico 16. Organigrama funcional de la empresa

Elaborado por: Gabriel Torres.

3.3.2. Descripción de puestos.

Los puestos que se requiere para la empresa se describen a continuación:

3.3.2.1. Gerente

Tabla 42. Descripción del Puesto del Gerente

I. INFORMACIÓN BÁSICA:
<i>Puesto: Gerente General</i>
<i>Jefe inmediato superior: Propietario</i>
<i>Supervisa a: Todos los departamentos y niveles jerárquicos dentro de la organización</i>
II. OBJETIVO DEL PUESTO:
Dirigir y coordinar todas las operaciones y actividades de la empresa para lograr el cumplimiento de los objetivos estratégicos, garantizando el crecimiento y la sostenibilidad del negocio
III. FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none">• Elaborar y ejecutar la estrategia general de la empresa.• Coordinar y supervisar a los diferentes departamentos y equipos.• Tomar decisiones clave para el desarrollo y expansión de la organización.• Representar a la empresa en negociaciones y eventos importantes.• Evaluar el desempeño financiero y operativo de la empresa.• Establecer políticas y procedimientos para el buen funcionamiento.• Garantizar el cumplimiento de normativas y regulaciones.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Licenciado en Administración de Empresas, Ingeniero Industrial o carrera afín.

Experiencia: Mínimo 10 años en cargos directivos o gerenciales

Habilidades: Liderazgo estratégico y habilidades de toma de decisiones. Excelentes habilidades de comunicación y negociación. Capacidad para trabajar bajo presión y resolver problemas.

Formación complementaria: MBA o programas ejecutivos en dirección y gestión empresarial.

Elaborado por: Gabriel Torres.

3.3.2.2. Vendedor

Tabla 43. Descripción del Puesto de vendedor

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Vendedor

Jefe inmediato superior: Gerente general

Supervisa a: no supervisa

II. OBJETIVO DEL PUESTO:

Realizar ventas efectivas, brindar atención al cliente y cumplir con los objetivos de ventas establecidas por la empresa, contribuyendo al crecimiento y la rentabilidad del negocio.

III. FUNCIONES

Atender y asesorar a los clientes en el proceso de compra.

Cumplir con metas de ventas individuales presupuestadas por la empresa.

Realizar seguimiento a clientes potenciales.

Mantener actualizada la información sobre los productos disponibles para la venta.

Participar en las promociones y publicidad con el departamento de marketing y compartir información de tendencias del mercado.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: no se requiere, pero un título con ventas es lo adecuado

Experiencia: Mínimo 1 año en roles de ventas o atención al cliente

Habilidades: Habilidades de comunicación efectiva, Orientación a resultados y cumplimiento de metas.

Formación complementaria: Certificación en ventas, atención al cliente u otros afines al área. .

Elaborado por: Gabriel Torres.

3.3.2.3. Jefe de producción

Tabla 44. Descripción del Puesto de jefe de producción

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Jefe de producción

Jefe inmediato superior: Gerente general

Supervisa a: Equipo de producción

II. OBJETIVO DEL PUESTO:

Gestionar eficientemente el proceso de producción de gomitas de creatina con açaí, asegurando la calidad del producto, el cumplimiento de los estándares de producción y el logro de metas establecidas por la empresa.

III. FUNCIONES

Planificar y coordinar las operaciones diarias de producción.

Supervisar el rendimiento del personal a cargo.

Garantizar el cumplimiento de normas de seguridad e higiene en la producción.

Colaborar en el diseño y mejora de procesos productivos.
Asegurar la disponibilidad de materias primas y recursos necesarios.
Implementar medidas para optimizar la eficiencia y reducir costos.
Coordinar con otros departamentos para garantizar la sincronización en la cadena de suministro.
Reportar regularmente sobre el rendimiento de la producción.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ingeniero Industrial, Ingeniero de Alimentos o carreras afines.

Experiencia: Mínimo 3 años en n posiciones similares dentro del sector de producción de alimentos o suplemento.

Habilidades: Gestión de equipos y liderazgo. Conocimientos en procesos de producción. Capacidad de análisis y toma de decisiones.

Formación complementaria: Cursos de gestión de producción, control de calidad, o certificaciones relacionadas con la industria alimentaria.

Elaborado por: Gabriel Torres.

3.3.2.4. Contador

Tabla 45. Descripción del Puesto de contador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Contador/a

Jefe inmediato superior: Gerente general

Supervisa a: no supervisa

II. OBJETIVO DEL PUESTO:

Gestionar y supervisar la contabilidad y finanzas de la empresa de producción de gomitas de creatina con açai, garantizando el cumplimiento de las obligaciones fiscales y financieras, así como proporcionar información precisa para la toma de decisiones.

III. FUNCIONES

Realizar la contabilidad general y llevar a cabo registros precisos de las transacciones financieras.

Preparar estados financieros y reportes contables para la alta dirección.

Coordinar y supervisar la elaboración de presupuestos y proyecciones financieras.

Asegurar el cumplimiento de normativas fiscales y regulaciones contables.

Participar en auditorías internas y externas.

Realizar análisis de costos y rentabilidad de productos.

Colaborar en la planificación financiera y estratégica de la empresa.

Evaluar y mejorar procesos contables y financieros.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Licenciado en contabilidad y auditoría o afines

Experiencia: Mínimo 3 años de experiencia en contabilidad relacionada a producción de alimentos

Habilidades: Conocimiento sólido en normativas contables y fiscale, Habilidades analíticas y de resolución de problemas, Destrezas en el uso de software contable.

Formación complementaria: Cursos o certificaciones relacionadas con la actualización en normativas fiscales y contables.

Elaborado por: Gabriel Torres.

3.3.2.5. Jefe de marketing

Tabla 46. Descripción del Puesto de jefe de marketing

I. INFORMACIÓN BÁSICA:
<i>Puesto:</i> Jefe de Marketing
<i>Jefe inmediato superior:</i> Gerente general
<i>Supervisa a:</i> Equipo de Marketing y ventas
II. OBJETIVO DEL PUESTO:
Desarrollar y liderar estrategias de marketing innovadoras y efectivas para promover las gomitas de creatina con acai, aumentar la presencia de la marca en el mercado y contribuir al crecimiento y éxito de la empresa.
III. FUNCIONES
Crear y ejecutar planes de marketing alineados con los objetivos de la empresa.
Supervisar la estrategia de posicionamiento de la marca y la identidad visual.
Dirigir campañas publicitarias y promociones para impulsar las ventas.
Analizar datos del mercado y del consumidor para identificar oportunidades.
Colaborar con otros departamentos para asegurar la coherencia de la marca.
Gestionar la presencia en redes sociales y otras plataformas digitales.
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:
<i>Título profesional:</i> Licenciatura en Marketing, Publicidad, Comunicación o campo relacionado
<i>Experiencia:</i> Mínimo 5 años en roles de marketing de preferencia relacionados a la industria de alimentos
<i>Habilidades:</i> Pensamiento estratégico y análisis de mercado, Excelentes habilidades de comunicación y liderazgo, Conocimiento profundo de herramientas y plataformas de marketing.
<i>Formación complementaria:</i> Certificaciones o cursos en marketing digital, gestión de marca o estrategias de mercado.
Elaborado por: Gabriel Torres.

3.4. Control de Gestión

3.4.1. Indicadores de gestión

A continuación, se presentan los indicadores de gestión necesarios para la empresa:

Tabla 47.
Indicadores de gestión.

Áreas	Indicadores	Formula	Interpretación
Administrativa	Gestión y planificación adecuada	Objetivos cumplidos/Objetivos totales	Se evidencia el nivel de cumplimiento de los objetivos de la empresa
Producción	Producto eficiente	Total, de producción/ Total de desechos	Controla la cantidad de producción en función de los desechos generados
Clientes	Incremento de clientes	Clientes nuevos/ Total clientes	Verifica la cantidad de crecimiento de clientes
Financiero	Adecuada gestión de los recursos económicos	Ingresos por ventas/ total patrimonio	Identifica la cantidad de liquidez por inventarios.

Elaborado por: Gabriel Torres.

CAPÍTULO IV

4. Jurídico Legal

4.1. Objetivos del capítulo

Establecer cuáles son los requisitos legales para la constitución de la empresa “Ultragomis” para ingresar al mercado en la ciudad de Ambato.

Determinar las licencias y documentos para el funcionamiento de la empresa “Ultragomis”.

4.2. Determinación de la forma jurídica

La empresa “Ultragomis”, se plantea como una empresa constituida con sus siglas SAS o conocida también como Sociedades por Acciones Simplificadas. Una de las características para establecer esta forma jurídica es que, es una sociedad de capital de naturaleza mercantil, independientemente de las actividades operacionales. Debido a que este tipo de empresa no requiere de un número mínimo de socios se plantea disponer de 4 socios o accionistas, con un aporte de capital inicial de \$8.764,75 cada socio, en bienes o efectivo. La ubicación fiscal de la empresa “Ultragomis” es la ciudad de Ambato.

Sobre la *limitación de responsabilidad*, se identifica que, este tipo de sociedad tendrán responsabilidad limitada hasta el monto de sus respectivos aportes, salvo que, en sede judicial, se hubiera dispuesto la desestimación de la personalidad jurídica, por lo que los accionistas no serán responsables por obligaciones tributarias, laborales o de otra naturaleza (Ecuador, Ley de Compañías, 2020).

Entre las prohibiciones que presenta este tipo de sociedad, es que no estarán autorizados para llevar a cabo actividades vinculadas a operaciones financieras, mercados de valores, seguros y otras actividades que requieran un tratamiento específico, según lo establecido por la ley.

La constitución de la sociedad por acciones simplificada se llevará a cabo a través de un contrato o acto unilateral, documentado de forma privada, que será registrado en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. A partir de este registro, la sociedad adquiere su existencia legal. El documento fundacional debe incluir los requisitos mínimos establecidos por la Ley de Compañías (2020) para la formación de sociedades por acciones simplificadas.

Los requisitos para constituir una S.A.S. están los siguientes acordes a la guía de constitución de Sociedades por Acciones simplificadas (Superintendencia de Compañías y Seguros, 2023):

- Disponer de un certificado del accionista
- Realizar una reserva de la denominación, para lo cual se requiere que se ingrese al portal www.supercias.gob.ec, ingresar el usuario y contraseña y elegir la opción *Reserva de denominación*, en la opción de *Constitución*.
- Presentar un contrato privado o escritura de constitución
- Realizar el nombramiento
- Presentar la petición de inscripción con toda la información para el registro del usuario del sistema, donde se incluya, el tipo de solicitante, el nombre completo, el número de identificación, el correo electrónico, el teléfono celular o convencional, la ciudad y la dirección.
- Se requiere de las copias de cedula o pasaporte.

4.3. Registros de marcas

Para el registro de marca, en el Ecuador, la organización encargada de la gestión de nombres comerciales y de propiedad intelectual es Senadi (2023) la responsable de recibir y procesar las solicitudes de registros de marcas, así como de otorgar los derechos correspondientes a los titulares de las marcas registradas. En este sentido, el proceso para el respectivo registro de la marca es:

- Ingresar al portal www.derechosintelectuales.gob.ec y seleccionar la opción PROGRAMA/SERVICIOS.
- Acceder al CASILLERO VIRTUAL y completar los datos solicitados en este, para personas naturales, ingrese sus datos con el número de cédula; para personas jurídicas, use los datos con el RUC de la empresa.
- Una vez completado este procedimiento, recibirá por correo electrónico el usuario y la contraseña, junto con un enlace a MI CASILLERO para cambiar la contraseña y obtener el casillero virtual.
- Después de realizar estos pasos, vuelva a la página principal y podrá ingresar a SOLICITUDES EN LÍNEA, se deberá iniciar sesión con el usuario y contraseña y seleccionar la opción PAGOS.

- Optar por TRÁMITES NO EN LÍNEA y seleccionar GENERAR COMPROBANTE.
- Se desplegará una plantilla que debe completar con los datos solicitados; le pedirán que ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago (Ingrese el código 1.1.10.) y llenar los datos y hacer clic en GENERAR COMPROBANTE.
- Imprimir el comprobante y cancelar en el BANCO DEL PACÍFICO para pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea (siguiendo el Manual de Uso).
- Escanear los comprobantes de pago y enviar los comprobantes de pago a la dirección de correo electrónico busquedas@senadi.gob.ec, junto con el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA que desea verificar.
- Recibirá el informe de búsqueda en su correo. TRÁMITE PARA EL REGISTRO DE LA MARCA y deberá verificar en el listado de marcas que el nombre de su marca no esté registrado ni en trámite de registro.
- Ingresar a solicitudes en línea con su usuario y contraseña.
- Seleccione la opción REGISTRO.
- Elija la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS del listado.
- Complete la plantilla con los datos de su marca que se desplegará en el sistema.
- Después de ingresar los datos, haga clic en GUARDAR y vea la VISTA PREVIA para generar el COMPROBANTE DE PAGO con un costo de \$208,00. Mismo que debe pagar en el Banco del Pacífico o en el Botón de Pago en Línea y haga clic en el ícono INICIO DE PROCESO.

4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

A continuación, se establecen los requisitos necesarios para funcionar la empresa “Ultragomis” en la ciudad de Ambato:

Tabla 48.
Licencias Organismos Gubernamentales

Institución	Proceso - Tramitología
Ministerio del Trabajo	Registro de trabajadores <ul style="list-style-type: none"> • Acceder al siguiente enlace: https://sut.trabajo.gob.ec/contratosweb/mrl/loginContratos.xhtml. • Ingresar con su usuario y contraseña. Si no dispone de un usuario y contraseña, puede seleccionar la opción "Registro de nuevo empleador" en el enlace anterior. • Entrar en el módulo destinado al registro de datos del trabajador y actas de finiquito.

		<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar la pestaña de datos del trabajador y optar por la opción de ingresar datos del trabajador. • Completar el formulario en línea con la información del trabajador que se incorporará a la empresa, guardando la información en el SUT. • Opcionalmente, imprimir la plantilla del contrato de trabajo o su extracto.
Instituto de Seguridad Social		<p>Registro patronal en el sistema de Historial laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceder al sitio web del IESS: www.iess.gob.ec. • Seleccionar la opción "empleador-registro nuevo empleador". • Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y elegir el sector al que pertenece (privado, público o doméstico). • Completar los datos obligatorios marcados con asterisco. • Finalizar el registro patronal e imprimir la solicitud de clave junto con el acuerdo de uso de la información. • Dirigirse a las agencias del IESS o a los Centros de Atención Universal, llevando los documentos requeridos, para obtener la clave patronal.
Servicios Internas	Rentas	<p>Obtención del RUC, donde se requiere de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Original y duplicado de la cédula de identidad o ciudadanía. • El certificado de votación del proceso electoral más reciente. • Un duplicado y el original de cualquiera de los siguientes documentos: factura de servicio eléctrico, estado de cuenta telefónico o recibo de consumo de agua potable a nombre del solicitante, correspondientes a uno de los tres meses previos a la fecha del trámite. • El comprobante del pago del impuesto predial correspondiente al año en curso. • Una copia del contrato de arrendamiento, debidamente legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato, válido en la fecha de inscripción
Ministerio de Salud		<p>Permiso de procesamiento de alimentos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solicitud para obtener la autorización de funcionamiento. • Planilla de intervención. • Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) del establecimiento. • Copias de la cédula de identidad y del certificado de votación del propietario. • Croquis que indique la ubicación de la empresa. • Copia del título del profesional responsable. • Copia del registro del título ante la SENESCYT. • Listado detallado de los productos que serán elaborados. • Diagrama de flujo del proceso, segmentado por la línea de producción. • Copia del certificado que acredite la participación en el curso de Buenas Prácticas de Manufactura. • Copia del certificado de salud ocupacional proporcionado por los centros de salud del Ministerio de Salud Pública (MSP). • Permiso emitido por el cuerpo de bomberos.

Elaborado por: Gabriel Torres.

*Tabla 49.
Licencias Organismos Locales*

Institución	Proceso - Tramitología
Municipio	<p>Declaración de Patentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documento de Declaración Inicial de Actividad Económica (formulario municipal). • Copia actualizada y completa del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Bomberos

- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación.
- Permiso de Bomberos:
- Generar la solicitud para la inspección del local.
 - Informe que refleje resultados favorables de la inspección realizada.
 - Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
 - Es necesario presentar un informe que certifique la compatibilidad de uso de suelo, fábricas en general y cualquier otro establecimiento regulado por el Plan de Desarrollo (PD) y Ordenamiento Territorial (OT).
-

Elaborado por: Gabriel Torres.

CAPÍTULO V

5. Evaluación Financiera

5.1. Objetivos del capítulo

El objetivo principal de este capítulo es proporcionar una visión clara y detallada de los aspectos financieros relacionados con el inicio de la actividad productiva. Se busca identificar y cuantificar las inversiones necesarias para el establecimiento del negocio, así como establecer un análisis exhaustivo de los costos y gastos asociados, incluyendo la mano de obra y otros elementos clave. En otras palabras, este capítulo es para saber es viable o no el proyecto.

5.2. Plan de inversiones

El plan de inversiones presentado es una herramienta esencial en la fase inicial de cualquier empresa, ya que establece de manera detallada los recursos necesarios para la puesta en marcha del negocio (Peña, 2023). Este análisis se centra en la tabla siguiente, destacando aspectos clave y evaluando la adecuación de la inversión total.

Tabla 50.
Plan de Inversiones

Descripción	Valor unitario	Valor total
Local		\$ 15,000.00
Terreno	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
Instalaciones y mejoras		\$ 500.00
Instalaciones	\$ 500.00	\$ 500.00
Muebles y Enseres		\$ 605.00
Muebles de oficina	\$ 400.00	\$ 400.00
Escritorio	\$ 100.00	\$ 100.00
Sillas de escritorio	\$ 45.00	\$ 45.00
Archivadores	\$ 35.00	\$ 35.00
Insumos de oficina	\$ 25.00	\$ 25.00
Maquinaria y equipo		\$ 3,050.00
Haitel máquina industrial de dulces	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Balanza eléctrica	\$ 50.00	\$ 50.00
Mesa de acero inoxidable	\$ 300.00	\$ 300.00
Marmita de acero	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Termómetro	\$ 20.00	\$ 20.00
Refractómetro	\$ 50.00	\$ 50.00
Cronómetro	\$ 10.00	\$ 10.00
Mesa de acero quirúrgico	\$ 120.00	\$ 120.00
Equipo de computación		\$ 150.00
Computadora	\$ 100.00	\$ 100.00
Impresora	\$ 50.00	\$ 50.00

Inventarios			\$	200.00
Pulpa de sabores	\$	1.00	\$	25.00
Gelatina sin sabor	\$	0.50	\$	12.50
Stevia	\$	2.00	\$	50.00
Creatina	\$	2.00	\$	50.00
Acai	\$	1.50	\$	37.50
Almidón de maíz	\$	1.00	\$	25.00
Permisos			\$	830.00
Permisos de constitución	\$	200.00	\$	200.00
Permisos bomberos	\$	50.00	\$	50.00
Permisos municipales	\$	250.00	\$	250.00
Patente	\$	100.00	\$	100.00
Permisos del ministerio de salud	\$	30.00	\$	30.00
Permisos estatales	\$	200.00	\$	200.00
Total			\$	19,835.00
Capital De Trabajo			\$	9,312.00
Total Inversión			\$	29,147.00

Elaborado por: Gabriel Torres.

Tabla 51. Capital de trabajo

Descripción	Total
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 5,520.00
MATERIA PRIMA	\$ 2,400.00
CIF	\$ 1,392.00
TOTAL	\$ 9,312.00

Elaborado por: Gabriel Torres.

Nota: El total de la inversión asciende a \$ 29,575.00 siendo una cifra coherente para el inicio de un nuevo negocio. La distribución detallada permite una comprensión clara de las áreas prioritarias. Además, el capital de trabajo de \$9.3120.00 es adecuado para cubrir los costos operativos iniciales. En resumen, el plan de inversiones y capital de trabajo refleja una planificación cuidadosa, considerando aspectos esenciales para el éxito del negocio. Es crucial monitorear y ajustar estos números a medida que evoluciona la empresa, asegurando una gestión financiera eficiente y sostenible.

5.3. Cálculo de Costos y Gastos

La descripción detallada de costos es un componente esencial en la planificación y gestión empresarial (Tamayo et al., 2020). En este análisis, se desglosan los costos asociados con la producción y operación de una nueva empresa, proporcionando una visión clara de cómo se asignarán los recursos.

5.3.1. Mano de Obra

A continuación, se detalla la mano de obra que interviene en el emprendimiento:

Tabla 52.
Mano de obra requerida

Cantidad	Descripción
1	Gerente general
1	Vendedor
1	Contador
1	Jefe de marketing
1	Jefe de producción
1	Operario

Elaborado por: Gabriel Torres.

5.3.2. Calculo mano de obra

Cargo	SBU	Total	Descuento IESS (9,45%)	Valor a pagar	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva (8,33%)	Vacaciones	Total	Costo mano de obra
Operario 1	460.00	460.00	43.47	416.53	460.00	460.00	38.32	147.20	1,105.52	1,565.52
Gerente general	600.00	600.00	56.70	543.30	600.00	460.00	49.98	192.00	1,301.98	1,901.98
Vendedor	460.00	460.00	43.47	416.53	460.00	460.00	38.32	147.20	1,105.52	1,565.52
Contador	500.00	500.00	47.25	452.75	500.00	460.00	41.65	160.00	1,161.65	1,661.65
Jefe de marketing	480.00	480.00	45.36	434.64	480.00	460.00	39.98	153.60	1,133.58	1,613.58
Jefe de producción	480.00	480.00	45.36	434.64	480.00	460.00	39.98	153.60	1,133.58	1,613.58
	2,980.00	2,980.00	281.61	2,698.39	2,980.00	2,760.00	248.23	953.60	6,941.83	9,921.83

Elaborado por: Gabriel Torres.

5.3.3. Depreciación

La depreciación es un concepto clave tanto en el ámbito contable como en el económico, ya que refleja la disminución del valor de un activo con el tiempo. Este proceso tiene implicaciones significativas en la presentación de estados financieros y en la toma de decisiones empresariales (Ross et al., 2012).

Tabla 53. Depreciación

Detalle	Vida útil	Valor	Depreciación	Depreciación anual
Muebles de oficina	10	400.00	10%	40.00
Escritorio	10	100.00	10%	10.00
Sillas de escritorio	10	45.00	10%	4.50
Archivadores	10	35.00	10%	3.50
Haitel máquina industrial de dulces	10	1,500.00	10%	150.00
Balanza eléctrica	10	50.00	10%	5.00
Mesa de acero inoxidable	10	300.00	10%	30.00
Marmita de acero	10	1,000.00	10%	100.00
Termómetro	10	20.00	10%	2.00
Refractómetro	10	50.00	10%	5.00
Cronómetro	10	10.00	10%	1.00
Mesa de acero quirúrgico	10	120.00	10%	12.00
Computadora	5	100.00	5%	5.00
Impresora	10	50.00	10%	5.00
Total		3,780.00		373.00

Elaborado por: Gabriel Torres.

5.3.4. Proyección de la depreciación

*Tabla 54.
Proyección de la depreciación*

Detalle	2024	2025	2026	2027	2028
Muebles de oficina	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Escritorio	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00

Sillas de escritorio	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50
Archivadores	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50
Haitel máquina industrial de dulces	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
Balanza eléctrica	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Mesa de acero inoxidable	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
Marmita de acero	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Termómetro	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
Refractómetro	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Cronómetro	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Mesa de acero quirúrgico	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
Computadora	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Impresora	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Total	373.00	373.00	373.00	373.00	373.00

Elaborado por: Gabriel Torres.

5.3.5. Detalle de costos

En la gestión empresarial, el análisis detallado de costos es esencial para entender y controlar los recursos financieros necesarios para poner en marcha la producción de bienes y servicios (Gitman, 2003).

Detalle	Unidad de medida	Cantidad mensual	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Materia Prima					2,400.00
Pulpa de sabores	Kg	25	1.00	25.00	300.00
Gelatina sin sabor	Kg	25	0.50	12.50	150.00
Stevia	Kg	25	2.00	50.00	600.00
Creatina	Kg	25	2.00	50.00	600.00
Acai	Kg	25	1.50	37.50	450.00
Almidón de maíz	Kg	25	1.00	25.00	300.00
Mano de obra					5,520.00
Operario 1	días	30	15.33	460.00	5,520.00
Costos Indirectos					1,392.00

Empaques	unidades	1000	0.05	50.00	600.00
Etiquetas	unidades	1000	0.04	40.00	480.00
Agua	Litros	1	4.00	4.00	48.00
Luz	Voltios	1	12.00	12.00	144.00
Gas	unidades	1	10.00	10.00	120.00
Total					9,312.00

Elaborado por: Gabriel Torres.

Nota. Los costos y gastos del proyecto están especificados en los \$ 9.312,00 dólares, en el cual se incluyen la mano de obra, costos indirectos y materia prima.

5.3.6. Proyección de costos

A continuación, se presenta la proyección de los costos variables y fijos, la cual se generó en función de la tasa de inflación del Banco Central del Ecuador BCE (2023).

Tabla 55.
Proyección de costos

Detalle	Costo mensual	Fijos	Variables	Total 2024	Fijos	Variables	Total 2025	Fijos	Variables	Total 2026	Fijos	Variables	Total 2027	Fijos	Variables	Total 2028
Materia Prima	200.00		2,400.00	2,400.00		2,446.32	2,446.32		2,493.53	2,493.53		2,541.66	2,541.66		2,590.71	2,590.71
Pulpa de sabores	25.00		300.00	300.00		305.79	305.79		311.69	311.69		317.71	317.71		323.84	323.84
Gelatina sin sabor	12.50		150.00	150.00		152.90	152.90		155.85	155.85		158.85	158.85		161.92	161.92
Stevia	50.00		600.00	600.00		611.58	611.58		623.38	623.38		635.41	635.41		647.68	647.68
Creatina	50.00		600.00	600.00		611.58	611.58		623.38	623.38		635.41	635.41		647.68	647.68
Acai	37.50		450.00	450.00		458.69	458.69		467.54	467.54		476.56	476.56		485.76	485.76
Almidón de maíz	25.00		300.00	300.00		305.79	305.79		311.69	311.69		317.71	317.71		323.84	323.84
Mano de obra	460.00	5,520.00	5,520.00	5,626.54	5,626.54	5,735.13	5,626.54	5,735.13	5,735.13	5,845.82	5,845.82	5,845.82	5,958.64	5,958.64	5,958.64	5,958.64
Operario 1	460.00	5,520.00	5,520.00	5,626.54	5,626.54	5,735.13	5,626.54	5,735.13	5,735.13	5,845.82	5,845.82	5,845.82	5,958.64	5,958.64	5,958.64	5,958.64
0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costos Indirectos	116.00		1,392.00	1,392.00		1,418.87	1,418.87		1,446.25	1,446.25		1,474.16	1,474.16		1,502.61	1,502.61

Empaques	50.00	600.00	600.00	611.58	611.58	623.38	623.38	635.41	635.41	647.68	647.68					
Etiquetas	40.00	480.00	480.00	489.26	489.26	498.71	498.71	508.33	508.33	518.14	518.14					
Agua	4.00	48.00	48.00	48.93	48.93	49.87	49.87	50.83	50.83	51.81	51.81					
Luz	12.00	144.00	144.00	146.78	146.78	149.61	149.61	152.50	152.50	155.44	155.44					
Gas	10.00	120.00	120.00	122.32	122.32	124.68	124.68	127.08	127.08	129.54	129.54					
Total	776.00	5,520.00	3,792.00	9,312.00	5,626.54	3,865.19	9,491.72	5,735.13	3,939.78	9,674.91	5,845.82	4,015.82	9,861.64	5,958.64	4,093.33	10,051.97

Elaborado por: Gabriel Torres.

5.3.7. Detalle de gastos

Los gastos desempeñan un papel crucial, ya que representan los costos necesarios para la producción, mantenimiento y comercialización de los productos o servicios ofrecidos por la empresa. Un análisis detallado de los gastos, clasificados en áreas estratégicas como administrativos, comerciales y financieros, proporciona una visión más clara y orientada a la eficiencia (Castelblanco, 2019).

Tabla 56.
Gastos administrativos

Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Frecuencia mensual	Valor mensual	Valor anual
Sueldo personal administrativo		2,060.00		2,060.00	24,720.00
Gerente general	dólares	600.00	1	600.00	7,200.00
Contador	dólares	500.00	1	500.00	6,000.00
Jefe de marketing	dólares	480.00	1	480.00	5,760.00
Jefe de producción	dólares	480.00	1	480.00	5,760.00
Insumos de oficina	unidades	150.00	1	150.00	1,800.00
útiles de aseo	unidades	100.00	1	100.00	1,200.00
Otros gastos		80.00	1	80.00	960.00
Depreciaciones		-	1	-	-
Servicios básicos		80.00	1	80.00	960.00
Total		2,390.00		2,390.00	28,680.00

Elaborado por: Gabriel Torres.

Tabla 57. Gastos de ventas

Gastos de ventas					
Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Frecuencia mensual	Valor mensual	Valor anual
Vendedor	dólares	460.00	1	460.00	5,520.00
Campaña por redes sociales	unidades	50.00	1	50.00	600.00
Campaña de redes corporativas	unidades	100.00	1	100.00	1,200.00
Publicidad en ferias	unidades	200.00	1	200.00	2,400.00
Campaña de marca e imagen	unidades	200.00	1	200.00	2,400.00
Publicidad en radio	unidades	200.00	1	200.00	2,400.00

Total

1,210.00

14,520.00

Elaborado por: Gabriel Torres.

5.3.8. Proyección de gastos

A continuación, se muestra la proyección de gastos en función de los datos presentados:

Tabla 58. proyección de gastos administrativos

Detalle	Valor mensual	Fijos	Variables	Total 2024	Fijos	Variables	Total 2025	Fijos	Variables	Total 2026	Fijos	Variables	Total 2027	Fijos	Variables	Total 2028
Sueldo personal administrativo	2,060.00	24,720.00		24,720.00	25,197.10		25,197.10	25,683.40		25,683.40	26,179.09		26,179.09	26,684.35		26,684.35
Gerente general	600.00	7,200.00		7,200.00	7,338.96		7,338.96	7,480.60		7,480.60	7,624.98		7,624.98	7,772.14		7,772.14
Contador	500.00	6,000.00		6,000.00	6,115.80		6,115.80	6,233.83		6,233.83	6,354.15		6,354.15	6,476.78		6,476.78
Jefe de marketing	480.00	5,760.00		5,760.00	5,871.17		5,871.17	5,984.48		5,984.48	6,099.98		6,099.98	6,217.71		6,217.71
Jefe de producción	480.00	5,760.00		5,760.00	5,871.17		5,871.17	5,984.48		5,984.48	6,099.98		6,099.98	6,217.71		6,217.71
Insumos de oficina	150.00		1,800.00	1,800.00	1,834.74		1,834.74	1,870.15		1,870.15	1,906.24		1,906.24	1,943.03		1,943.03
útiles de aseo	100.00		1,200.00	1,200.00	1,223.16		1,223.16	1,246.77		1,246.77	1,270.83		1,270.83	1,295.36		1,295.36
Otros gastos	80.00		960.00	960.00	978.53		978.53	997.41		997.41	1,016.66		1,016.66	1,036.29		1,036.29
Depreciaciones	-			-	-		-	-		-	-		-	-		-
Servicios básicos	80.00		960.00	960.00	978.53		978.53	997.41		997.41	1,016.66		1,016.66	1,036.29		1,036.29
Total	2,390.00	24,720.00	3,960.00	28,680.00	29,233.52	4,036.43	29,233.52	29,743.33	29,797.3	29,797.3	30,372.83	26,684.35	30,372.83	30,959.02		30,959.02

Elaborado por: Gabriel Torres.

Tabla 59.
Proyección de gastos de ventas

Detalle	Valor mensual	Fijos	Variables	Total 2024	Fijos	Variables	Total 2025	Fijos	Variables	Total 2026	Fijos	Variables	Total 2027	Fijos	Variables	Total 2028
Vendedor	460.00	460.00		460.00	468.88		468.88	477.93		477.93	487.15		487.15	496.55		496.55
Campaña por redes sociales	50.00		600.00	600.00		611.58	611.58		623.38	623.38		635.41	635.41		647.68	647.68
Campaña de redes corporativas	100.00		1,200.00	1,200.00		1,223.16	1,223.16		1,246.77	1,246.77		1,270.83	1,270.83		1,295.36	1,295.36
Publicidad en ferias	200.00		2,400.00	2,400.00		2,446.32	2,446.32		2,493.53	2,493.53		2,541.66	2,541.66		2,590.71	2,590.71
Campaña de marca e imagen	200.00		2,400.00	2,400.00		2,446.32	2,446.32		2,493.53	2,493.53		2,541.66	2,541.66		2,590.71	2,590.71
Publicidad en radio	200.00		2,400.00	2,400.00		2,446.32	2,446.32		2,493.53	2,493.53		2,541.66	2,541.66		2,590.71	2,590.71
Total	1,210.00	460.00	9,000.00	9,460.00	468.88	9,173.70	9,642.58	477.93	9,350.75	9,828.68	487.15	9,531.22	10,018.37	496.55	9,715.17	10,211.73

Elaborado por: Gabriel Torres.

5.3.9. Plan de financiamiento

El plan de financiamiento es un documento que detalla cómo una empresa o proyecto obtendrá los recursos financieros necesarios para alcanzar sus objetivos (Arguello et al., 2020).

A continuación, se presenta el detalle de este:

Tabla 60.
Financiamiento

Descripción	Total	Parcial	Total
Recursos propios	35,059.00	100%	100%
Efectivo	18,624.00	53%	53%
Bienes	16,435.00	47%	47%
Recursos de terceros	-	0%	0%
Préstamo bancario	0	0	
Total	35,059.00	100%	100%

Elaborado por: Gabriel Torres.

Como se observa en la tabla, los recursos disponibles para el financiamiento son propios con \$ 35.059,00 lo que representa al 53% en efectivo con \$ 18,624.00 y el 47% de bienes con \$ 16.435,00 el cual será obtenido de los aportes de los cuatro socios donde se estableció que cada uno emitiría un aporte de \$8764,75.

5.4. Cálculo de ingresos

5.4.1. Ingresos

Los ingresos son la piedra angular de la sostenibilidad financiera de cualquier empresa. Para maximizarlos, es crucial adoptar estrategias efectivas y comprender las diversas fuentes de ingresos disponibles (Villarreal, 2017).

Tabla 61.
Ingresos

Año	DPI	Cantidad anual empaques Kg	Ingreso anual* Kg
2024	26832	2236	33,540.00
2025	27221	2268	34,020.00
2026	27616	2301	34,515.00
2027	28016	2335	35,025.00
2028	28423	2369	35,535.00

Elaborado por: Gabriel Torres.

5.4.2. Proyección de ingresos

Tabla 62. proyección de ingresos

Productos	Cantidad Kg X 1000g.	Precio total	Total año 1	Cantida ad	Precio total	Total año 2
Gomitas de creatina con acai de 250 gr	8944	15	134,160.00	9072	15	136,080.00

Elaborado por: Gabriel Torres.

Cantida d	Precio total	Total año 3	Cantida d	Precio total	Total año 4	Cantida d	Precio total	Total año 5
9204	15	138,060.0 0	9340	15	140,100.0 0	9476	15	142,140.0 0

Elaborado por: Gabriel Torres.

5.5. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un valor que permite establecer el momento donde se cubre los costos fijos y variables, en otras palabras, es cuando los ingresos y egresos están parejos (Gestión, 2023).

Punto de equilibrio en unidades= costos fijos totales/ (precio de venta por unidad–costo variable por unidad)

Punto de equilibrio en unidades= $\$5.520 / (\$ 15 - \$2,36) = 437$ unidades

Costo variable por unidad= unidades producidas o vendidas/costos variables totales

Costo variable por unidad= $8944/3,792.00 = \$2,36$

Punto de equilibrio en ingresos=punto de equilibrio en unidades x precio de venta por unidad

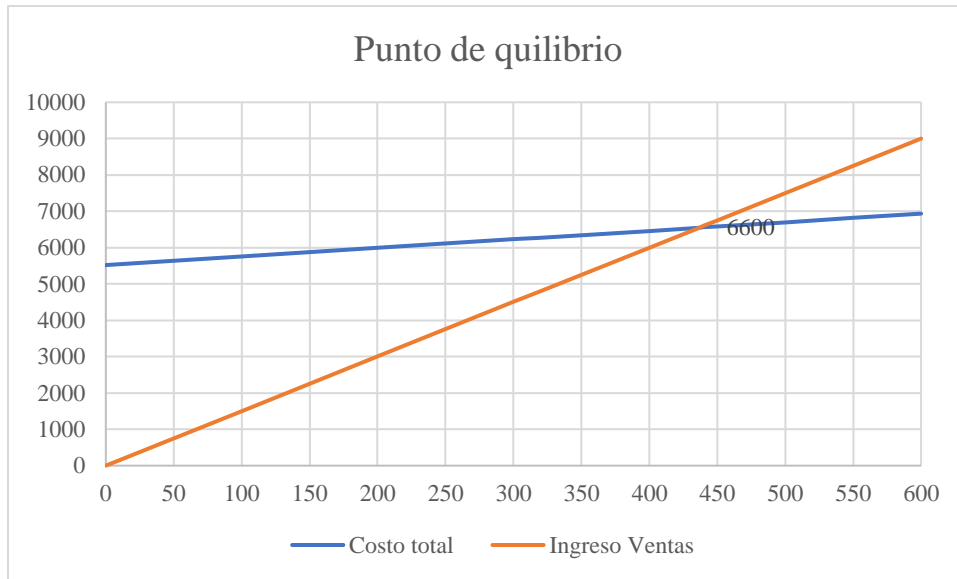
Punto de equilibrio en ingresos= 437 unidades X \$15= **\$6.549,93**

Tabla 63.

Punto de equilibrio graficado

Unidades vendidas	Costo total	Ingreso Ventas
0		5520
100		5756
200		5992
300		6228
400		6463
437		6551
440		6558
450		6581
500		6699
550		6817
600		6935
		0
		1500
		3000
		4500
		6000
		6555
		6600
		6750
		7500
		8250
		9000

Elaborado por: Gabriel Torres.



Elaborado por: Gabriel Torres.

5.6. Estado de resultados proyectado

Tabla 64.
Estado de resultados proyectado

Estado de resultados proyectado	2024	2025	2026	2027	2028
Ingreso por ventas	134,160.00	136,080.00	138,060.00	140,100.00	142,140.00
Costo de ventas	9,312.00	9,491.72	9,674.91	9,861.64	10,051.97
Utilidad bruta en ventas	124,848.00	126,588.28	128,385.09	130,238.36	132,088.03
Gasto en ventas	9,460.00	9,642.58	9,828.68	10,018.37	10,211.73
Utilidad neta en ventas	115,388.00	116,945.70	118,556.41	120,219.99	121,876.30
Gastos Administrativos	28,680.00	29,233.52	29,797.73	30,372.83	30,959.02
Utilidad operacional	86,708.00	87,712.18	88,758.68	89,847.16	90,917.28
Gastos financieros	-	-	-	-	-
otros ingresos	-	-	-	-	-
Utilidad antes de participantes	86,708.00	87,712.18	88,758.68	89,847.16	90,917.28
15% trabajadores	13,006	13,157	13,314	13,477	13,638
Utilidad antes de impuestos	73,701.80	74,555.35	75,444.88	76,370.09	77,279.69
Utilidad del ejercicio	73,701.80	74,555.35	75,444.88	76,370.09	77,279.69

Elaborado por: Gabriel Torres.

En la tabla, es evidente que el estado de resultados posibilita la identificación de las ganancias al calcular los ingresos y egresos operativos, generando un crecimiento positivo para los años proyectados. Este crecimiento se refleja desde el primer año con \$73,701.80 hasta alcanzar \$77,279.69 en el último año.

5.7. Flujo de caja

*Tabla 65.
Flujo de caja*

	DESCRIPCIÓN	2024	2025	2026	2027	2028
A	INGRESOS OPERACIONALES	134,160.00	136,080.00	138,060.00	140,100.00	142,140.00
	Recuperación por ventas	134,160.00	136,080.00	138,060.00	140,100.00	142,140.00
B	EGRESOS OPERACIONALES	56,764.00	57,859.55	58,976.23	60,114.48	61,274.69
	Costo de ventas	9,312.00	9,491.72	9,674.91	9,861.64	10,051.97
	Pago a proveedores indirectos	2,400.00	2,446.32	2,493.53	2,541.66	2,590.71
	Gastos de administración	28,680.00	29,233.52	29,797.73	30,372.83	30,959.02
	Gastos de ventas	9,460.00	9,642.58	9,828.68	10,018.37	10,211.73
	Costos indirectos de fabricación	1,392.00	1,418.87	1,446.25	1,474.16	1,502.61
	Mano de obra directa	5,520.00	5,626.54	5,735.13	5,845.82	5,958.64
	Gastos financieros	\$ -	\$ -	-	\$ -	\$ -
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)	77,396.00	78,220.45	79,083.77	79,985.52	80,865.31
D	INGRESOS NO OPERACIONALES	-	-	-	-	-
	Aportes de capital	-	-	-	-	-
E	EGRESOS NO OPERACIONALES	13,006.20	13,156.83	13,313.80	13,477.07	13,637.59
	Pago de intereses	-	-	-	-	-
	Pago de participación de utilidades	13,006.20	13,156.83	13,313.80	13,477.07	13,637.59
	Pago de impuestos (Renta 25%)	-	-	-	-	-
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	13,006.20	13,156.83	13,313.80	13,477.07	13,637.59

G	FLUJO NETO GENERADO (C-F)	90,402.20	91,377.2 8	92,397.57	93,462.60	94,502.91
H	Depreciaciones	373.00	373.00	373.00	373.00	373.00
I	Amortización de capital	-	-	-	-	-
J	SALDO FINAL DE CAJA (G+H-I)	90,775.20	91,750.2 8	92,770.57	93,835.60	94,875.91

Elaborado por: Gabriel Torres.

5.8. Evaluación financiera

SALDO FINAL DE CAJA	90,775.20	-	91,750.28	$\frac{92,770.5}{7}$	93,835.60	94,875.91
------------------------	-----------	---	-----------	----------------------	-----------	-----------

Elaborado por: Gabriel Torres.

Valor Presente neto:

A continuación, se presenta la formula referencial del cálculo, ya que se empleó el software Excel para su desarrollo:

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

La cual representa al valor actual neto o valor presente neto es igual

Ft= flujo de caja neto en un periodo (*t*)

i= tasa de retorno

n= número de períodos.

t= número de distintos períodos

VPN = \$445,659.10

De igual forma, se empleó Excel para el cálculo de la TIR, donde su fórmula de referencia es:

$$P = \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} \dots \dots$$

Donde:

P= inversión iniciar

FNE= flujos netos de cada año

i= tasa de interés de cada año

TIR = 95%

Como se observa la TIR es mayor que la tasa de descuento, el proyecto puede ser considerado como una buena inversión. Además, un VPN positivo sugiere que el proyecto genera valor.

5.9. Costo beneficio

INGRESOS					
OPERACIONALES	134,160.00	136,080.00	138,060.00	140,100.00	142,140.00
PROYECTADOS		0	.00		

VAN ingresos= \$663,173.50

EGRESOS					
OPERACIONALES	56,764.00	57,859.55	58,976.23	60,114.48	61,274.69
PROYECTADOS					

VAN costos= \$283,263.05

Costo beneficio= \$2.34

La relación costo-beneficio es un parámetro que nos posibilita contrastar los ingresos generados por el proyecto con la inversión realizada. Representa la proporción entre los ingresos y la inversión, indicando cuánto se recibe por cada dólar invertido. Según la regla establecida, si este índice es superior a 1, se considera que el proyecto es viable con \$2.34

5.10. Periodo de recuperación

El periodo de recuperación está establecido por:

Flujo de efectivo	2024	2025	2026	2027	2028
Período	-90.775,20	91.750.28	\$92.770,57	\$93.875,60	\$94.875,91

Observamos que el flujo de efectivo neto acumulado supera la inversión inicial en el Año 3. Por lo tanto, Como podemos ver, al sumar el primer, segundo y tercer período, hemos superado el costo inicial de la inversión (\$29,147.00). Entonces, el período de recuperación sería de 3 años.

Conclusiones

Como recomendaciones del presente proyecto están las siguientes:

- Una vez concluido el estudio se puede mencionar que, se consiguió investigar la creatina con açai y sus beneficios para la salud y el rendimiento deportivo, incluyendo su absorción y dosificación adecuada, como lo menciona Rodríguez (2019) que indica que, la creatina es un compuesto ampliamente consumido en el mundo del deporte, impulsado por su capacidad para mejorar el rendimiento de los deportistas. De igual forma, Yaco (2019) menciona que entre los beneficios de la toma de suplementos de creatina es que, puede potenciar el desempeño físico en disciplinas deportivas que involucren ejercicios de alta intensidad con duración de 2 a 30 segundos y descansos breves entre series. Además, se observa un aumento en la masa muscular magra, acompañado de mejoras en la fuerza y potencia muscular después de 5-7 días de suplementación, siendo más acentuado en hombres que en mujeres.
- Para seleccionar los ingredientes y aditivos necesarios para la producción de gomitas de creatina con açai, considerando factores como sabor, textura y estabilidad se tomó en consideración las opiniones vertidas desde la encuesta que se aplicó al consumidor, quienes especificaban que el sabor de preferencia fueron de mora y durazno, la textura debe ser blanda pero consistente ya que es un suplemento que se presenta para un consumo fácil y que sea almacenable por un tiempo aproximadamente de 1 año.
- Para establecer procesos de producción eficientes y seguros para la fabricación de las gomitas con açai, incluyendo la mezcla, moldeado y secado, se presentó en el capítulo 2, en el apartado 2.2.3. el flujograma de procesos, que detalla entre los puntos clave de la cadena productiva la formulación y diseño de receta, la preparación de la mezcla, la cocción, el moldeado, el enfriamiento y solidificación de las gomitas de creatina con açai, el control de la calidad, el embalaje, almacenamiento, distribución al consumidor final.
- Para establecer las estrategias de marketing y distribución para llevar las gomitas de creatina con açai al mercado y promover su consumo entre atletas y personas interesadas en mejorar su salud y rendimiento físico, se presenta campaña por redes sociales, campaña de redes corporativas, publicidad en ferias, campaña de marca e

imagen y la publicidad en radio, donde se busca interactuar con el consumidor final directo, por lo que, se busca establecer alianzas con gimnasios, centros de entrenamiento y nutricionistas para promover las gomitas como parte integral de un estilo de vida saludable.

- Para determinar la demanda y oferta relacionados con la producción de gomitas de creatina con açaí se ejecutó el respectivo cálculo del método de promedio simple, con la tasa de crecimiento vigente emitida por el Banco Central del Ecuador y la determinación con universo sigma, bajo el cual para el año 2024, la demanda en productos mensuales fue de 288.120 en Kilogramos y la oferta en productos anual 19.779 Kg. Mientras que la Demanda potencial insatisfecha es de 268,321 Kilogramos, de lo cual la empresa busca cubrir el 10% del mercado disponible.
- Para señalar la estructura organizacional que se requiere para el emprendimiento de elaboración y comercialización de gomitas de creatina con açaí, se tomó en consideración los departamentos claves, como lo es la gerencia, recursos humanos, ventas, departamento de producción, contabilidad y finanzas, marketing y el área de auxiliar administrativo, los mismos que se describen en el punto 3.3.2. con los diferentes puestos.
- Para analizar la viabilidad económica y financiera de elaboración y comercialización de gomitas de creatina con açaí, se desarrolló el capítulo V, para la respectiva evaluación financiera, donde se estableció el plan de inversiones, que indico que se requiere un total de inversión de \$ 29,147.00 para dar inicio al proyecto, donde el capital de trabajo es de \$ 9,312.00, y acorde al nivel de ingresos, unidades producidas esperadas, el flujo de efectivo neto acumulado supera la inversión inicial en el 2026 Por lo tanto, el período de recuperación es de aproximadamente 3 años, lo cual presenta la viabilidad del proyecto.
- Con todo lo expuesto se logró diseñar el proyecto de emprendimiento para la elaboración y comercialización de gomitas de creatina con açaí considerando cada uno de los estudios para su elaboración y se logró determinar que existe rentabilidad en el proyecto para su puesta en marcha.

Recomendaciones

Como recomendaciones del presente proyecto están las siguientes:

- Se recomienda considerar la posibilidad de profundizar en futuras investigaciones sobre la interacción entre la creatina y el açaí, así como en estudios clínicos que respalden los beneficios para la salud y el rendimiento deportivo e incluir referencias actualizadas para respaldar la información presentada y garantizar la vigencia de los datos.
- Se debe realizar pruebas de aceptación de sabor y textura con un grupo más amplio de consumidores para validar las preferencias identificadas en la encuesta y a su vez, evaluar la estabilidad de las gomitas a lo largo de un periodo de tiempo más prolongado para garantizar su calidad durante el almacenamiento de un año.
- Se recomienda realizar pruebas piloto para validar la eficiencia y seguridad de los procesos descritos en el flujograma e implementar un sistema de control de calidad continuo en todas las etapas de producción para garantizar la consistencia del producto final.
- Asimismo, se recomienda desarrollar estrategias específicas para establecer alianzas con gimnasios, centros de entrenamiento y nutricionistas, como ofertas exclusivas para sus clientes o patrocinios de eventos deportivos locales y trabajar con estrategias de marketing digital más detalladas, como campañas de influencers en redes sociales y marketing de contenidos.
- De igual forma, se debe monitorear de cerca las tendencias del mercado y ajustar la producción según las fluctuaciones de la demanda. Donde se logre evaluar estrategias para incrementar la participación de mercado más allá del 10% inicialmente planeado.
- Se recomienda definir claramente las responsabilidades y funciones en caso de abrir nuevos puestos de trabajo para garantizar una operación eficiente y establecer un plan de capacitación continua para el personal y fomentar la comunicación entre los departamentos.
- Es recomendable también realizar análisis de sensibilidad para evaluar el impacto de posibles cambios en los costos o ingresos y considerar la posibilidad de buscar fuentes de financiamiento adicionales, como inversionistas o préstamos, para

respaldar el crecimiento del proyecto.

- Finalmente, es recomendable mantener un monitoreo constante de los indicadores financieros y de mercado para realizar ajustes según sea necesario para actualizar periódicamente el plan de negocios a medida que evolucione el entorno empresarial y la competencia.

Bibliografía

- Arguello, A. M., Llumiguano, M. E., Gavilánez, C. V., & Torres, L. H. (2020). *Administración De Empresas. Elementos Básicos*. Pons Publishing House.
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Boletín mensual de inflación*. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf202310.pdf>
- Bayón, J. (2019). *Fundamentos de estrategia*. Editorial Elearning S.L.
- Bodyboost. (2022). *Creatine Gummies - 150 gomitas*. Bodyboost: <https://www.bodyboost.cl/creatine-gummies>
- Canalicchio, P. (2021). *Smart Marketing: Análisis estratégicos en entornos complejos*. <https://doi.org/LID> Editorial
- Cárcamo, R., & Cortez, C. (2022). *¿A qué edad se detecta un talento deportivo y de qué manera se puede desarrollar mejor?* Diario Concepción: <https://www.diarioconcepcion.cl/deportes/2022/12/12/a-que-edad-se-detecta-un-talento-deportivo-y-de-que-manera-se-puede-desarrollar-mejor.html>
- Castelblanco, O. E. (2019). *Costos empresariales: Manejo financiero y gerencial*. ECOE Editorial.
- Duque, O. (2018). *Procesos administrativos*. Colombia: Areandina .
- Ecuador, Ley de Compañías. (2020). *Registro Oficial No. 312 , 5 de Noviembre 1999*. Tercer Suplemento del Registro Oficial 347, 10-XII-2020: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2022-10/LEY%20DE%20COMPA%C3%91%C3%8DAS.pdf>
- Gestión. (2023). *¿Qué es el punto de equilibrio de una empresa y cómo calcularlo?* Economía: <https://gestion.pe/economia/que-es-el-punto-de-equilibrio-de-una-empresa-y-como-calcularlo-con-un-ejemplo-nnda-nnlt-noticia/>
- Gitman, L. J. (2003). *Principios de administración financiera*. Pearson Educación.
- Hernandez, J. S. (2020). *Viabilidad de mercado para la creación de un servicio de auto spa en Sullana, 2020*. Universidad César Vallejo: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/111269>
- INEC, I. N. (2023). *Boletín Técnico N°01-2023-IPC*.

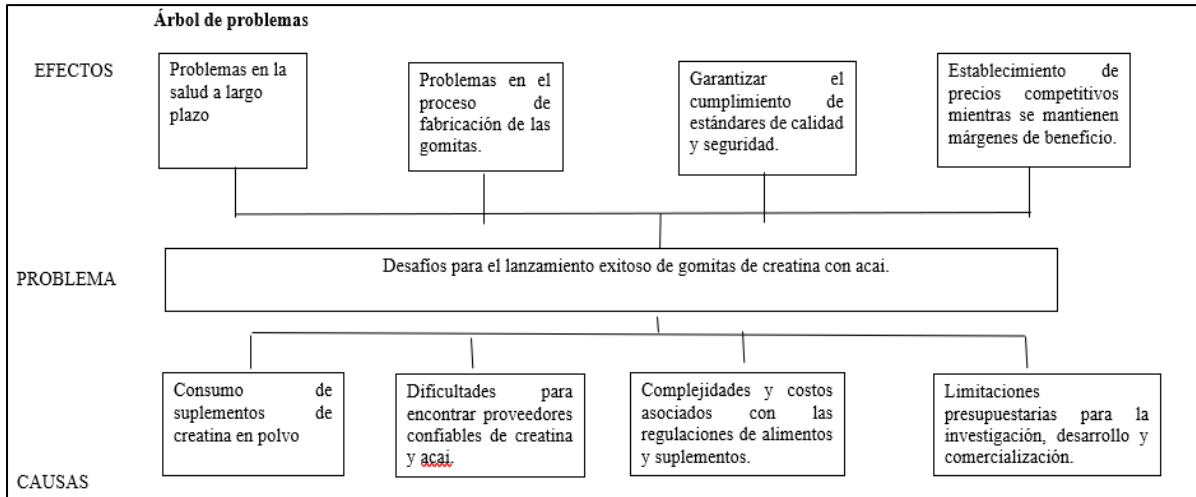
- https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2023/enero/Bolet%C3%ADn_t%C3%A9cnico_01-2023-IPC.pdf
- Juárez, Y. (2018). *Planes de muestreo*. Universidad autónoma del Estado de Hidalgo: <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/18987/Planes-de-muestreo.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Los%20planes%20de%20muestreo%20indican,determinar%20la%20aceptabilidad%20del%20lote.>
- MedlinePlus. (2023). *Creatina*. <https://medlineplus.gov/spanish/druginfo/natural/873.html#:~:text=Ni%C3%B1os%3A%20La%20creatina%20es%20posiblemente,de%202%20a%205%20a%C3%B1os.>
- Mullins, J., Walker, O., & JAMIESON, H. B. (2019). *Marketing*.
- Peña, A. R. (2023). *Plan de Negocios. Conceptos y elementos principales*. Gestipolis: <https://gestipolis.com/plan-negocios-concepto-elementos-principales/>
- Quirós, D., Bernabéu, C., & Herrera, L. (2022). *Creatina como aporte ergogénico oral en deportistas*. *Revista Científica Sanum* 6(2): https://revistacientificasanum.com/pdf/sanum_v6_n2_a7.pdf
- Rodríguez, R. (2019). *Suplementación con creatina y evaluación de la función renal mediante la creatinina y la cistatina C*. Universidad de la Laguna: <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/15153/Suplementacion%20con%20creatina%20y%20evaluacion%20de%20la%20funcion%20renal%20mediante%20la%20creatinina%20y%20la%20cistatina%20C..pdf>
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., Jaffe, J. F., & Díaz, J. J. (2012). *Finanzas Corporativas*. McGraw-Hill Interamericana de España S.L.
- Sánchez, J. (2020). *Demanda potencial*. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/demanda-potencial.html>
- Senadi, S. N. (2023). *Servicios*. <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>
- Superintendencia de Compañías y Seguros. (2023). *Guía de constitución de sociedades por acciones simplificadas*. https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/societario/cons_sas/SAS.pdf

- Tamayo, M., González, D., Mata, M. d., Fornet, J. D., & Cabrera, E. N. (2020). *La gestión de riesgos. Herramientas estratégicas de gestión empresarial*. UMET.
- Urquiza, P. B. (2023). *Plan de negocios de la empresa restaurante de comida rápida "Hey What's Up"*. Universidad Andina Simón Bolívar: <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/9163>
- Vicuña, J. M. (2021). *El plan de marketing digital en la práctica*. Esic editorial.
- Villarreal, F. G. (2017). *Inclusión financiera de pequeños productores rurales*. Naciones Unidas CEPAL.
- Yaco, A. E. (2019). *Consumo de suplementos dietarios en una población adulta entre 19 y 64 años que asiste al gimnasio Kraft de la ciudad de Rosario en el año 2019*. Universidad de Concepción del Uruguay: <http://repositorio.ucu.edu.ar/handle/522/335>
- Zuccherino, S. (2021). *Social Media Marketing: la revolución de los negocios y la comunicación digital*. Editorial Temas.

Anexos

Anexo 1. Árbol de problemas

Figura 1.
Árbol de problemas



Elaborado por: Gabriel Torres.

El árbol de problemas sustenta el objetivo planteado y el desarrollo de la investigación propuesta.

Anexo 2. Formato de encuesta

FORMATO DE ENCUESTA:

Objetivo:

Determinar las preferencias del cliente en el Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua sobre sus preferencias de gomitas de creatina.

Instrucciones:

A continuación, se exhibe diez preguntas que usted debe responder, para lo cual debe leerlas detenidamente y responder con la serenidad del caso.

1 ¿A consumido en algún momento suplementos como la creatina?

Respuesta con una (X) una opción

Sí () No ()

2 ¿Cual considera usted que será el beneficio de consumir suplementos de creatina?

Nutrición

Energía

Crecimiento de masa muscular

Vitalidad

Bienestar

3 ¿Del siguiente listado cuál de los siguientes sabores prefiere para adquirir las gomitas de creatina con acai?

Mora ()

Durazno ()

Fresa ()

Variados ()

4 ¿Qué tipo de presentación le gustaría para unas gomitas de creatina?

Marque con una X

vidrio ()

Plástico ()

Fundas ()

Empaques de cartón ()

5 De las características que posee las gomitas indiquen cual es la que influye al momento de adquirir el producto.

Color ()

Forma ()

Sabor ()

Calidad ()

Precio ()

6 Cuál considera usted que es el medio de comunicación más viable para recibir información sobre gomitas de creatinas.

Internet ()

Redes sociales ()

Diario ()

Televisión ()

Radio ()

7 Del siguiente listado del tamaño del producto a usted cuál le gustaría o recomendaría adquirir

250g ()

500 g ()

750g ()

8 Del siguiente listado de colores para el diseño de la presentación del empaque del producto cual considera que influenciaría al momento de la compra.

Verde ()

Rojo ()

Otro ()

9 Estaría de acuerdo con adquirir estas gomitas de creatina como suplemento.

Si ()

No ()

Talvez ()

10 consumiría usted las gomitas de creatina por los beneficios que aporta

Sí ()

No ()

11 Con que frecuencia compraría usted las gomitas de creatina por los beneficios que aporta

Cada semana ()

Cada quince días ()

Cada mes ()

Cada 2 a 3 meses ()

12 De los siguientes lugares o sitios de compra usted y que comercializan las gomitas de creatina cual es el de mayor preferencia o gusto.

Gimnasio ()

Tiendas Barriales ()

Súper Mercados ()

Mini Mercados ()

Puntos de venta propio ()

13 ¿Cuántos envases de suplementos como gomitas de creatina con acai (envase de 50 unidades) consumiría al mes?

1 unidades

2 unidades

3 unidades

4 unidades

Gracias por su colaboración

Anexo 3. Marmita de acero características



Marmita de Volteo a Gas - M320GV de 320 Lts.

- Marmita de Volteo capacidad de 320 litros.
- Fabricada en acero inoxidable tipo 304.
- Base tubular con bridas para nivelar y ajusta al piso.
- Mecanismo de volteo tipo corona sin fin para un movimiento hacia al frente de hasta 90°.
- Interruptor de límite de presión, interruptor de bajo nivel de agua en la caldereta y válvula de seguridad para vapor en la chaqueta.
- Requisitos de instalación: alimentación eléctrica a 120 volts, entrada a gas 19mm y campana extractora para facilitar la salida de gases.
- Termostato y válvula de seguridad.
- Funcionamiento a gas L.P.
- Medidas: 1.54 x 1.17 x 1.30 mts. (frente x fondo x alto)
- Este producto está disponible en más capacidades. Revisar abajo en la tabla de opciones adicionales.

Anexo 4. Pulpa de sabores referencias



Supermaxi pulpa liquida ...
Cod. 7861042565994



Supermaxi pulpa liquida t...
Cod. 7861042565987

Anexo 5. Cotización de Stevia



STEVIA LIFE

Edulcorante Stevia Life Caja

\$4.46 (Oferta)

\$5.57 (Antes)

Despacho Retiro

Cantidad

1

AGREGAR A LA BOLSA

Anexo 6. Cotización Creatina



NTG SPORTS

**Creatine Monohydrate Powder Ntg Sport
300 Gr Unidad**

\$19.99 (Oferta)

~~\$21.04~~ (Antes)

Despacho Retiro

Cantidad

1

NO DISPONIBLE