



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE BEBIDAS NATURALES A
BASE DE VEGETALES Y FRUTAS A IMPLEMENTARSE EN LA CIUDAD
DE SANTA ROSA

TANDAZO TACURI MARIUXI LILIANA

MACHALA
2016



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE BEBIDAS
NATURALES A BASE DE VEGETALES Y FRUTAS A
IMPLEMENTARSE EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA

TANDAZO TACURI MARIUXI LILIANA

MACHALA
2016



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN
EMPREDIMIENTOS

ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE BEBIDAS NATURALES A BASE DE
VEGETALES Y FRUTAS A IMPLEMENTARSE EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA

TANDAZO TACURI MARIUXI LILIANA
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

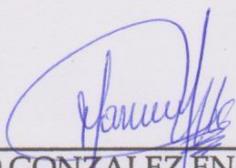
FEIJOO GONZALEZ ENA MARITZA

Machala, 17 de octubre de 2016

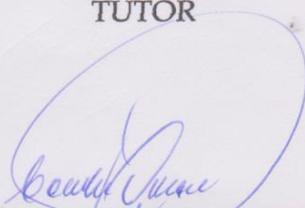
MACHALA
2016

Nota de aceptación:

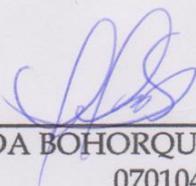
Quienes suscriben FEIJOO GONZALEZ ENA MARITZA, DURÁN CECILIA LUCIOLA, GRANDA BOHORQUEZ JAIME PORFIRIO y TAMAYO IBAÑEZ HUGO ELEUTERIO, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE BEBIDAS NATURALES A BASE DE VEGETALES Y FRUTAS A IMPLEMENTARSE EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



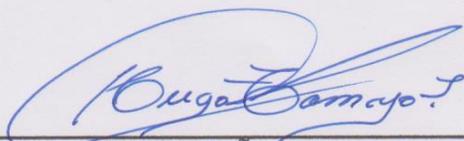
FEIJOO GONZALEZ ENA MARITZA
0703441253
TUTOR



DURÁN CECILIA LUCIOLA
0701115180
ESPECIALISTA 1



GRANDA BOHORQUEZ JAIME PORFIRIO
0701048662
ESPECIALISTA 2



TAMAYO IBAÑEZ HUGO ELEUTERIO
0701769952
ESPECIALISTA 3

Machala, 17 de octubre de 2016

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS BEBIDAS.docx (D21116359)
Submitted: 2016-07-19 06:02:00
Submitted By: mariuxitandazo93@gmail.com
Significance: 1 %

Sources included in the report:

Artículo Científico Daniela Rubio.docx (D18976046)

Instances where selected sources appear:

1

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, TANDAZO TACURI MARIUXI LILIANA, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE BEBIDAS NATURALES A BASE DE VEGETALES Y FRUTAS A IMPLEMENTARSE EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

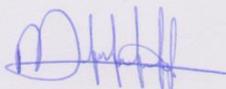
El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que él asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 17 de octubre de 2016



TANDAZO TACURI MARIUXI LILIANA
0704694009



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS NATURALES A
BASE DE VEGETALES Y FRUTAS A IMPLEMENTARSE EN LA CIUDAD DE
SANTA ROSA**

AUTOR

Mariuxi Liliana Tandazo Tacuri

TUTOR

Ing. Com. Maritza Feijoo Gonzales

SANTA ROSA

2016

DEDICATORIA

*Dedico este trabajo de titulación a **Dios** que me ha permitido cumplir cada una de mis metas planteadas hasta el día de hoy.*

*A mis padres **Lourdes y Servio**, que han estado ahí siempre acompañándome y respetando las decisiones que he tomado, además han tenido siempre un consejo en el momento que lo necesitaba, estando muy pendiente de mí en todo momento por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por el apoyo económico para mis estudios.*

A mi madre aunque ahora no esté físicamente conmigo sé que desde el cielo siempre me cuida y me guía en cada paso de las metas que nos propusimos juntas a alcanzar.

Tandazo Tacuri Mariuxi Liliana

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme las fuerzas y aliento que necesite para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades ni desfallecer en el intento. Así mismo a todas las personas que estuvieron a mi lado, a mi padre Servio Tandazo , mis hermanos Renee y Jefferson y mi novio Jonnathan Benítez que confiaron en mí y apoyaron para la realización de uno de los logros más importantes de mi vida.

A la Ing. Ena Maritza Feijoo quien con su experiencia como docente ha sido la guía idónea durante el proceso que ha llevado el realizar el trabajo de titulación, ha brindado el tiempo necesario, como la información para que este anhelo llegue a ser felizmente culminado, por su consejos que ayudan a formarse como persona e investigador.

Tandazo Tacuri Mariuxi Liliana

Resumen

El presente proyecto de inversión surge ante la oportunidad que existe en el mercado debido al alto consumo de productos dietéticos. En la actualidad y mediante investigaciones se refleja un alto índice de sobrepeso, obesidad y de diabetes en la sociedad, que es causada por malos hábitos alimenticios, por la falta de actividad física y el no cuidado de la salud, por este razón y en busca de crear nuevos productos que cumplan estas necesidades, surge la idea de elaborar dos bebidas naturales a base de vegetales y frutas que tienen las características y nutrientes necesarios que las personas buscan en un producto, el primer producto permitirá reducir grasa corporal llevando una vida saludable y realizando ejercicio para mejores resultados y la segunda bebida permite disminuir los niveles de azúcar en la sangre siempre que exista el debido cuidado de la persona, el motivo de utilizar los vegetales y frutas para combatir estas enfermedades es porque contienen las características y beneficios que necesita el cuerpo para estar más saludable y activo. La combinación de estas verduras genera favorables en la salud.

Las bebidas que se elaborara y se comercializara están bajo la norma INEN 2337 aplicable a productos procesados con vegetales y frutas, las bebidas pasaran por pruebas rigurosas para que pueda ser consumido sin inconvenientes. Una vez analizado el mercado se determinó que el 99% de 380 personas encuestadas consumirán los productos por ser 100 % naturales y favorecedoras para su salud, cabe destacar que por ser productos nuevos y diferentes a los otros productos que ya existen en el mercado, la microempresa realizara periódicamente estrategias de publicidad y degustaciones, a la vez ingresara más productos que satisfaga necesidades distintas que existen en la sociedad, además que se elaborara una bebida específicamente para la diabetes de adultos mayores, reiterando que si existe la aceptación de los productos en el mercado, la población objetivo se la obtuvo mediante la segmentación del mercado que está entre los 15 a 44 años de edad para ambos géneros y para todo tipo de clase social, por ser un producto accesible y de bajo costo y por ser una bebida agradable e hidratante que puede ser consumida por cualquier persona.

Para dar a conocer las bebidas la microempresa llevara el nombre de “Natural Drink” la misma que para posicionarse en la mente del consumidor actuara como logo que representara a los productos, Natural Drink estará ubicada en la ciudad de Santa Rosa para la debida elaboración y comercialización de los productos ya que no existe competencia directa y su ubicación es un lugar frecuentado por deportistas, se iniciara con un capital de \$ 19.000.00 USD que solvente los costos y gastos que se requiere para llevar a cabo el emprendimiento. Natural Drink contara con maquinarias que poseen un rendimiento alto que permite producir las bebidas que se requiera en el mercado, son maquinarias fáciles de usar para evitar complicaciones a la hora de la elaboración, la maquina llenadora de líquidos es la principal y limitante de producción, la capacidad máxima se mide por 8 procesos en 4 horas laborables dando como resultado 1600 litros al día y por botella de 350 ml da un valor de 4.640 bebidas al día, al año las maquinarias pueden producir 24.499.200 bebidas satisfaciendo la demanda de 384.516 de posibles consumidores.

Natural Drink es factible financieramente tomando en cuenta el estudio realizado, la aceptación del producto y la tasa de crecimiento de la ciudad de Santa Rosa, generando un TIR (Tasa Interna de Retorno) de 28,37% siendo un proyecto empresarial rentable. En cuanto a la factibilidad ambiental se evidencia que no existen perjuicios al entorno natural mediante la elaboración de las bebidas, es factible social y operativamente por lo cual muestra que la microempresa es viable la creación e implementación de la microempresa, el cual favorece al cambio de la matriz productiva en el país y permite la generación de empleo.

Palabras claves: Obesidad, Sobrepeso, Diabetes, Vegetales, Bebidas naturales.

ABSTRACT

The present draft investment comes before the opportunity that exists in the market due to the high consumption of dietetic products. At the present time and through research is reflected a high rate of overweight, obesity and diabetes in society, that is caused by poor eating habits, by the lack of physical activity and not health care, for this reason and in looking to create new products that meet these needs, arises the idea of developing two natural drinks on the basis of vegetables and fruits that have the characteristics and necessary nutrients that people are looking for in a product, the first product will reduce body fat leading a healthy life and making exercise for best results and the second drink allows to decrease the levels of sugar in the blood whenever there is the due care of the Person, the reason for using the vegetables and fruits to combat these diseases is because they contain the features and benefits that the body needs to be healthier and more active. The combination of these vegetables generates favorable in health.

The beverages that were developed and marketed under the standard INEN 2337 applicable to processed products with vegetables and fruits, drinks pass through rigorous testing so that it can be consumed without inconveniences. Once analyzed the market it was determined that 99% of 380 people surveyed consume the products for being 100 % natural and sympathetic to their health, it should be noted that to be new and different products to the other products that already exist in the market, the microenterprise should carry out periodically advertising strategies and tastings, at the same time entered more products to meet different needs that exist in society, in addition to prepare a drink specifically for diabetes of older adults, reiterating that if there is acceptance of the products on the market, the target population is obtained through the segmentation of the market that is between 15 to 44 years of age for both genders and For all types of social class, being a product accessible and low cost and for being a welcome drink and moisturizing properties that can be consumed by any person.

To publicize the drinks the microenterprise carry the name of Natural "drink" the same as to position itself in the mind of the consumer to act as a logo to represent the products, natural drink will be located in the city of Santa Rosa for the proper preparation and marketing of the products already that there is no direct competition and its location is a place frequented by sportsmen, should begin with a capital of \$ 19.000.00 USD that solvent costs and expenses required to conduct the undertaking. Natural Drink had with machinery that have a high performance that allows you to produce the drinks that are required in the market, are easy to use machinery to avoid complications at the time of the elaboration, the machine filler of liquids is the main and limiting production, the maximum capacity is measured by 8 processes in 4 working hours resulting in 1600 liters per day and per bottle of 350 ml gives a value of 4,640 drinks per day, per year machinery can produce 24.499.200 drinks to satisfy demand of 384.516 of potential consumers.

Natural Drink is financially feasible taking into account the study, the acceptance of the product and the rate of growth of the city of Santa Rosa, generating an IRR (Internal Rate of Return) of 28,37% being a profitable business project. With regard to the environmental feasibility is evidence that there are no damages to the natural environment through the development of the beverages, is feasible social and operationally by which shows that the microenterprise is viable the creation and deployment of microenterprise, which favors the change of the productive matrix in the country and enables the generation of employment.

Key words: Obesity, overweight, Diabetes, vegetables, natural drinks.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	12
1. CAPÍTULO I. IDEA DE NEGOCIO	14
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	14
1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA IDEA DE NEGOCIO	16
1.3 ESTUDIO DEL MERCADO (DIAGNÓSTICO DEL REQUERIMIENTO A SATISFACER)	22
1.3.1 TAMAÑO DE MERCADO	22
1.3.2 METODOLOGÍA: MODELO DE ENCUESTA	24
1.3.3 TABULACIÓN DE DATOS.....	25
1.4 DEMANDA.....	43
1.5 DEMANDA INSATISFECHA.....	45
1.6 ANÁLISIS FODA.....	46
1.7 ANÁLISIS COMPETITIVO	47
2. CAPÍTULO II. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO	48
2.1 DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	48
2.1.1 REGISTRO SANITARIO	49
2.1.2 RAZÓN SOCIAL.....	50
2.1.3 ESTRUCTURA LEGAL (PERSONA NATURAL).....	50
2.1.4 CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA.....	50
2.1.5 PERMISOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA.....	51
2.1.6 SISTEMA DE REMUNERACIONES.....	51
2.2 FUNDAMENTACIÓN GERENCIAL DEL EMPRENDIMIENTO.....	52
2.2.1 POLÍTICAS DE LA EMPRESA.....	53
2.2.2 METAS DE LA EMPRESA	53
2.2.3 MISIÓN, VISIÓN.....	53
2.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL.....	54
2.3.1 ORGANIGRAMA.....	54
2.3.2 MANUAL DE PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	55
2.3.3 FLUJOGRAMA DE OPERACIONES	56
3. CAPITULO III. MODELO DE NEGOCIO.....	57
3.1 SEGMENTO DEL MERCADO	57
3.1.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	58
3.2 PRODUCTOS Y SERVICIOS COMO PROPUESTA DE VALOR.....	58

3.3	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	59
3.4	RELACIONES CON LOS CLIENTES	60
3.4.1	<i>POLÍTICAS DE VENTA</i>	60
3.4.2	<i>POLÍTICAS DE ENVIÓ</i>	61
3.4.3	<i>POLÍTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE</i>	62
3.4.4	<i>ESTRATEGIAS DE VENTA</i>	62
3.4.5	<i>POLÍTICA DE PRECIOS</i>	63
3.5	FUENTES DE INGRESO.....	63
3.5.1	<i>FINANCIAMIENTO INTERNO</i>	64
3.5.2	<i>FINANCIAMIENTO EXTERNO</i>	64
3.6	ACTIVOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO	66
3.7	ACTIVIDADES DEL NEGOCIO	70
3.8	RED DE SOCIOS	70
3.9	ESTRUCTURA DE COSTOS.....	70
3.9.1	<i>CAPITAL DE OPERACIÓN</i>	71
3.9.2	<i>PUNTO DE EQUILIBRIO</i>	73
3.9.3	<i>UNIDADES DE VENTA DE LAS BEBIDAS NATURALES PUNTO DE EQUILIBRIO.</i>	74
4.	CAPITULO IV.ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO.....	76
4.1	FACTIBILIDAD TÉCNICA	76
4.1.1	<i>TAMAÑO</i>	76
4.1.2	<i>LOCALIZACIÓN</i>	78
4.1.3	<i>FACTORES DE LOCALIZACIÓN</i>	79
4.2	FACTIBILIDAD FINANCIERA.....	80
4.2.1	<i>ESTADO DE RESULTADOS.</i>	81
4.2.2	<i>BALANCE GENERAL.</i>	82
4.2.3	<i>FLUJO DE EFECTIVO.</i>	83
4.2.4	<i>CALCULO DEL VAN Y TIR</i>	84
4.3	FACTIBILIDAD OPERATIVA	85
4.3.1	<i>CAPACIDAD ADMINISTRATIVA</i>	85
4.3.2	<i>PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO</i>	85
4.4	FACTIBILIDAD AMBIENTAL	86
4.5	FACTIBILIDAD SOCIAL	86
5.	CONCLUSIONES	87

6. RECOMENDACIONES	88
ANEXOS	89

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.Descripción de Índice de Masa Corporal	18
TABLA 2.INEN.....	49

ÍNDICE DE IMAGEN

IMAGEN 1.Fórmula para cálculo de tamaño de muestra	24
IMAGEN 2.Marca y Logotipo de la microempresa.....	50
IMAGEN 3.Organigrama.....	54
IMAGEN 4. Flujograma de operaciones de Natural Drink	56
IMAGEN 5.Prototipo de productos	58
IMAGEN 6.Canal de distribución de microempresa Natural Drink	59
IMAGEN 7.Políticas de Servicio al Cliente	62
IMAGEN 8.Localización de Natural Drink	78

ÍNDICE DE GRAFICO

GRÁFICO 1.Tabulación de datos.....	25
GRÁFICO 2	26
GRÁFICO 3.....	27
GRÁFICO 4.....	28
GRÁFICO 5.....	29
GRÁFICO 6.....	30
GRÁFICO 7.....	31
GRÁFICO 8.....	32
GRÁFICO 9.....	33
GRÁFICO 10.....	34
GRÁFICO 11.....	35
GRÁFICO 12.....	36
GRÁFICO 13.....	37
GRÁFICO 14.....	38
GRÁFICO 15.....	39
GRÁFICO 16.....	40
GRÁFICO 17.....	41
GRÁFICO 18.....	42
GRÁFICO 19. Precio unitario	63

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1.Sobrepeso y Obesidad a escala nacional	19
CUADRO 2.Población por Edad y Sexo, Santa Rosa.....	22
CUADRO 3. Total de hombres y mujeres a encuestar	22
CUADRO 4.Proyección de demanda.....	43
CUADRO 5.Oferta de productos afines.....	44
CUADRO 6.Proyección de oferta.....	44
CUADRO 7.Proyección de demanda insatisfecha.....	45
CUADRO 8.Competencia Indirecta.....	47
CUADRO 9.Rol de pagos	51
CUADRO 10.Financiamiento	64
CUADRO 11.Tabla de amortización cuota fija	65
CUADRO 12.Maquinaria	66
CUADRO 13.Materiales	66
CUADRO 14.Muebles y Enseres.....	67
CUADRO 15.Equipo de computación.....	67
CUADRO 16.Vehículo	67
CUADRO 17.Suministros de limpieza	68
CUADRO 18.Uniformes.....	68
CUADRO 19.Gastos de publicidad	69
CUADRO 20.Activos para constitución dela microempresa.....	69
CUADRO 21.Resumen de activos	71
CUADRO 22. Balance de materia prima directa	71
CUADRO 23. Materia prima directa	72
CUADRO 24. Materiales indirectos	72
CUADRO 25.Costos de producción	72
CUADRO 26.Tabla de Remuneraciones	73
CUADRO 27.Costos de producción unidad	74
CUADRO 28.Unidades de venta punto de equilibrio	74
CUADRO 29.Análisis de punto de equilibrio.....	75
CUADRO 30.Maquinaria 1	76
CUADRO 31.Maquinaria 2	77
CUADRO 32.Maquinaria 3	77
CUADRO 33.Maquinaria 4	77
CUADRO 34.Capacidad Instalada de las bebidas	78
CUADRO 35. Estado de resultados	81
CUADRO 36.Balance General	82
CUADRO 37. Flujo de Efectivo	83
CUADRO 38.Cálculo del VAN Y TIR.....	84

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación se desarrolla bajo lineamientos establecidos por la Universidad Técnica de Machala encaminando a una presentación más organizada y cautelosa mediante líneas de investigación como es innovación y desarrollo empresarial que se desarrolla mediante un proyecto emprendedor llevando a la práctica el conocimiento adquirido durante los 5 años de preparación profesional.

En la provincia de El Oro se está tomando en cuenta emprendimientos y proyectos empresariales que se han desarrollado, últimamente se han realizado concursos con ideas renovadoras y de los emprendedores que presentan su idea de negocio al ganador le dan un préstamo de \$ 5.000 USD no rembolsable para que ejecuten su emprendimiento (Revista lideres. ec, 2014). La idea de negocio da comienzo a una empresa, pero la falta de formación y conocimiento empresarial que se requiere para emprender conlleva a fracasar y no ser sostenible en el tiempo, el ser egresado y tener los conocimientos necesarios sobre como iniciar una empresa, le permite ser competitivo y sensato y dar inicios a nuevos proyectos (Herrera & Gutiérrez, 2014).

El emprendimiento a realizar nace debido al bajo consumo de alimentos vegetales y también por el alto índice de sobrepeso y enfermedades crónicas que existe hoy en día, por tal motivo se elaborara dos bebidas naturales que será accesible a todo tipo de personas por las características que contienen estos productos de ser a base de vegetales y frutas que tienen propiedades curativas y beneficios para la salud, la bebida permitirá contrarrestar la mala alimentación, a quemar grasa corporal para que exista un mayor efecto llevar una dieta equilibrada y una rutina de ejercicios y por ser a base de vegetales tendrán los nutrientes que se necesita para su salud y al no contener azúcar podrá ser consumido por personas que padecen de diabetes. Estos datos se los obtendrá mediante encuestas, opiniones y sugerencias de las personas a encuestar. (Ministerio de coordinación de la producción, 2011).

El objetivo general de Natural Drink está enfocado en la ejecución de un proyecto innovador que consiste en la elaboración y comercialización de dos bebidas naturales compuestas por vegetales y frutas sin químicos ni azúcar para el cuidado de la salud, que se implementara en la ciudad de Santa Rosa, estableciendo objetivos específicos que se proyectaran a continuación:

Para complementar al objetivo general se desarrolla un objetivo específico que se enfoca en la elaboración de las bebidas mediante un proceso riguroso y de calidad que tenga efectos latentes en la sociedad y como segundo objetivo específico se realizara un estudio de mercado que permita verificar el nivel de aceptación de los productos, esto permitirá a la microempresa realizar la respectiva comercialización de las bebidas a diferentes puntos de venta de la ciudad de Santa Rosa.

CAPÍTULO I. Idea de negocio: Descripción de la idea de negocio, fundamentación teórica de la idea de negocio, estudio de mercado (diagnóstico del requerimiento a satisfacer).

CAPÍTULO II Diseño organizacional del emprendimiento: descripción del emprendimiento, fundamentación gerencial del emprendimiento, estructura organizacional y funcional.

CAPITULO III Modelo de negocio: Segmento de mercado, productos y servicios como propuesta de valor, canales de comercialización, relaciones con los clientes, fuentes de ingreso, activos para el funcionamiento del negocio, actividades del negocio, red de socios, estructura de costos.

CAPITULO IV: Estudios de factibilidad del emprendimiento: factibilidad técnica, factibilidad financiera, factibilidad operativa, factibilidad ambiental, factibilidad social.

1. CAPÍTULO I. IDEA DE NEGOCIO

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

El sobrepeso es uno de los problemas de salud más significativos que existe en Ecuador que se da fundamentalmente en la población de 15 a 44 años de edad por una mala alimentación que existe hoy en día, así mismo por conductas sedentarias y por dietas estrictas para quemar grasa, que conlleva a adquirir otras enfermedades crónicas como la diabetes. Esta enfermedad se ostenta en países de desarrollo con un índice de sobrepeso en el 2012 de 27% (por ciento) en mujeres y 17% (por ciento) en los varones, un estudio desarrollado por ENSANUT¹ indica que a nivel nacional personas de edad de 20 a 60 años tiene un índice de sobrepeso y obesidad de 63%(por ciento) según lo indica INEC(Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), esto ha promovido al gobierno a tomar medidas correctivas y diseñar una política integral para prevenir este anómalo.

Una vez que se ha desarrollado el sobrepeso está en un tiempo muy corto y por el descuido en la salud viene a convertirse en obesidad, la cual tiene causas distintas en desarrollarse sea por algo genético o por estilos de vida y además relacionadas con la alimentación sana que estas son reemplazadas por grasa saturada, el azúcar en porciones grandes, que provoca complicaciones en las personas (Tarqui-Mamani, Sánchez-Abando, Alvarez-Dongo, Gómez-Guizado, & Valdivia-Zapana, 2013).

Por el motivo de sobrepeso y obesidad que existe en la sociedad surgió la idea de crear bebidas naturales que contiene las propiedades necesarias para una mejor alimentación y los nutrientes que necesita el cuerpo, estas bebidas no contienen azúcar para que personas que padezcan de diabetes también lo puedan consumir e igual forma se realizara una bebida especialmente para ellos, podrá ser consumido por todo tipo de persona y para personas que desean adelgazar la bebida tendrá efecto llevando una dieta equilibrada y una rutina de ejercicios.

¹ ENSANUT (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición) indica el índice de sobrepeso y obesidad en mujeres y hombres entre 20 y 60 años a nivel nacional.

Dando a saber a la comunidad que no son bebidas energizantes, si no que esto permite llevar una salud estable consumiendo en una sola bebida los nutrientes necesarios para el cuerpo.

Que al consumir en un tiempo determinado se tendrá resultados favorables, permitiendo a la población con condiciones de sobrepeso, mala alimentación, y enfermedades no curativas puedan acceder a este producto sin ninguna dificultad.

1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA IDEA DE NEGOCIO

Según Rodríguez & García (2011) el consumo de alimentos sanos depende de la forma de acceder a los productos, el ingreso de la familia y sus precios y el poder económico de las familias de clase social alta, media o baja, de igual manera menciona Ekmeiro Salvador, Moreno Rojas, García Lorenzo, & Cámara Martos,(2015) que la disponibilidad de los alimentos va de acuerdo a la capacidad que tiene el país para producir o para comprar a otros países para abastecer a la población con alimentos.

Vegetales y Frutas para la salud

Los vegetales y las frutas en distintos países se lo consideran como un conjunto de alimentos más adecuados para una dieta equilibrada y buen estado de salud considerando la actividad física, Cámara, y otros,(2013) indica que debido a los cambios favorables que existen al consumir estos alimentos se ha promovido a que exista en la sociedad mayor consumo de vegetales y frutas para la salud, es importante consumir más de estos alimentos porque son más saludables y aporta nutrientes y vitaminas al cuerpo, la sociedad internacional ya lo está proporcionando cada vez más a sus dietas porque ofrecen benéficos y mejora la calidad de vida de las personas.

El bajo consumo que exista de estos alimentos como vegetales y frutas son más propensos a la aparición de enfermedades y afecta directamente al estado nutricional del individuo según (ENDES) Encuesta Nacional Demográfica y de Salud en la ciudad de Perú se demostró “que 220 de 1806 personas consumían al día 400g/día que significa 5 porciones de estos al día recomendado por la Organización Mundial de Salud (OMS) mientras que en Estados Unidos en los Ángeles en el año 2012 solo consumen 3,9 porciones de verduras y frutas que está por debajo de lo requerido. (Arribas, y otros, 2015)”.

De igual forma Zarzosa-Norabuena, Loja-Herrera, Salazar-Granara, & Inocente-Camones (2015) mediante estudios realizados en el país de Perú determino que las personas fallecidas en el año 2012, era causada por enfermedades cardiovasculares al no ingerir en su alimentación vegetales y frutas que les proporcionarían fibras y antioxidantes en su organismo .En la ciudad de México existe una demanda alta de estos alimentos que contienen grasas saturadas, colorantes, azúcar entre otros, provocando el

sobrepeso y obesidad en áreas rurales o niveles sociales bajos (Castañeda-Castaneira, Ortiz-Pérez, Robles-Pinto, & Molina-Frechero, 2016).

Los hábitos alimenticios que se da en la población de Ecuador están por debajo de lo recomendado sea por gustos o preferencias, por ingresos bajos o por los cambios de precios que se dan en los vegetales y frutas cuando existe escases de estos, a diferencia de los que son bien remunerados que por las horas laborables y el tiempo prefieren alimentarse fuera del hogar y así no consumen en porciones necesarias estos vegetales. La mayoría de productos orgánicos que se dan en el Ecuador son enviados al exterior pero hay empresas que prefieren distribuir sus productos en el país ofertándolos en las ferias libres, los mercados y también en los supermercados, fomentando a la población al consumo de estos alimentos (Rivera Segura, Triviño Vera, Franco Coello, & Cartegena, 2014).

La falta de una alimentación saludable ha promovido al Ministerio coordinador de desarrollo social a determinar programas nutricionales en la provincia de el Oro que ya dio efecto en la ciudad de Machala dirigido a padres de familia y a personas que se encontraban en los alrededores, indicando que existe desnutrición de un 60% en niños y un 45% en mujeres de 15 a 49 años, la falta de una alimentación sana que contenga vitaminas, nutrientes y fibras afecta a la población promoviendo enfermedades, Cruz, (2013) indica que mediante estos programas se desea evidenciar que se disminuya la desnutrición mediante alimentos como vegetales, frutas, carnes, granos y legumbres.

La alimentación de una persona define la salud de esta, ingiriendo una dieta saludable que contenga nutrientes protege de enfermedades cardiovasculares, la desnutrición entre otras, permitiendo a las personas alimentarse saludablemente evitando la incidencia de enfermedades (Bernui L, Pajuelo R, Castillo S, Cabrera B, & Cuba J, 2013). La mala alimentación se refleja en dietas inadecuadas debido a la falta de información de las propiedades que tienen los vegetales, las frutas y verduras en los hogares, consumiendo alimentos de fácil preparación y de comida chatarra.

Mediante este producto de bebidas naturales embotellados será una forma alígera de consumir nutrientes en forma de bebida, que tendrá una combinación de vegetales, verduras y frutas ofreciendo un gran beneficio para adelgazar siempre que se dé una dieta saludable y rutinas de ejercicio para una mejor digestión, disminuyendo la inflamación interna y desintoxicación del cuerpo. La bebida natural para personas con

diabetes es a base de fruta y vegetales sin azúcar que puede ser consumida sin ninguna dificultad.

Obesidad y sobrepeso en la sociedad

Según Cruz Sánchez, Tuñón Pablos, Villaseñor Farías, Álvarez Gordillo, & Nigh Nielsen (2013) el sobrepeso y la obesidad es uno de los temas más mencionados últimamente por problemas de salud y por apariciones de enfermedades crónicas en personas con un nivel social bajo enfocándose en la humanidad como una desigualdad social y dando cabida al bullying a niños y jóvenes con problemas de sobrepeso, según Belén Cutillas, Herrero, San Eustaquio, Zamora, & Pérez-Llamas,(2013) indica que un causante del sobrepeso es el sedentarismo, dado por nuevas tecnologías y por horas laborables extensas en los trabajos.

La obesidad es un factor relevante en la salud pública, este es la acumulación de grasa que se distribuye por todo el organismo que conlleva a enfermedades de hipertensión, infartos, diabetes, la falta de respiración entre otros por el exceso de grasa, para saber cuándo una persona tiene sobrepeso y está a principios de desarrollar la obesidad se debe conocer el peso y la estatura, en relación a esos datos se obtiene el Índice de Masa Corporal y este no debe ser mayor a 24.99 es la forma más sencilla para saber quiénes padecen de esta enfermedad, no implica a personas que son físico culturistas, ancianos y niños (Díaz-Villaseñor, 2011).

TABLA 1.Descripción de Índice de Masa Corporal

CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DEL ÍNDICE DE MASA CORPORAL (IMC) Y CATEGORÍAS DEL ESTADO NUTRICIONAL PARA POBLACIÓN ADULTA	
	Peso bajo (IMC menor de 18.5)
Delgadez severa	Menos de 16
Delgadez moderada	16 - 16.99
Delgadez aceptable	17 - 18.49
	Peso ideal
Normal	18.5 - 24.99
	Sobrepeso (IMC igual o mayor a 25)
Preobesidad	25 - 29.99
Obesidad tipo I	30 - 34.99
Obesidad tipo II	35 - 39.99
Obesidad tipo III	≥40

Autor: El investigador

Fuente: Fundación este país ciudad de México

La organización Mundial de la Salud (OMS) estima que en el 2015, en el mundo el sobrepeso se incrementara a 2.3 millones y 700 millones de personas obesas, principalmente en mujeres. El sobrepeso y la obesidad causan la muerte de alrededor de 2,8 millones de personas en el mundo en forma directa e indirecta con enfermedades crónicas como diabetes mellitus, la enfermedad coronaria isquémica y algunos tipos de cáncer” Tarqui et al.,(2013).

Obesidad y sobrepeso en Ecuador

Mediante un análisis realizado por ENSANUT (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición) evidencia que en Ecuador existe un alto índice de obesidad y sobrepeso mediante estadísticas del año 2012 en el caso de obesidad en mujeres tiene un porcentaje de 27.6% y en los hombres de 16.6% y por sobrepeso un porcentaje de 43.4% en los varones un valor más alto que en las mujeres que es de 37.9% a escala nacional (Wilma B., y otros, 2012).

CUADRO 1.Sobrepeso y Obesidad a escala nacional

	n	Sobrepeso	Obesidad	Sobrepeso y Obesidad
		%	%	%
Nacional	29475	40.6	22.2	62.8
Edad en años				
>19 a 29	10719	33.0	13.4	46.4
30 a 39	9624	45.6	22.7	68.3
40 a 49	6689	45.4	28.4	73.9
50 a 59	2443	42.4	32.7	75.1
Genero				
Femenino	16856	37.9	27.6	65.5
Masculino	12619	43.4	16.6	60.0

Autor: El investigador

Fuente: ENSANUT-ECU 2012. MSP/INEC

La falta de interés en la población de no acatar responsabilidad en su salud está permitiendo que enfermedades muy agresivas se esté produciendo en el cuerpo, dando cavidad a enfermedades como la diabetes Tipo 2 desarrollándose en al adulto y en los niños que conlleva a consecuencias de enfermedades más graves como enfermedades cardiovasculares, cáncer, depresión, incontinencia urinaria y así como su calidad de vida que será más controlada desde ese momento y por el recurso financiero que necesita las familias para controlar esta enfermedad (Hernandez-Avila, Gutierrez, & Reynoso-Noverón, 2013).

Según lo demuestra la Sociedad Ecuatoriana de Endocrinología, tiene una estimación que para el año 2025 esta enfermedad avance con más frecuencia. La diabetes no solo se da por la falta de alimentos saludables sino por hábitos inadecuados como menciona Velasco Contreras,(2016) como la falta de actividad física, comida con alto porcentaje en grasa y azúcar y al almacenarse en el organismo este se transforme en calorías produciendo el sobrepeso que conlleva a la diabetes. Una vez que se desarrolla la diabetes este da paso a diabetes mellitus causando la mortalidad en las personas.

La página del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) indica un índice de sobrepeso y obesidad en la provincia de El Oro, representando un 24.6% de sobrepeso y un 5.5% de obesidad en jóvenes de 12 a 19 años y un 42.3 % de sobrepeso y un 27.1 de obesidad en las personas adultas de 19 a 60 años según estudios del año 2014 por ENSANUT², que se justifican según Wilma B., y otros,(2012) es por la falta de actividad física causado por la televisión y los celulares y también por la inseguridad que existe al salir a la ciudad.

Beneficios y propiedades de los vegetales a utilizar.

Las bebidas naturales están compuestas por los siguientes alimentos quien menciona Jiménez Fonseca & Carmona Bayonas,(2015) que el jugo de limón tiene propiedades relevantes que permite eliminar toxinas, previene las inflamaciones, la hipertensión y contiene fibra permitiendo proteger el cuerpo de enfermedades mejora la digestión promoviendo a quemar grasa, el exceso de limón es perjudicial para la salud por ese motivo solo debe tomarse por 9 días y reposar 15 días más y así sucesivamente, no pueden consumir personas con gastritis, y tampoco las mujeres cuando se encuentren en su periodo de menstruación.

El siguiente componente se trata del perejil según Reyes-Munguía, Zavala-Cuevas, & Alonso-Martínez (2012) tiene beneficios para la pérdida de peso permitiendo bajar el colesterol, anticancerígenas, digestivo, es diurético y reduce enfermedades cardiovasculares y debe ser consumido por tiempos estimados, al ingerir demasiado perejil en estado de embarazo este tiene efectos como lo es de abortos, y no pueden ser utilizados por persona con hepatopatías.

² ENSANUT(Encuesta Nacional de Salud y nutrición)TOMO I ENSANUT-ECU 2012,sobrepeso y obesidad en El Oro

Según Martelo C, Restrepo M, & Cortés R (2011) indica las propiedades curativas del apio para el cuerpo y para adelgazar y buen elemento para personas con sobrepeso elimina toxinas es diurético eliminando exceso de líquido y estimula la formación de orina, vitamina c y A, es dietético, contienen magnesio y potasio que permite que el sistema cardiovascular se mantenga, para un mejor efecto se debe realizar actividades físicas y beber mucha agua y ser consumido por una semana y reposar 1 semana más para reducir la diabetes

La cantidad de beneficios que ofrece la espinaca son numerosas que sirve para dietas de adelgazamiento y para ser consumido por personas que padecen diabetes, menciona Pamo Reyna,(2013) contiene alto contenido de agua idóneo para pérdida de peso, tiene hierro, fibra para prevenir el estreñimiento y su celeridad en el paso de azúcar a la sangre para la diabetes, vitamina A, baja en calorías si es ingerida cruda no tiene colesterol que puede ser utilizado por personas con diabetes no le causa ningún daño.

El pepino es utilizado para perder grasa corporal porque contiene de agua el 96% hidrata el cuerpo, limpia impurezas según nos menciona Cortés, Martelo, & Rodríguez,(2011) contiene fibra mejora el metabolismo, ayuda al sistema gastrointestinal, no puede ser consumido por personas que sufren de colon irritable, el consumo del pepino debe ser con el desayuno sea en jugos, ensaladas y para un mayor efecto adelgazante realizando ejercicios y haciendo dietas. Un complemento para personas que padecen de diabetes es la zanahoria que contiene hierro y previene el cáncer, la zanahoria es preferible si se lo consume cruda ya que no contiene así azúcares, según Cámara Hurtado & Sánchez Mata,(2011) mejora el sistema cardiovascular y aportan minerales y magnesio para una buena salud.

La manzana es una fruta que tiene un sinnúmero de beneficios convirtiéndolo en un alimento nutritivo que atribuye mejoras en el cuerpo nos indica Maldonado, Urango, & Arismendi,(2014) que permite regular el metabolismo, es diurética ya que contiene potasio, fósforo, calcio y es saludable para personas que sufren de retención de líquidos, no se la puede consumir por personas que tienen cálculos renales por el potasio que contiene, es muy aconsejable consumirla porque ayuda a una mejor alimentación en las personas.

La manera ideal de prevenir estas enfermedades según Alfonso Guerra,(2013) es alimentarse con productos que no posean calorías, como frutas, verduras, carnes entre

otros, así mismo se debe desarrollar más actividad física y tratar de no llevar una vida de sedentarismo, es la mejor forma de cuidar el cuerpo.

1.3 ESTUDIO DEL MERCADO (DIAGNÓSTICO DEL REQUERIMIENTO A SATISFACER)

1.3.1 TAMAÑO DE MERCADO

La población para aplicar la encuesta, se realizara en la ciudad de Santa Rosa, en la parte céntrica y en los alrededores, las degustaciones se las realizara a las mismas personas que se encuesta para dar a conocer las bebidas (sabor, consistencia y color) y obtener así opiniones que son importantes para el desarrollo del proyecto.

CUADRO 2. Población por Edad y Sexo, Santa Rosa

POBLACIÓN POR GRUPO DE EDAD Y SEXO			
Grupos de edad	Hombre	mujer	total
De 15 a 19 años	3523	3376	6899
De 20 a 24 años	3149	2956	6105
De 25 a 29 años	2902	2896	5798
De 30 a 34 años	2522	2466	4988
De 35 a 39 años	2259	2247	4506
De 40 a 44 años	2083	1988	4071
TOTAL	16438 50.78%	15929 49.21%	32367 100%

Autor: El investigador

Fuente: VII Censo de Población y VI de Vivienda 2010

CUADRO 3. Total de hombres y mujeres a encuestar

ENCUESTAS A REALIZAR POR GRUPO DE EDAD Y SEXO			
TOTAL DE ENCUESTAS 380			
Grupos de edad	Hombre	mujer	total
De 15 a 19 años	41	40	81
De 20 a 24 años	37	35	72
De 25 a 29 años	34	34	68
De 30 a 34 años	30	29	59
De 35 a 39 años	27	26	53
De 40 a 44 años	24	23	48
TOTAL	193	187	380

Autor: El investigador

Fuente: VII Censo de Población y VI de Vivienda 2010

Se realiza una encuesta que constará con 17 preguntas que son las idóneas y claras para obtener respuestas correctas para tabular. La encuesta se realizara en la ciudad de Santa Rosa, dirigida a personas de 15 a 44 años de edad el total de la población de ese rango es de 32.367 según datos del VII Censo de la población y VI de vivienda 2010. (Oñate Valdivieso, 2010)

Se va a utilizar el muestreo probabilístico estratificado, la población es finita por ser menor a 100.000 habitantes, la estimación de población es de 32.367 que son posibles consumidores del producto, mediante la muestra se extrae la información requerida para el estudio de mercado.

Se determinó el tamaño de la muestra con la siguiente fórmula para sacar la muestra finita:

- N: tamaño de la población
- Z: depende del nivel de confianza que se asigne; 90% (1,65), 95% (1,96), 99% (2.58)
- e: error muestra
- p: es la diversidad del universo se suele suponer que $p=q=0.5$ es la proporción de personas que poseen las características del estudio.
- q: proporción de personas que no poseen características del estudio
- n: tamaño de la muestra

DATOS

N: 32.367

Z: 1,96

e: 5%

p: 0.50

q: 0.50

n: 380

Formula (1):

IMAGEN 1.Fórmula para cálculo de tamaño de muestra

$$n = \frac{Z^2(P)(Q)(N)}{E^2(N - 1) + Z^2(P)(Q)}$$

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Calculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{1.96^2(0.50)(0.50)(32.367)}{0.05^2(32.367 - 1) + 1.96^2(0.50)(0.50)}$$

n= 380 personas

Una vez que se obtuvo mediante la fórmula del tamaño de la muestra el resultado de las personas a encuestar, se debe proceder a realizar 380 encuestas y su respectiva tabulación para conocer mejor los resultados sobre la aceptación del producto.

1.3.2 METODOLOGÍA: MODELO DE ENCUESTA

Para obtener la información necesaria se utilizó las técnicas de investigación básica como es las técnicas de recolección de información primaria como son: la entrevista y el cuestionario desarrollado mediante preguntas por parte del investigador a sus participantes en el proyecto. La información que se obtiene tiene dos tipos esenciales según Alelú Hernández, Cantín García, López Abejón, & Rodríguez Zazo,(2014) el 1) está relacionado con la edad, género, tipologías sociodemográficas y 2) la actitud, opiniones, conductas en cuanto al producto o tema definido. El cuestionario permite obtener datos necesarios para el estudio del proyecto realizado mediante la muestra a 380 personas y la entrevista conocer sus opiniones y experiencias personales para profundizar la investigación. (Anexo1 Modelo de encuesta)

La información que se obtenga permite conocer la frecuencia de actividad física que realizan las mujeres y hombres de 15 a 44 años, característica que se requiere para mejores resultados de las bebidas, conocer si la población estimada consume vegetales

por ser el ingrediente principal de la bebidas, los canales de comercialización, el precio que están dispuestos a pagar por el producto y la aceptación de la bebida en el mercado.

1.3.3 TABULACIÓN DE DATOS

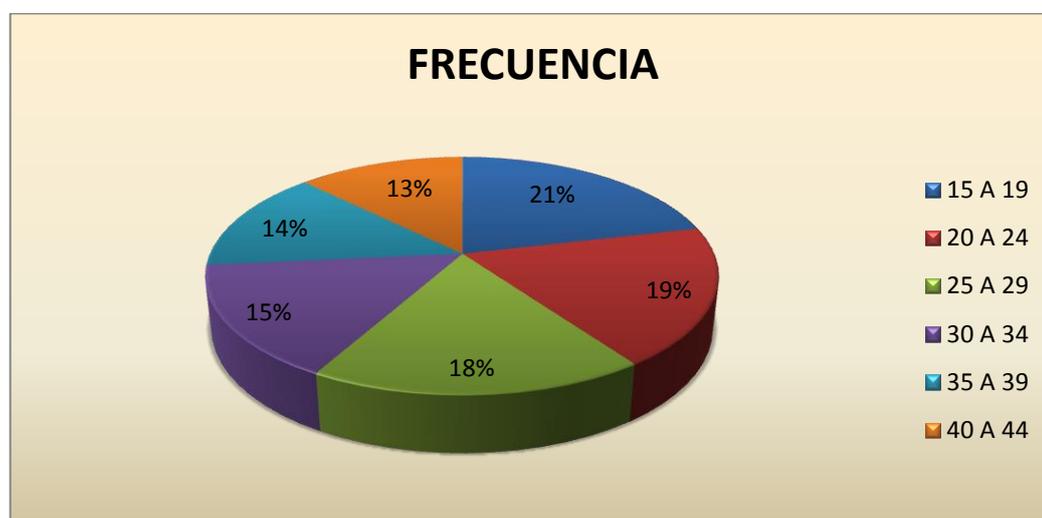
Las encuestas se las realizo en la ciudad de Santa Rosa, datos obtenidos por INEC 2010. A continuación se presenta los resultados:

Encuesta realizada para el estudio de mercado de 2 tipos de bebidas naturales a base de vegetales y frutas 1. Para adelgazar y 2. Para personas con diabetes.

EDAD DE LAS PERSONAS QUE COMPREN MAS EL PRODUCTO

DATOS						
EDAD	15 A 19	20 A 24	25 A 29	30 A 34	35 A 39	40 A 44
FRECUENCIA	81	72	68	59	53	48
%	21,32	18,86	17,91	15,41	13,92	12,58

GRÁFICO 1.Tabulación de datos



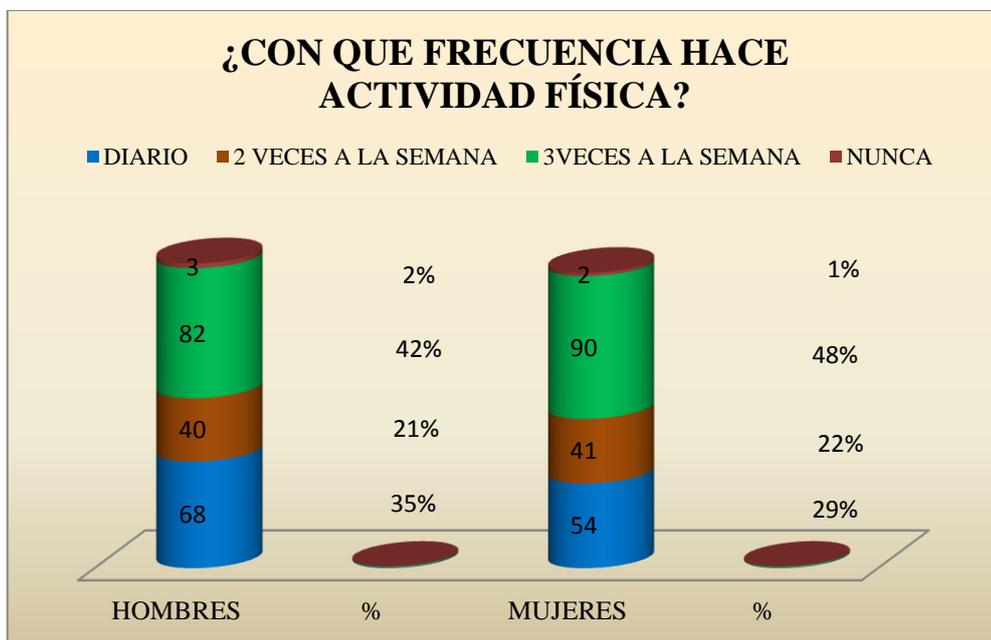
Autor: El Investigador

Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

ANÁLISIS: Al realizar las encuestas se determinó que las personas de 25 a 44 años es el mercado que más adquiriría la bebida por tener ingresos altos y para mantenerse en forma, haciendo hincapié al porcentaje más alto de las 380 del total a encuestar.

1. ¿CON QUE FRECUENCIA HACE ACTIVIDAD FÍSICA?

GRÁFICO 2



Autor: El Investigador

Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	HOMBRES	%	MUJERES	%
DIARIO	68	35%	54	29%
2 VECES A LA SEMANA	40	21%	41	22%
3 VECES A LA SEMANA	82	42%	90	48%
NUNCA	3	2%	2	1%

ANÁLISIS: En el grupo de los hombres son más propensos a realizar actividad física, sea por su condición física y para mantenerse en forma de 42% que representa 3 veces a la semana y un 35% diario, en las mujeres encuestadas indicaron que realizan actividad física 3 veces a la semana dando un valor de 48% para mantenerse en forma, y las mujeres que son madres para recuperar su figura 29% realizan ejercicio diario.

2. ¿QUÉ ACTIVIDAD FÍSICA REALIZA?

GRÁFICO 3.



Autor: El Investigador

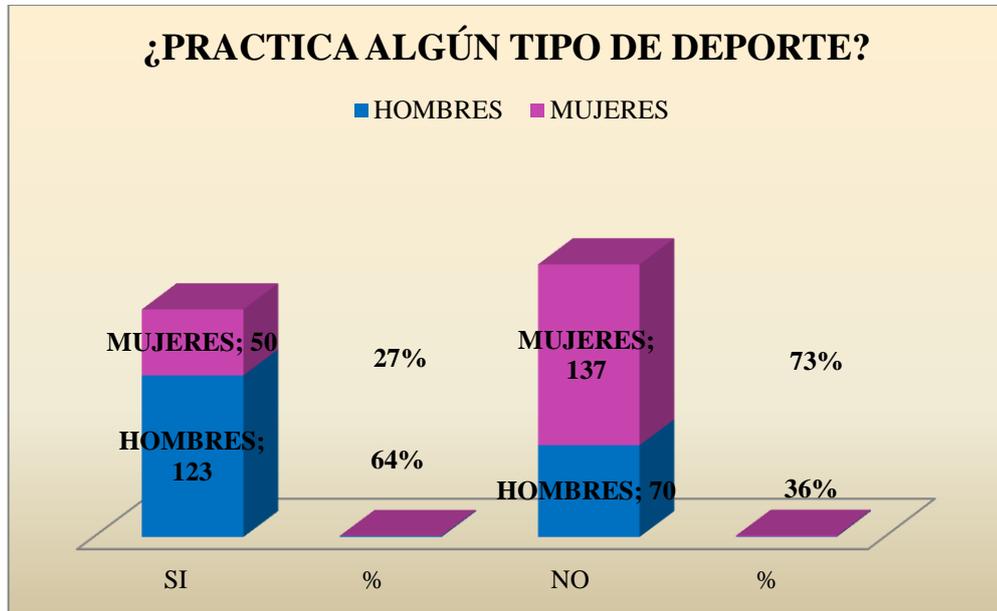
Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	HOMBRES	%	MUJERES	%
CAMINAR	69	36%	61	33%
TROTAR	72	37%	30	16%
AEROBICOS	0	0%	10	5%
BAILOTERAPIA	0	0%	45	24%
GIMNACIO	49	25%	39	21%
NINGUNA	3	2%	2	1%

ANÁLISIS: El 37% de los hombres suelen trotar y un 36% caminan, mientras que un 25% asisten al gimnasio, en las mujeres el 32% indicaron que suelen caminar 3 veces a la semana y el 24% van a los bailoterapias que realizan en las ciudadelas y al frente del municipio. Debido a esto se debe direccionar las bebidas a los transeúntes que realizan ejercicio en las mañanas y tardes en la av. Joffre Lima y en los gimnasios.

3. ¿PRACTICA ALGÚN TIPO DE DEPORTE?

GRÁFICO 4



Autor: El Investigador

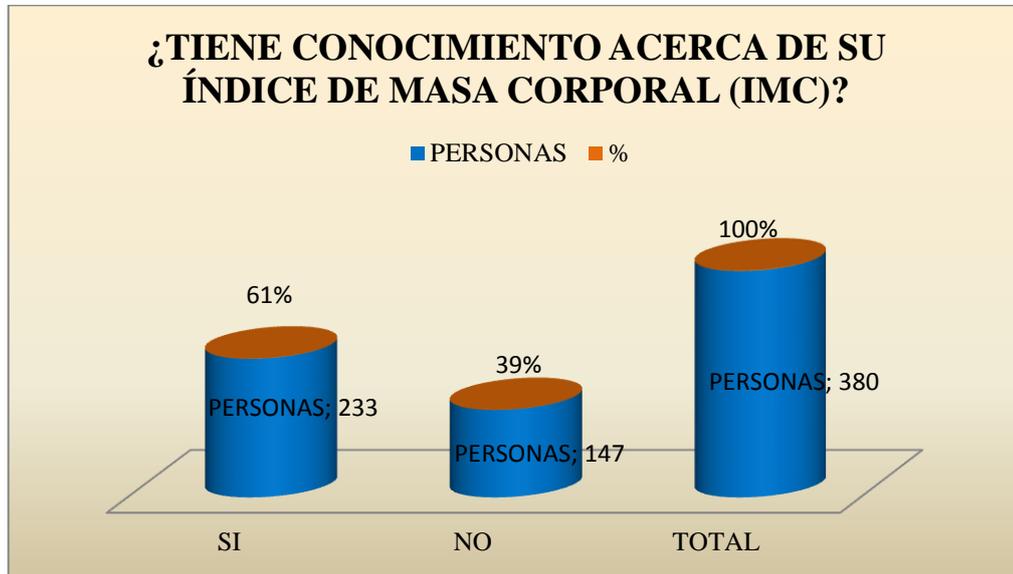
Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	SI	%	NO	%
HOMBRES	123	64%	70	36%
MUJERES	50	27%	137	73%

ANÁLISIS: El grupo de los hombres el 64% respondieron que si practican deporte y en el caso de las mujeres solo el 27% realizan deporte y un 73% no lo practican, direccionando la venta de las bebidas a lugares que realizan deportes (fútbol. vóley entre otros).

4. ¿TIENE CONOCIMIENTO ACERCA DE SU ÍNDICE DE MASA CORPORAL (IMC)?

GRÁFICO 5



Autor: El Investigador

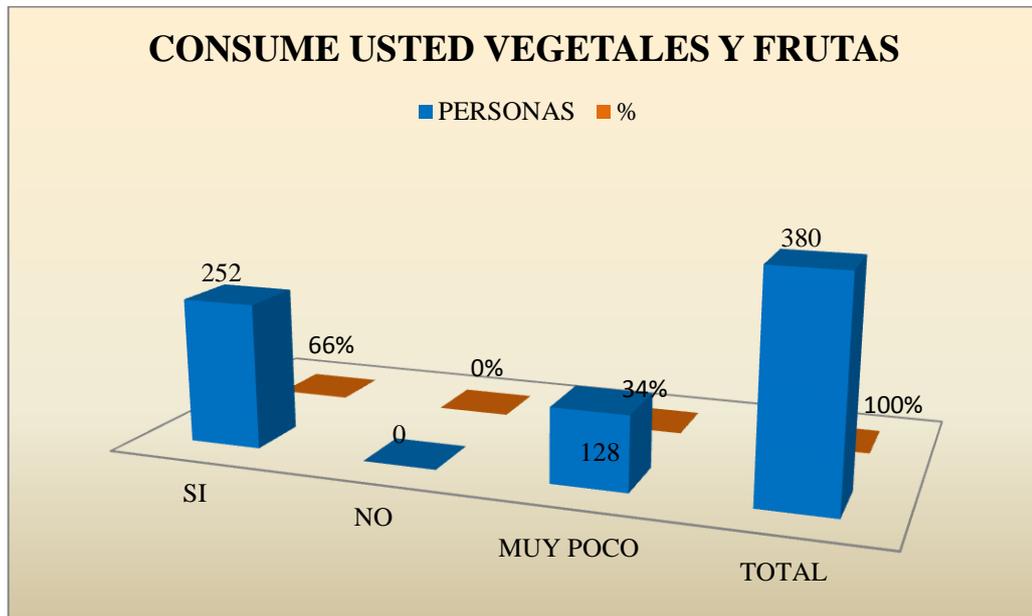
Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	PERSONAS	%
SI	233	61%
NO	147	39%
TOTAL	380	100%

ANÁLISIS: El 61% de las personas si conocen su indice de masa corporal, y el 39% no tiene conocimiento acerca de su peso, las personas que si conocen su peso son las que realizan más rutinas de ejercicio y empiezan a cuidar su salud.

5. ¿CONSUME USTED VEGETALES Y FRUTAS

GRÁFICO 6



Autor: El Investigador

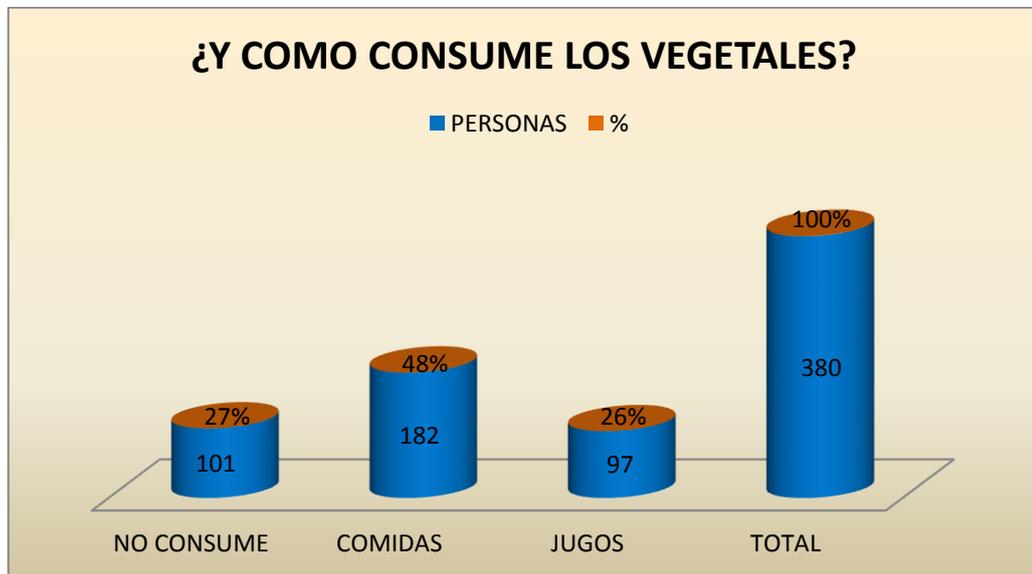
Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	PERSONAS	%
SI	252	66%
NO	0	0%
MUY POCO	128	34%
TOTAL	380	100%

ANÁLISIS: Del total de personas a encuestar el 66% si consumen vegetales y frutas y un 34% lo consumen muy poco, lo que representa que si adquirirían una bebida a base de vegetales, al reconocer su sabor y su consistencia y el color, habiendo la posibilidad de que consuman una bebida con vegetales y frutas siempre que exista más degustaciones e informar a la ciudadanía del producto.

6. ¿Y COMO CONSUME LOS VEGETALES?

GRÁFICO 7



Autor: El Investigador

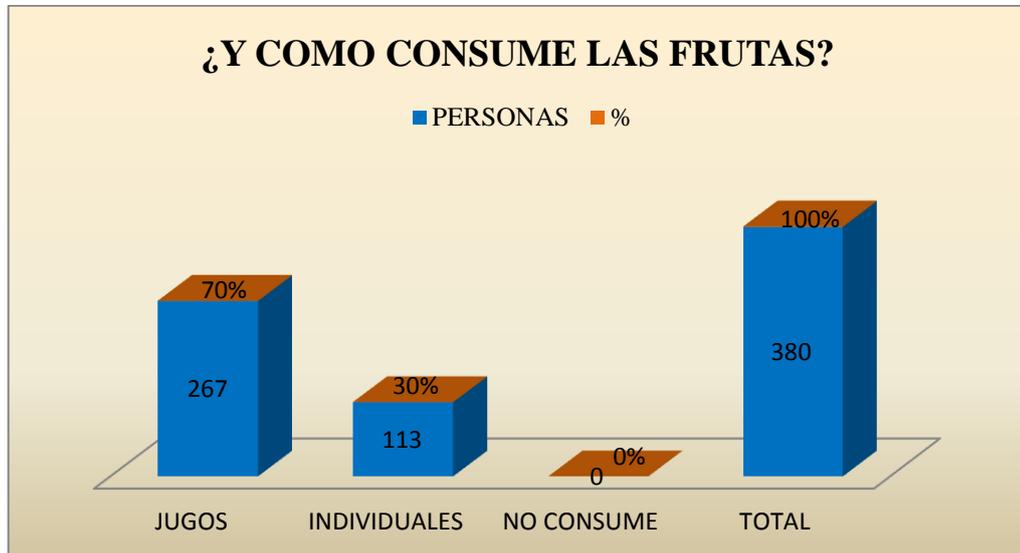
Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	PERSONAS	%
NO CONSUME	101	27%
COMIDAS	182	48%
JUGOS	97	26%
TOTAL	380	100%

ANÁLISIS: Las personas consumen más los vegetales en comidas con un 48% y 26% en jugos lo que representa que si existe un porcentaje de personas que no verían extraño el producto al producirla con vegetales, y un 27% no consumen vegetales lo cual no representa tanta diferencia con los jugos.

7. ¿Y COMO CONSUME LAS FRUTAS?

GRÁFICO 8



Autor: El Investigador

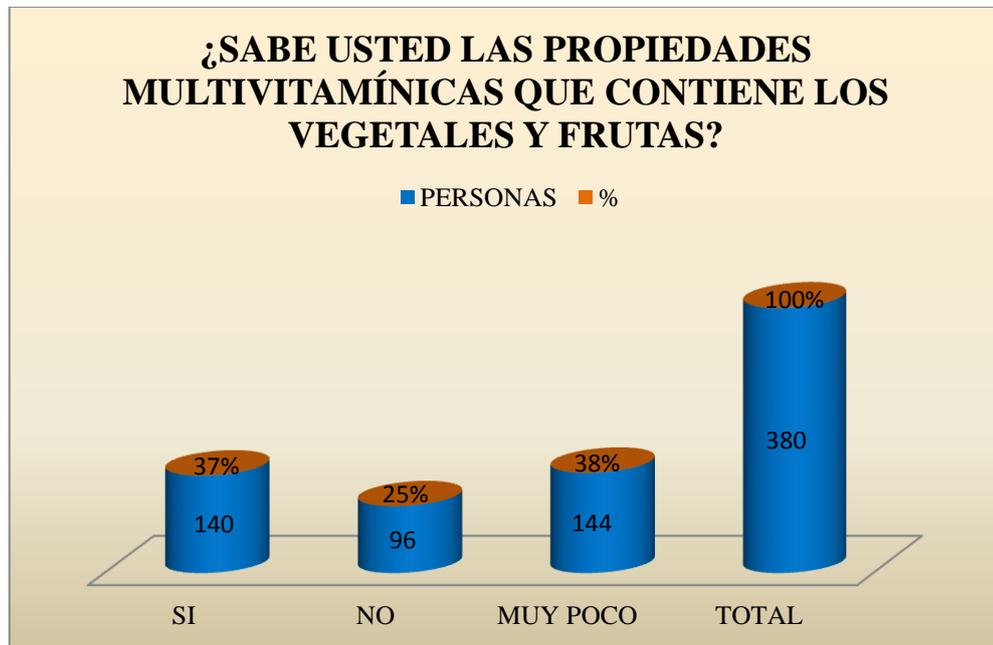
Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	PERSONAS	%
JUGOS	267	70%
INDIVIDUALES	113	30%
NO CONSUME	0	0%
TOTAL	380	100%

ANÁLISIS: El 70% de las personas encuestas consumen las frutas en jugos y un 30% también lo consumen de forma individual, esto representa que la bebida si será adquirida por la población.

8. ¿SABE USTED LAS PROPIEDADES MULTIVITAMÍNICAS QUE CONTIENE LOS VEGETALES Y FRUTAS?

GRÁFICO 9



Autor: El Investigador

Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	PERSONAS	%
SI	140	37%
NO	96	25%
MUY POCO	144	38%
TOTAL	380	100%

ANÁLISIS: El 37% dijeron que si han leído y escuchado los beneficios que contienen estos ingredientes y un 25% de las personas indicaron que no conocen las propiedades de los vegetales y frutas y un 38% conocen los beneficios muy poco pero si lo consumen, mediante este dato convendría en la etiqueta del producto contenga el porcentaje que representa en la nutrición de la persona

9. ¿LE AGRADARÍA CONSUMIR UNA BEBIDA NATURAL A BASE DE VEGETALES Y FRUTAS QUE PERMITA DESINTOXICAR EL ORGANISMO Y A LA VEZ QUEMAR GRASA CORPORAL?

GRÁFICO 10



Autor: El Investigador

Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	SI	%	NO	%
HOMBRES	189	98%	4	2%
MUJERES	186	99%	1	1%

ANÁLISIS: En el grupo de las mujeres el 99% que son 186 están dispuestas a adquirir una bebida natural para quemar grasa corporal, por ser una bebida que contiene múltiples beneficios y porque les permite adelgazar y llevar una vida más placentera, y 189 hombres lo adquirirían al producto porque están dispuestos a realizar más ejercicio y conjunto con la bebida tener resultados más rápidos.

10. ¿CON QUE FRECUENCIA CONSUME COMIDAS CON GRASAS SATURADAS COMO PAPAS FRITAS, HAMBURGUESAS, POSTRES, HELADOS Y GASEOSAS?

GRÁFICO 11



Autor: El Investigador

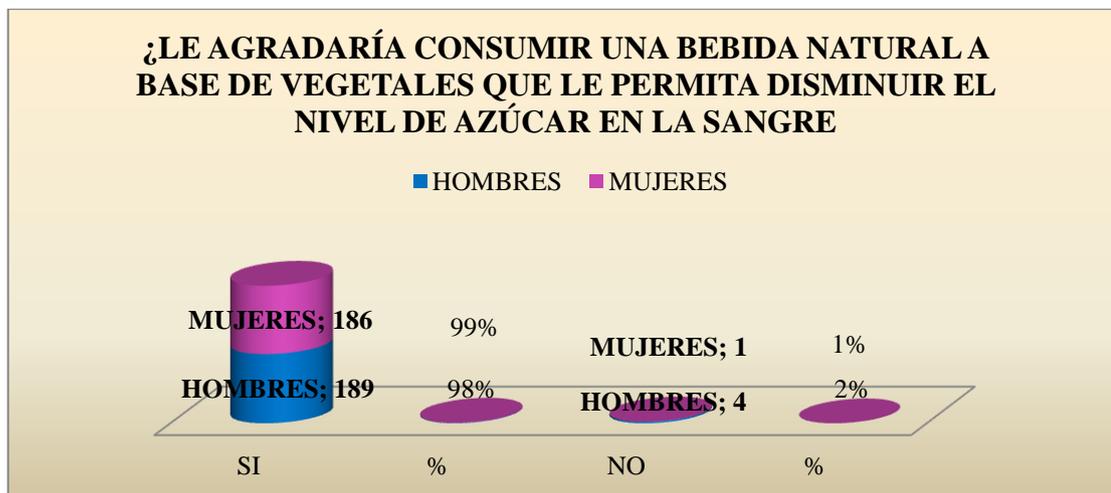
Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	PERSONAS	%
1 VEZ A LA SEMANA	99	26,05%
TODOS LOS DIAS	15	3,95%
POCAS VECES	262	68,95%
NUNCA	4	1,05%
TOTAL	380	100%

ANÁLISIS: El 68.95% de las personas encuestadas dijeron que pocas veces consumen comidas con grasas saturadas y helados y gaseosas, por su nivel alto de azúcar que tienen las bebidas y helados y un 26.05% consume 1 vez a la semana, las pocas veces que consumen es por ocasiones o por gustos, y no lo adquirirían por recetas médicas y para cuidar su forma de alimentarse y su salud.

11. ¿LE AGRADARÍA CONSUMIR UNA BEBIDA NATURAL A BASE DE VEGETALES QUE LE PERMITA DISMINUIR EL NIVEL DE AZÚCAR EN LA SANGRE EN LA SANGRE?

GRÁFICO 12



Autor: El Investigador

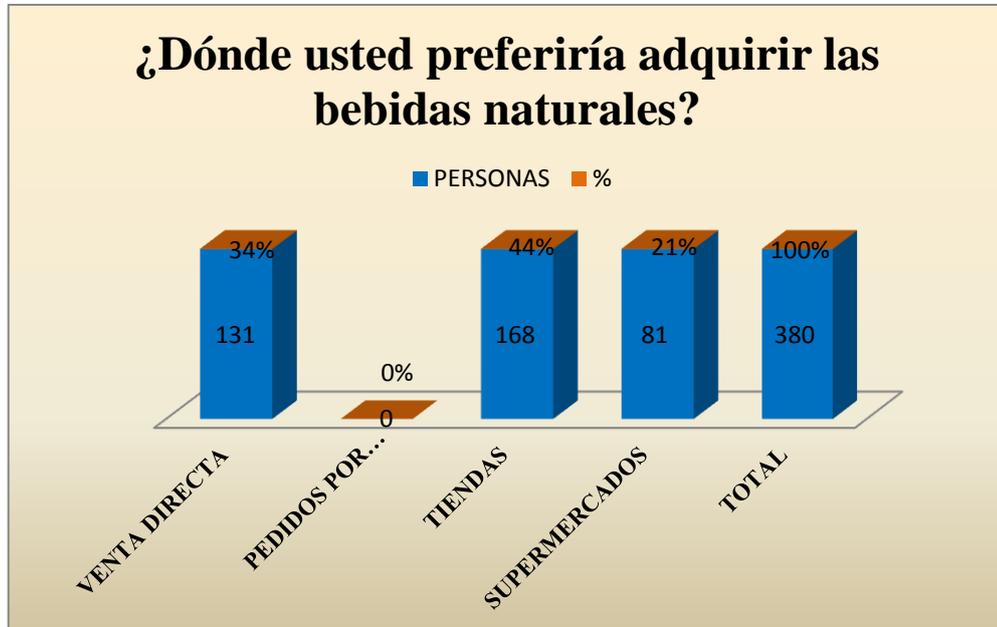
Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	SI	%	NO	%
HOMBRES	189	98%	4	2%
MUJERES	186	99%	1	1%

ANÁLISIS: Con un total de 375 entre hombres y mujeres indicaron que están dispuestas adquirir una bebida que disminuya el nivel de azúcar en la sangre, al momento de encuestar se preguntó el estado de su salud y si sufrían de diabetes o principios de esta y las personas que contestaron que sí, indicaron que están dispuestas a consumir la bebida, por motivos de salud y por no contener azúcar.

12. ¿DÓNDE USTED PREFERIRÍA ADQUIRIR LAS BEBIDAS NATURALES?

GRÁFICO 13



Autor: El Investigador

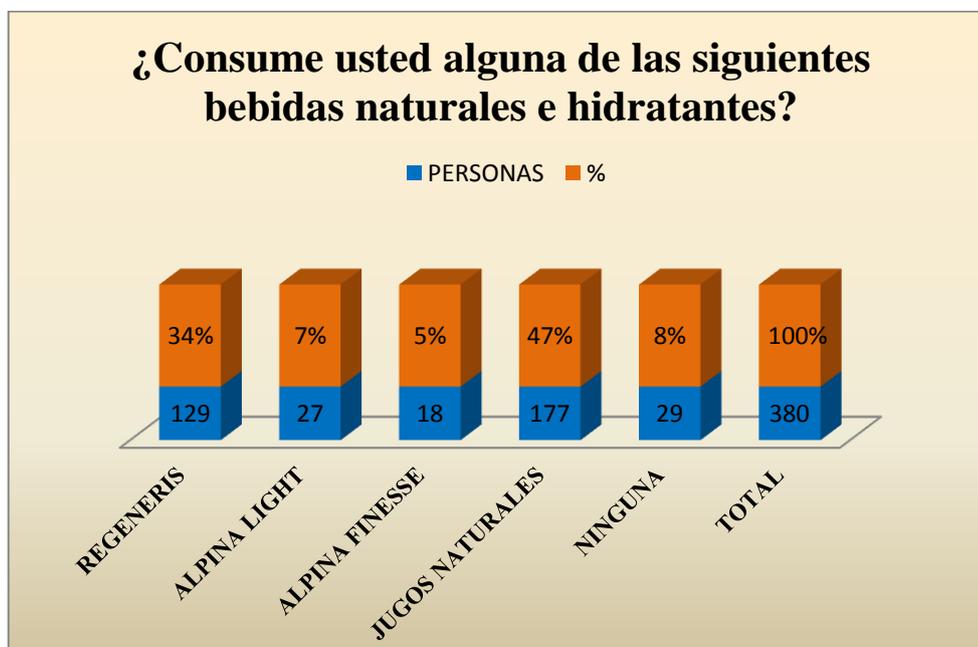
Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	PERSONAS	%
VENTA DIRECTA	131	34%
PEDIDOS POR INTERNET	0	0%
TIENDAS	168	44%
SUPERMERCADOS	81	21%
TOTAL	380	100%

ANÁLISIS: El lugar que más prefieren adquirir la bebida son las tiendas por ser más concurridos y estar más cercanos a su hogar con un total de 44% que representa a 168 personas, así como por venta directa, contactándose directamente con la propietaria para adquirir el producto en cantidades mayores, y supermercados con un 21%, el canal de comercialización para el producto será las tiendas para un mayor porcentaje en ventas.

13. ¿CONSUME USTED ALGUNA DE LAS SIGUIENTES BEBIDAS NATURALES Y ENERGIZANTES?

GRÁFICO 14



Autor: El Investigador

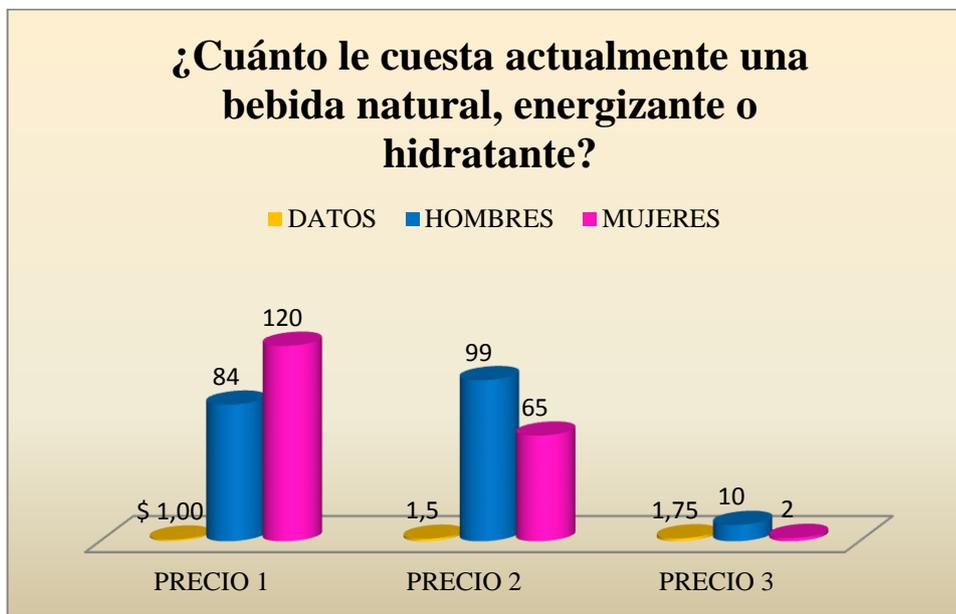
Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	PERSONAS	%
REGENERIS	129	34%
ALPINA LIGHT	27	7%
ALPINA FINESSE	18	5%
JUGOS NATURALES	177	47%
NINGUNA	29	8%
TOTAL	380	100%

ANÁLISIS: Las bebidas que más se consumen en cuanto a los beneficios de adelgazar es Regeneris con un 34%, y jugos naturales con 47%, las otras bebidas no tienen un consumo alto por no ser tan reconocidas en el mercado, existiendo la posibilidad de ingresar al mercado la bebida natural por tener ingredientes ya consumidos y por los beneficios que generan las dos bebidas.

14. ¿CUÁNTO LE CUESTA ACTUALMENTE UNA BEBIDA NATURAL, ENERGIZANTE O HIDRATANTE?

GRÁFICO 15



Autor: El Investigador

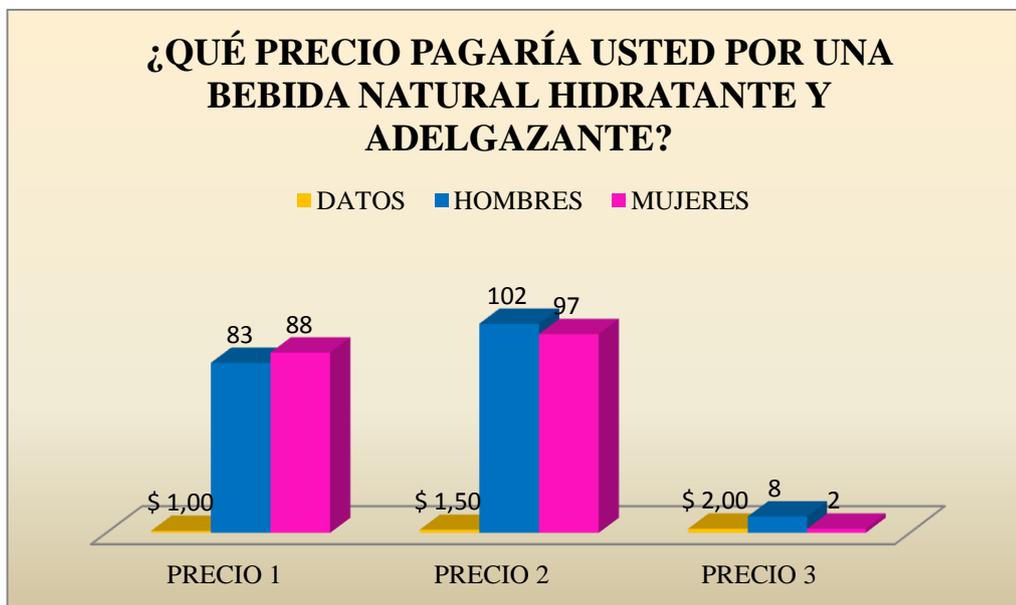
Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

	PRECIO 1	PRECIO 2	PRECIO 3
DATOS	\$ 1,00	1,5	1,75
HOMBRES	84	99	10
MUJERES	120	65	2

ANÁLISIS: El precio máximo a pagar por una bebida en los hombres es de \$ 1.50 que en total de los 193 hombres, 99 eligieron ese precio que pagan por una bebida y en las mujeres el valor es de \$1.00 USD por ser solo una bebida energizante e hidratante, el precio si se encuentra en los valores que se desea vender la bebida natural.

15. ¿QUÉ PRECIO PAGARÍA USTED POR UNA BEBIDA NATURAL HIDRATANTE Y ADELGAZANTE?

GRÁFICO 16



Autor: El Investigador

Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

	PRECIO 1	PRECIO 2	PRECIO 3
DATOS	\$ 1,00	\$ 1,50	\$ 2,00
HOMBRES	83	102	8
MUJERES	88	97	2

ANÁLISIS: En este caso las mujeres pagarían un poco más por la bebida a \$ 1.50 USD al indicarle los beneficios que esta bebida posee al cuerpo y porque les permite quemar grasa corporal lo que llama más la atención 97 mujeres, en el caso de los hombres no fue tanta la diferencia con el precio de las otras bebidas, dispuestos a pagar \$ 1.50 USD de un total de 102 hombres, lo cual es un valor que genera ingresos a la microempresa.

Para ingresar al mercado se debe llegar al consumidor, mediante un producto llamativo, diferente con propiedades multivitamínicas, realizando degustaciones para alcanzar más clientela, que permita crecer a la microempresa.

16. ¿TE GUSTARÍA QUE POR CADA 2 BEBIDAS ADQUIRIDAS DAR UN FOLLETO NUTRICIONAL EXPLICANDO EL CONSUMO Y LOS BENEFICIOS DE LOS INGREDIENTES A UTILIZAR?

GRÁFICO 17



Autor: El Investigador

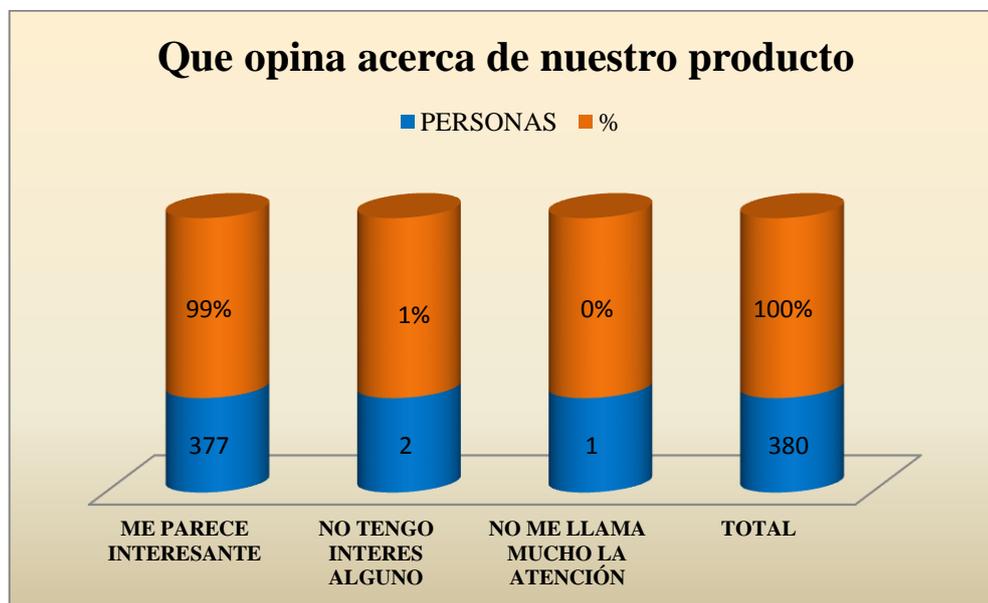
Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	PERSONAS	%
SI	380	100%
NO	0	0%

ANÁLISIS: Las 380 personas que son el 100% están de acuerdo en entregarles un folleto para que se enteren de los beneficios de cada ingrediente y la forma de consumir el producto cuanto tiempo y a qué hora para mejores resultados y para un mayor efecto recomendando realizar rutinas de ejercicio y alimentarse sanamente.

17. QUE OPINA ACERCA DE NUESTRO PRODUCTO

GRÁFICO 18



Autor: El Investigador

Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

DATOS	PERSONAS	%
ME PARECE INTERESANTE	377	99%
NO TENGO INTERES ALGUNO	2	1%
NO ME LLAMA MUCHO LA ATENCIÓN	1	0%
TOTAL	380	100%

ANÁLISIS: Del total de la población el 99% si les interesa el producto, al realizar las encuestas se realizó degustaciones del producto a determinadas personas y si les agrado la bebida, el 1% no tuvo interés alguno por no agradarle los vegetales y a 1 persona no le llamo mucho la atención el producto, recordando que no a todos se les ofreció la bebida para degustar.

Demostrando que las bebidas naturales si tienen acogida en el mercado y si están dispuestos a adquirir el producto, lo cual permiten llevar a marcha con este proyecto de bebidas.

1.4 DEMANDA

No existen datos históricos por ser una nueva microempresa en el mercado, la demanda se obtuvo de los datos, de las encuestas realizadas, se determina que para las bebidas naturales la población objetivo de 32.367, esto tomando en cuenta la aceptación del producto, de las 380 personas encuestadas el 99% que son 375 dispuestos a adquirir ambas bebidas, dando como resultado un mercado aproximado de 32.043 anual de personas están dispuestas a consumir el producto. Mediante el análisis de la demanda se conocerá la posible demanda insatisfecha que existe en el mercado y la empresa podría satisfacer con sus productos.

Proyección de demanda

CUADRO 4. Proyección de demanda

AÑO	t	$P(t)=P_0(1+i)^t$
2017	0	32043
2018	1	32524
2019	2	33507
2020	3	35037
2021	4	37187
2022	5	40061

Autor: El Investigador

Fuente: Encuestas realizada habitantes de la ciudad de Santa Rosa

Dónde:

P (t): Población para un año

P₀: Población inicial (375)

t: tiempo (5 años)

i: Tasa de crecimiento en Santa Rosa de 1.50%

Proceso: Demanda inicial 32043

Año 2017= 1 tiempo $\times (1+0.015)^3$ 32043 demanda inicial =32524

El mismo proceso con los demás años.

1.5 OFERTA

Mediante la investigación realizada por medio de las encuestas se apreció que el consumo de otras bebidas afines, que en si forman parte de la competencia indirecta de Natural Drink si han logrado llegar a consumidor con los beneficios que brindan estos productos y permanecer en el mercado. Las bebidas más consumibles se las desarrolla a continuación:

CUADRO 5.Oferta de productos afines

PRODUCTOS	AÑO	CONSUMIDORES
Regeneris	2016	129
Jugos naturales	2016	177
Alpina light	2016	27
Alpina finesse	2016	18
TOTAL		351

Autor: El Investigador

Fuente: Encuesta realizada habitantes de la ciudad de Santa Rosa

Al observar el grafico demuestra que 351 personas consumen productos afines a las bebidas naturales.

Proyección de oferta.

CUADRO 6.Proyección de oferta

AÑO	t	$P(t)=Po(1+i)^t$
2016	0	351
2017	1	356
2018	2	367
2019	3	384
2020	4	407
2021	5	439

Autor: El Investigador

Fuente: Encuesta realizada habitantes de la ciudad de Santa Rosa

Proceso: Oferta inicial =351

Año 2017= 1tiempo $\cdot (1+0.015)^1 \cdot 351$ demanda inicial =356

El mismo proceso con los demás años

1.5 DEMANDA INSATISFECHA

Para conocer la demanda insatisfecha se debe realizar una resta de la demanda y la oferta. Formula. (2)

Dónde:

DI: Demanda insatisfecha

D: Demanda existente

DI: D - O

O: Oferta existente

CUADRO 7. Proyección de demanda insatisfecha

AÑO	TIEMPO	DEMANDA (NUMERO DE CONSUMIDORES)	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	0	32043	351	31.692
2018	1	32524	356	32.168
2019	2	33507	367	33.140
2020	3	35037	384	34.653
2021	4	37187	407	36.780
2022	5	40061	439	39.622

Autor: El Investigador

Fuente: Encuestas realizadas habitantes de la ciudad de Santa Rosa

Se observa una alta demanda insatisfecha por parte de la competencia indirecta de productos afines a las bebidas naturales referente a cada año, asegurando que el emprendimiento es viable desde la perspectiva del mercado proyectado.

1.6 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Producción 100% orgánica • Ser la primera microempresa en ofrecer este producto en el mercado • Infraestructura propia • Fácil acceso de los ingredientes a utilizar para las bebidas 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la demanda de productos naturales • No existe competencia de este tipo de productos naturales • No hay empresas que elaboren bebidas combinadas con vegetales y frutas como alternativa de alimento saludable • Ofrecer beneficios con la bebida para la salud y bajar de peso. • El índice de sobrepeso, obesidad y enfermedades como la diabetes en la ciudad de Santa Rosa para ofrecer el producto.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Natural Drink es una marca desconocida en el mercado de bebidas • Falta de capital al inicio de las actividades • Al ser un producto nuevo puede existir indecisión al adquirirlo 	<ul style="list-style-type: none"> • Resistencia al cambio en bebidas sin azúcar. • Continuo aumento de costos (salarios, servicios, etc.) • Condiciones climáticas desfavorables • Surgimiento de nuevos productos al mercado

Autor: El investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

1.7 ANÁLISIS COMPETITIVO

Competencia directa.

Mediante investigaciones realizadas para saber si el producto de Natural Drink tiene competencia directa el resultado es negativo, no hay productos iguales a la bebida natural que se elabora y comercializa en la ciudad de Santa Rosa.

Competencia indirecta.

En la actualidad se ha ido incrementando en el mercado las bebidas sean té, bebidas hidratantes o energizantes, yogurt y puestos de jugos de frutas, por tal motivo se determina la competencia indirecta para la bebida Natural Drink las siguientes y más relevantes:

CUADRO 8. Competencia Indirecta

Competencia indirecta		
BEBIDAS	NOMBRES O MARCAS	IMAGEN
Bebidas	Regeneris	
	Alpina light	
	Alpina finesse	
jugos	Jugos naturales	

Autor: El investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

2. CAPÍTULO II. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento menciona Garcia, Gracia, & Dias (2015) consiste en la creación de algo, sea innovador o un valor agregado a un producto ya existente en la sociedad, el individuo genera ideas de negocios, seleccionando la mejor idea, el emprendedor al dar marcha a la empresa tiene la posibilidad de generar fuentes de trabajo y contar con su propio ingreso, pero a la vez este debe asumir valores económicos altos que se necesita para el proyecto y en un periodo determinado este se convierta en ganancias.

cada bebida que se proyectara al mercado contiene elementos diferentes que se detalla a continuación:

Bebida adelgazante : esta bebida permitirá quemar grasa corporal siempre que se dé una rutina de ejercicios y una dieta equilibrada para un mejor efecto, lo que le permitirá quemar grasa es la materia prima a utilizar, los vegetales que contiene esa bebida permite deshacerse del exceso de agua que conlleva la retención de líquido, y a quemar calorías. Materia prima a utilizar: apio, espinaca, perejil, pepino, limón y manzana.

Bebida para diabéticos: la bebida para diabéticos permite ser ingerida por personas que deseen cuidar su salud y no ingerir azúcares a su alimentación y más para personas diabéticas que se limitan a tomar bebidas por su alto contenido en azúcar y por no ser recomendable por su salud, la materia prima que contiene este producto es baja en calorías y se compone de vegetales que ayudan a la producción de insulina que necesita el cuerpo. Materia prima a utilizar: apio, espinaca, zanahoria y manzana.

Las acciones que se efectuará en los primeros meses en el desarrollo del proyecto se detallaran la forma de cómo se dará a conocer el producto.

- La microempresa de Natural Drink está ubicada en la ciudad de Santa Rosa en la residencia de la iniciadora del proyecto, un lugar que tiene la comodidad necesaria para elaborar el producto y por estar en una zona que se encuentra cerca de los gimnasios.
- El sistema de promoción y descuentos se realizara después de 1 año con clientes potenciales y también dependiendo de las personas que consuman el producto.

- La publicidad se realizaría por medio de volantes, redes sociales.
- El precio de cada producto será de \$1,50

2.1.1 REGISTRO SANITARIO

El registro sanitario permite garantizar que el producto sea aceptado para el consumo de la sociedad, según la Cámara de Industrias indica que personas naturales y jurídicas están obligadas a obtener el registro sanitario, el registro sanitario es solicitado por el propietario del producto y saldrá a nombre del propietario.

Bebidas no alcohólicas

TABLA 2.INEN³

NTE INEN 2337:	Jugos, pulpas, concentrados, néctares, bebidas de frutas y vegetales.
---------------------------	---

Autor: El investigador

Fuente: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.

Instituto Ecuatoriano De Normalización

Jugos, pulpa, concentrados, néctares, bebidas de frutas y vegetales. Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2337. Esta norma es aplicable a productos procesados que son de consumo directo, el jugo de la fruta debe ser extraído bajo medios sanitarios y permite tener más aditivos hacia el producto terminado. Esta norma permite que el producto de bebidas naturales pueda ser consumido por la población de El Oro debido a que pasara por pruebas rigurosas para implementarse (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2009). (Anexo 3)

³ (Agencia Nacional de Regulación, 2014)

2.1.2 RAZÓN SOCIAL

Natural Drink es la razón social que se le asignara a la microempresa que se encargara de la elaboración y comercialización de bebidas naturales a base de vegetales y frutas que implique un crecimiento comercial en la ciudad de Santa Rosa contribuyendo al cuidado de la salud de la persona. La microempresa llevara el nombre de la empresa en el logotipo de la presentación del producto, lo que permitirá reconocer más a la fabricadora de las bebidas mediante las publicidades que se realicen.

IMAGEN 2.Marca y Logotipo de la microempresa



Autor: El investigador

Fuente: Trabajo de investigación de bebidas naturales

2.1.3 ESTRUCTURA LEGAL (PERSONA NATURAL)

Para la constitución de la microempresa de Natural Drink se lo efectuara como Persona Natural bajo Registro Único de contribuyentes (RUC) asumiendo todas las responsabilidades que se desarrollen en el negocio, se operara con capital propio se tiene obligaciones de patrimonio, bienes que se requiere y deudas si es que se presentan, toda persona natural debe llevar una cuenta de ingresos y egresos para tener constancia a la hora de pagar los impuestos.

2.1.4 CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA⁴

1. Ir al servicio de rentas internas con los documentos pertinentes
2. Se debe inscribir al RUC (Registro Único de contribuyentes)

Requisitos

- Original y copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación
- Original y copia de la planilla de luz, agua
- Entregar copia de documento indicando la dirección del domicilio

⁴ (Servicio de Rentas Internas, 2015)

2.1.5 PERMISOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA⁵

- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos
- Permiso de salud se debe realizar un informe para la inspección que la realiza la Dirección provincial de salud.
- Obtención del registro sanitario mediante las subsecretarías del ministerio de Salud pública.
- Registrar el nombre comercial, marca y logo en (IEPI) Instituto de Propiedad Intelectual.

2.1.6 SISTEMA DE REMUNERACIONES

De acuerdo al artículo 42. Del código de trabajo especifica que el empleado debe estar en un ambiente de trabajo adecuado, que exista seguridad e higiene en la tarea a realizar y cumplir con los aspectos legales y reglamentarios que le corresponde al empleador

De acuerdo al a disposiciones del código de trabajo la remuneración será de forma legal y el sueldo que recibirá será por 4 horas laborales (medio tiempo) y es de \$ 235.73 USD para el jefe de producción y el vendedor recibirá el mismo valor. Para el administrador el sueldo será el mismo, recalcando que hasta que el producto tenga una acogida en el mercado y exista más demanda de este los valores vayan aumentando.

CUADRO 9.Rol de pagos

ROL DE PAGOS					
NÓMINA 2016					
CARGO	SALARIO UNIFICADO	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	IESS	TOTAL A PAGAR
GERENTE GENERAL	235,73	19,64	19,64	28,64	303,66
JEFE DE PRODUCCIÓN	235,73	19,64	19,64	28,64	303,66
VENDEDOR	235,73	19,64	19,64	28,64	303,66
TOTAL					910,98

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

⁵ (Cuida tu futuro, s.f)

2.2 FUNDAMENTACIÓN GERENCIAL DEL EMPRENDIMIENTO

Según nos menciona Robbins & Coilter (2005) la administración permite coordinar mejor las tareas, las funciones a desempeñar de forma más eficiente y eficaz, dirigir el trabajo de otros es lo que distingue a un administrador, pero este a la vez debe saber administrar bien el negocio de forma eficiente tener mejores resultados pero con poca inversión y eficaz haciendo las cosas correctas que permite alcanzar sus objetivos.

Los esfuerzos que se realiza para llevar una buena administración se basa también en la forma de administrar y el poder de emprender para tener éxito en el negocio como nos indica Longenecker, Petty, Palich, & Hoy (2012) para lograr que el proyecto se lleve a cabo se debe tener mentalidad ganadora y positiva e circunstancias devastadoras, llevar a cabo una microempresa permite dar la oportunidad a otros personas a ejercer empleo y nuevas oportunidades de crecimiento al propietario creando valor al producto siendo tan atractivo en el mercado que el cliente esté dispuesto a adquirir el producto sin importar el precio a pagar.

El emprendimiento según Marulanda, Montoya, & Velez (2014) se clasifica por emprendimiento de oportunidad y necesidad, el de oportunidad se realizan por personas que ve una oportunidad en el mercado como una de varias opciones y el de necesidad lo realizan personas que no hallan otra manera de subsistir y por el miedo al fracaso ignoran más oportunidades que se les pueden presentar en su emprendimiento y no la llevan a cabo.

Según nos menciona García-García (2015) el emprendimiento juvenil no se debe tomar como un punto de vista indiferente solo porque se caracterizan por ser iniciativas autónomas, más bien se deben determinar cómo proactivos ya que ven oportunidades en el mercado, generando productos o servicios que satisfagan las necesidades de las personas y las tienden a aprovechar así se integran en la colectividad. Las microempresas desarrollan una oportunidad estratégica para el incremento de la economía mejorando la competitividad del país, reduciendo la pobreza permitiendo generar fuentes de empleo e ingreso mejorando las condiciones de las personas, haciéndolos participes en el mercado nacional e internacional mediante el apoyo de entidades públicos y gobierno autónomo según lo menciona el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y competitividad.

2.2.1 POLÍTICAS DE LA EMPRESA

Los administradores deben regirse de políticas según Londoño Correa (2015) para que la empresa cumpla con estándares de responsabilidad y compromiso en acciones de marco legal y reglas en las áreas de trabajo, las políticas de Natural Drink se detallara a continuación.

- Asegurar la calidad de los productos, produciendo con insumos frescos y maquinaria en buen estado y conocer si se está satisfaciendo las necesidades de la población.
- Es indispensable utilizar (mandil, gorra, guantes) al momento de la producción.
- Las llamadas que se realizaran a la microempresa debe de contestarse: Natural Drink buenos días o buenas tardes.
- Ser puntual en el trabajo
- Al culminar el trabajo, dejar todo en orden y las maquinarias limpias.

2.2.2 METAS DE LA EMPRESA

- Posicionarse en la mente del consumidor mediante, redes sociales, degustaciones semestrales en puntos focales, radio en un tiempo de 1 año.
- Recuperar la inversión al cuarto año de funcionamiento de microempresa mediante estrategias precisas.
- Generar rentabilidad en la empresa incrementando las ventas de las bebidas naturales.

2.2.3 MISIÓN, VISIÓN

MISIÓN

Somos una empresa dedica a elaborar y comercializar bebidas naturales de vegetales y frutas en la ciudad de Santa Rosa que permita satisfacer las necesidades de los clientes, mejorando su salud.

VISIÓN

Ser reconocido al cabo de 3 años como la primera microempresa dedica a realizar bebidas naturales que contenga vegetales y frutas a nivel cantonal brindando un producto saludable a nuestros clientes.

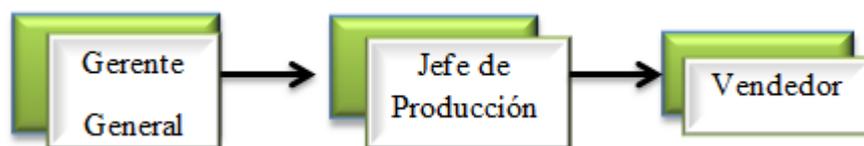
2.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

La estructura organizacional permite que exista mayor organización en las empresas para un mejor desarrollo, mejor aprovechamiento de recursos, la tecnología a utilizar y conocer las distintas tareas y funciones de los departamentos. Según Morales Sánchez & Amaro Rosales (2014) menciona que todo negocio sea pequeño o empresas tradicionales debe tener una estructura organizacional definida, dependiendo de que lo vayan a realizar.

2.3.1 ORGANIGRAMA

El organigrama permitirá conocer como está formada internamente la empresa y se va a representar de forma horizontal como nos menciona Escudero (2011) que los empleados son de igual de importante en la microempresa tomando en cuenta su opinión y su labor recalcando que cada uno tiene ya sus responsabilidades en el cargo a desempeñar.

IMAGEN 3. Organigrama



Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

La microempresa se va a emprender con una estructura sencilla estará compuesta por dos departamentos mencionados anteriormente en el organigrama que es gerencial y de producción, la parte gerencial se la va a supervisar de forma directa y también servirá como departamento de ventas, además de que se encargara de elaborar junto con los de producción, teniendo en cuenta que a medida que progrese existe la posibilidad que se valla modificando y se adapte a los cambios que exista en el mercado. (Ver anexo 4 Manual de funciones)

2.3.2 MANUAL DE PROCESO DE PRODUCCIÓN

Proceso de producción

Recepción de materia prima: se va a llevar un control de la calidad y peso de los vegetales y frutas para pasar el control de calidad sin inconveniencias para iniciar con la preparación. En cuanto al agua esta será llevada a la purificadora con ósmosis inversa de 6000 litros. Para su respectivo proceso.

Selección de los vegetales y frutas: se seleccionará los vegetales y frutas que estén en buen estado, en caso de los vegetales que sus hojas estén bien verdes y frescas y frutas no tenga ningún tipo de daño, con el propósito de que no contamine a los insumos, que consten en buen estado y que estén aptos para la elaboración.

Mezcla: los ingredientes a utilizar se los ingresara a la licuadora industrial y en el extractor de jugos industrial para el respectivo procedimiento, mezclando las cantidades necesarias para la cantidad de bebidas que se comercializara.

Filtro: una vez mesclado los ingredientes se los lleva a la maquina llenadora de líquidos que también tiene parte filtradora para que quede libre de sedimentos de los vegetales y frutas, una vez ingresada la mezcla se calcula el agua a utilizar.

Inspección del líquido: se procede a verificar que el líquido de la bebida este libre e impurezas y todo este mezclado correctamente.

Envasado: una vez inspeccionado se colocara los envases en orden para que la maquina expendia el líquido al envase plástico, regulando la cantidad necesaria para cada envase y se las tapara.

Etiquetado: será de forma manual.

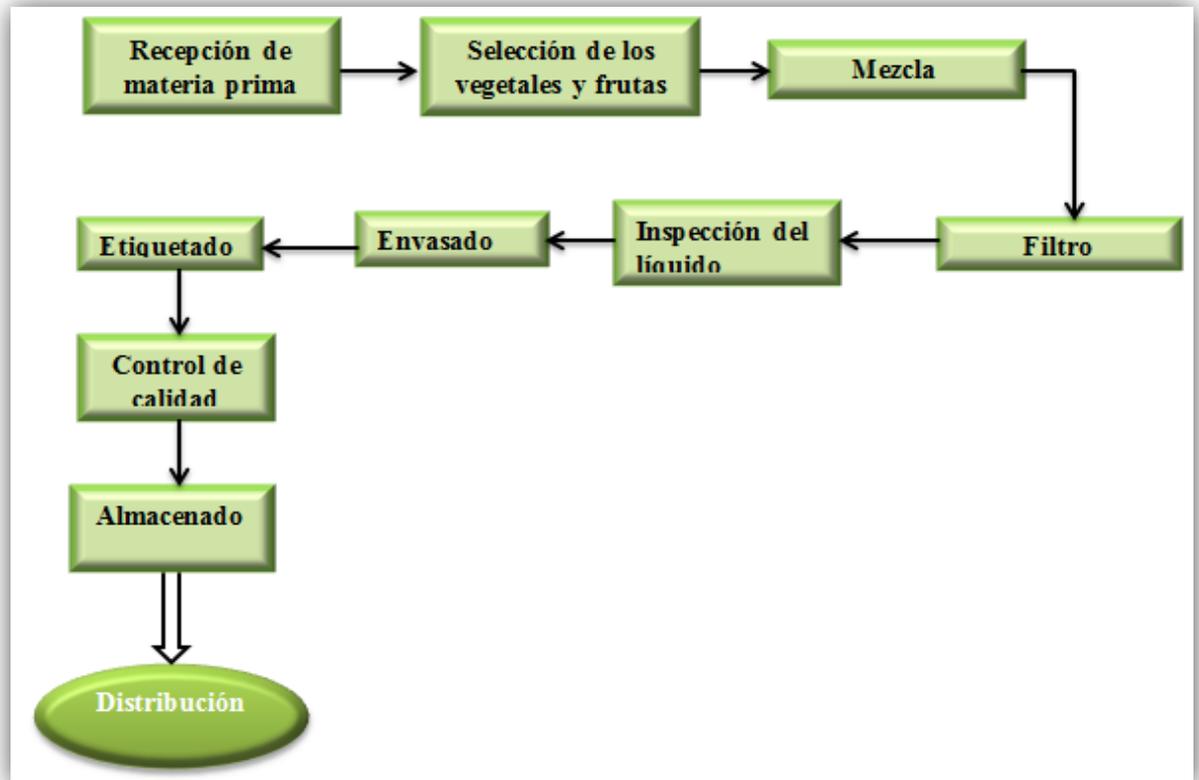
Control de calidad: se realizara el respectivo control del producto para que este adecuada para el consumidor.

Almacenado: Se almacenara en un lugar fresco para la conservación de las bebidas, el tiempo de almacenaje será por horas.

Distribución: Se distribuirá el producto una vez terminado a las distintas tiendas de la ciudad de Santa Rosa.

2.3.3 FLUJOGRAMA DE OPERACIONES

IMAGEN 4. Flujoograma de operaciones de Natural Drink



Autor: El investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

3. CAPITULO III. MODELO DE NEGOCIO

3.1 SEGMENTO DEL MERCADO

La segmentación de mercado permite conocer las personas que posean las características principales dentro del mercado de Santa Rosa, permitiendo saber cuáles son los clientes que están dispuestos a adquirir el producto y así obtener mejores resultados en la microempresa. (Ayala & Herrera, 2011)

Segmentación geográfica

El presente proyecto toma como objetivo geográfico a la región Costa, provincia de El Oro en la ciudad de Santa Rosa, con una población de 32.367 habitantes mujeres y hombres.

Para realizar el proyecto se escogió la ciudad de Santa Rosa, porque se ha presenciado un volumen alto de sobrepeso y obesidad, por la cual han optado por mejorar su salud realizando caminatas diarias y acudir a gimnasios así como han formado más espacios para realizar bailoterapias y aeróbicos, mediante las encuestas realizadas y las entrevistas los habitantes están dispuestas a consumir el producto para obtener resultados más rápido, así mismo la bebida para diabéticos las personas están dispuestos a consumir.

Segmentación demográfica

El producto está dirigido a:

Género: Masculino y Femenino

Edad: De 15 a 44 años

Ocupación: Estudiantes, profesional, residentes

Segmentación psicológica

Clase social: Media, media alta, alta

Personas que están conscientes del perjuicio que ocasiona al no alimentarse bien ocasionando el sobrepeso y enfermedades crónicas, así como personas que deseen cuidar su salud y su cuerpo y estén dispuestos a consumir la bebida natural

Segmentación por comportamiento

Beneficios esperados: Hidratación y nutrición

Para personas que deseen hidratarse mediante las bebidas y que al ser consumido en cantidades altas, no tienen perjuicios en la salud.

3.1.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR

Las bebidas naturales están dirigidas a personas con sobrepeso y obesidad y personas que padecen diabetes, entre 15 y 44 años de la ciudad de Santa Rosa, para ambos géneros masculino y femenino, así como para personas que deseen cuidar su salud y cuerpo e hidratarse al mismo tiempo.

3.2 PRODUCTOS Y SERVICIOS COMO PROPUESTA DE VALOR

PRODUCTOS

IMAGEN 5. Prototipo de productos



Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

El producto que se elaborara a base de vegetales y frutas, tendrá un nombre que represente los propósitos que tienen cada bebida. Mediante el estudio de mercado que se

realizó mediante encuestas para conocer si el producto es rentable en el mercado, dio como resultados un porcentaje de 99% en las bebidas para quemar grasa corporal y para diabéticos, de tal forma el envase será transparente para que refleje la consistencia natural de las bebidas que tendrá un color verde y naranja natural. (Anexo 5 Etiqueta)

El nombre de las bebidas que se les asignó es de “Natural Drink”, el motivo de ese nombre, es por ser bebidas 100% orgánicas y por estar compuestas por vegetales que le dan esa consistencia de ser natural, posterior a eso seguirán las palabras “Una alternativa saludable”, que demostrara al consumidor una forma de alimentarse por medio de una bebida con la respectiva información nutricional correspondiente a cada producto. (Anexo 6)

SERVICIOS

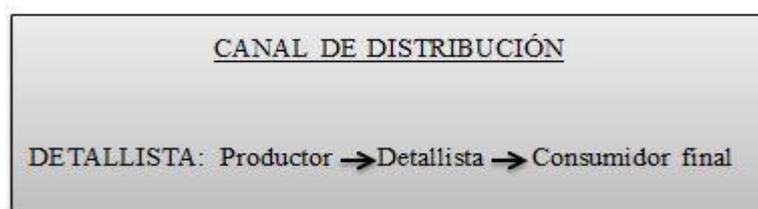
La propuesta de valor permite conocer las ventajas del producto al consumirlo y la experiencia agradable que posee la bebida.

- Son bebidas saludables e hidratantes, con ingredientes diferentes a otro tipo de bebida, permitiendo al consumidor alimentarse sanamente, no consumir azúcar y quemar grasa corporal con una bebida al día.
- Se ofrecerá un folleto nutricional que detalle la forma de consumirlo (días de consumo, cantidades) y los beneficios que poseen los ingredientes de cada bebida.
- Ofrecer una buena relación con el cliente para que obtenga las bebidas en el lugar acordado y en un tiempo preciso.

3.3 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Mediante el estudio de mercado realizado se determinó el canal de comercialización de las bebidas naturales hacia el mercado.

IMAGEN 6. Canal de distribución de microempresa Natural Drink



Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

El tipo de canal de distribución que la microempresa Natural Drink utilizara es detallista, se distribuirá a las tiendas del barrio y las que se encuentran en la parte céntrica de Santa Rosa, gimnasios como Be Fit Gym, Japan Gym, White Gym, donde practican deporte canchas de futbol o vóley y otros.

El consumidor final serán las personas que adquieran el producto, y que están dispuestas a llevar una vida más saludable, así como a adelgazar de forma efectiva, las que practican deporte y sin importar su género o lugar de domicilio.

Es importante contactarse con los encargados de las ferias o fiestas que realizan en la ciudad, para promocionar el producto y que más personas lo conozcan y puedan ser comprados y así ir logrando posicionarse más en el mercado.

Servicios: Además un canal de difusión importante son las redes sociales que contenga información del producto y los beneficios que poseen.

3.4 RELACIONES CON LOS CLIENTES

3.4.1 POLÍTICAS DE VENTA

- Los descuentos que se confiere a las tiendas serán mediante cálculos con referencia al volumen que adquieran los clientes y su margen de ganancia.
- La entrega a las afueras de la ciudad, en barrios más lejanos, será en el tiempo o contactos con los propietarios que se genere.
- El horario de atención es de 8:00 a 16:00 horas. de lunes a viernes
- El vendedor de Natural Drink, no está autorizado en realizar algún tipo de pedido que no sea acorde a lo descrito y sin la autorización expresa de Natural Drink.

Precios

- El precio de los productos se expresa en dólares
- Si se realiza publicidades por la empresa en cuanto al precio del producto, sea por montos de compra o descuentos serán respetados por Natural Drink.

Disponibilidad

- La empresa Natural Drink tendrá a disposición las cantidades que requieran para su comercialización, en caso de que no se disponga del total de los productos se contactara con las tiendas para mayor información.

Pago:

- El pago será en dos pagos el 50% de entrega y 50% después de 5 días, se entregan los productos y se efectuara la respectiva factura.
- Si se realiza por medio de venta directa, la disposición de pago será inmediato.

3.4.2 POLÍTICAS DE ENVIÓ

- Al momento de recepción de los productos se le dará un comprobante especificado las cantidad, el total a pagar y el estado del producto, una vez verificado deberá firmar aceptando favorablemente el producto.

Proveedores de materia prima

La materia prima de la microempresa es los vegetales y las frutas, y los principales proveedores se los encuentra en el mercado tipo centro comercial de la ciudad de Santa Rosa, al ofrecer productos de calidad, buen estado y fácil acceso.

La materia prima no dependerá de un solo proveedor, en caso de no disponibilidad de los insumos. Deberán cumplir con las siguientes características:

- Precio
- Calidad de vegetales y frutas
- Tiempo de entrega
- Responsabilidad

La empresa Natural Drink para elegir a sus proveedores evaluara si cumple regulatoriamente con las obligaciones legislativas, laboral y no dañe el medio ambiente.

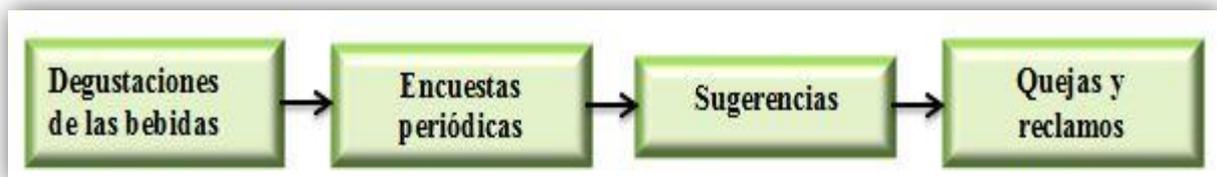
- Se seleccionara debidamente a los posibles proveedores
- Se negociara descuentos, precios y las formas de pago

3.4.3 POLÍTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE

Permiten a la empresa ofrecer un servicio con calidez y efectividad para construir relaciones favorables con los clientes, ofreciendo los productos en el tiempo y lugar pactado.

- El vendedor debe tener el carisma y la paciencia que se requiere para incentivar la compra de los productos.
- Las bebidas son 100% orgánicas lo cual no implican a reacciones alérgicas o enfermedades al consumidor.
- Se ofrecerá un folleto nutricional sobre la información de cada bebida y su consumo por la compra de dos productos del mismo sabor con un valor de \$ 2.49ctvs.
- Brindar información de nuevos productos que se proyecten al mercado.

IMAGEN 7. Políticas de Servicio al Cliente



Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Las políticas de servicio al cliente permite conservar la fidelidad de los consumidores potenciales, satisfaciendo sus necesidades, considerándola como la mejor estrategia para la microempresa.

3.4.4 ESTRATEGIAS DE VENTA

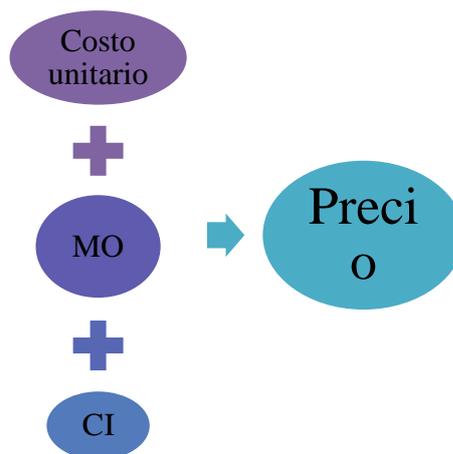
- Estar al tanto de las nuevas necesidades del cliente y sugerencias que mejoren el producto.
- Se va a ofrecer productos de calidad y precios accesibles al cliente.
- Las bebidas naturales tendrán beneficios permanentes en el cuerpo, permitiendo cuidar su salud y asegurándole una vida más placentera.
- Se realizaran degustaciones semestralmente para promover la existencia de los productos en lugares cercanos donde realicen deportes y actividades físicas.

- Se tendrá una página social para sugerencias o información que requiera el cliente.
- Se realizarán estrategias de promoción y publicidad (radial y redes sociales)

3.4.5 POLÍTICA DE PRECIOS

Las bebidas naturales tendrán un costo de \$1.50, valor que están dispuestos a pagar por ser un producto nutritivo, adelgazante y sin azúcar, estos datos se los obtuvo por las encuestas realizadas a un número total de la población de Santa Rosa. El precio se lo obtuvo mediante el total de costo por unidad producida + mano de obra + costos indirectos de fabricación dando un valor de 0.52 ctvs., bebida para quemar grasa corporal y 0.51ctvs., bebida para diabéticos obteniendo de ganancia por cada bebida de \$ 0.98 y \$ 0.99 centavos.

GRÁFICO 19. Precio unitario



Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

3.5 FUENTES DE INGRESO

Cabe mencionar que emprendedores universitarios tienen un potencial mayor para un crecimiento en la economía ecuatoriana, y por motivos de financiación, por no contar con el dinero suficiente no ponen en marcha su proyecto y no pueden pasar de emprendedor a administrador o empresario, pero existen muchos que prefieren buscar financiamientos para poder consolidar dicha actividad o empresa (Rizo Patron, 2014).

Las fuentes de ingreso por medio de financiamiento menciona Pérez Paredes, Torralba Flores, Cruz de los Ángeles, & Martínez Martínez(2016) permite tener mejores posibilidades de estabilidad en el mercado y de llevar a cabo un emprendimiento que sea rentable en el tiempo, los medios de financiamiento permiten al empresario tener acceso a créditos que otorgan los bancos, generando un mejor desarrollo económico del país y matriz productiva.

3.5.1 FINANCIAMIENTO INTERNO

La fuente de financiamiento para iniciar la microempresa de elaboración de bebidas naturales a base de vegetales y frutas va a provenir del aporte del propietario, de un valor de \$ 4.000 USD que corresponde al 21.05 % de la inversión y capital externo por parte de BanEcuador del 78.95%.

3.5.2 FINANCIAMIENTO EXTERNO

Para poder cubrir el monto total que se necesita para llevar a cabo la microempresa, se realizara un financiamiento por medio de una entidad financiera, se realizara el crédito al BanEcuador antes llamada Banco del Fomento, por ser una entidad que apoya a nuevos emprendimientos para generar ingresos al país mejorando la matriz productiva, el valor que se requiere es de \$15.000 USD que corresponde al 78,95 % a 3 años plazo con tasa de 11,26% de interés mensual.

CUADRO 10.Financiamiento

FUENTE	VALOR	%
CAPITAL PROPIO	\$ 4.000,00	21,05
CAPITAL EXTERNO	\$ 15.000,00	78,95
TOTAL	\$ 19.000,00	100,00

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

A continuación se detalla la tabla de amortización por cuota fija, valores a pagar mensualmente durante tres años a una tasa efectiva de 11.26%. Condiciones de pago para el crédito bancario y el cálculo de amortización.

CUADRO 11. Tabla de amortización cuota fija

CUADRO DE AMORTIZACION					
MES	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERES	ABONO A CAPITAL	SALDO FINAL
1	15.000	489	134	355	14.645
2	14.645	489	131	358	14.287
3	14.287	489	128	361	13.925
4	13.925	489	124	365	13.560
5	13.560	489	121	368	13.192
6	13.192	489	118	371	12.821
7	12.821	489	115	375	12.447
8	12.447	489	111	378	12.069
9	12.069	489	108	381	11.687
10	11.687	489	104	385	11.303
11	11.303	489	101	388	10.915
12	10.915	489	97	392	10.523
13	10.523	489	94	395	10.128
14	10.128	489	90	399	9.729
15	9.729	489	87	402	9.327
16	9.327	489	83	406	8.921
17	8.921	489	80	409	8.512
18	8.512	489	76	413	8.099
19	8.099	489	72	417	7.682
20	7.682	489	69	420	7.262
21	7.262	489	65	424	6.837
22	6.837	489	61	428	6.409
23	6.409	489	57	432	5.978
24	5.978	489	53	436	5.542
25	5.542	489	49	440	5.102
26	5.102	489	46	444	4.659
27	4.659	489	42	447	4.211
28	4.211	489	38	451	3.760
29	3.760	489	34	455	3.304
30	3.304	489	30	460	2.845
31	2.845	489	25	464	2.381
32	2.381	489	21	468	1.913
33	1.913	489	17	472	1.441
34	1.441	489	13	476	965
35	965	489	9	480	485

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

3.6 ACTIVOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO

Maquinaria

Para poder elaborar las bebidas naturales se requiere de maquinarias adecuadas para su respectivo proceso de elaboración. A continuación se detallara las maquinarias a utilizar. (Anexo 7 depreciaciones)

CUADRO 12.Maquinaria

MAQUINARIA Y UTENSILLOS DE COCINA			
DESCRIPCIÓN	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Licadora industrial 25 litros (modelo volcable)	1	\$ 699,00	\$ 699,00
Extractor para jugos frutas-vegetales industrial 500 litros.	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Balanza para gramos	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Purificadora de agua con ósmosis inversa 6000 litros	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Maquina llenadora de líquidos (envasadora) 100lt	1	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00
Congeladora	1	\$ 350,00	\$ 350,00
TOTAL			\$ 5.109,00

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Materiales

Así mismo se necesita de materiales para un proceso más rápido a la hora de elaborar y se necesita de los siguientes materiales:

CUADRO 13.Materiales

UNTENSILLOS DE COCINA			
DESCRIPCIÓN	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Set de cuchillos	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Bandejas	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Cucharas	3	\$ 0,40	\$ 1,20
TOTAL		\$ 5.079,40	\$ 17,20

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Muebles y enseres

Los muebles y enseres serán utilizados en la parte administrativa y ciertos muebles serán ocupados en el área de producción.

CUADRO 14.Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Resmas de papel	5	\$ 6,00	\$ 30,00
Tinta para cartuchos	20	\$ 50,00	\$ 1.000,00
Silla de escritorio	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Sillas	3	\$ 25,00	\$ 75,00
TOTAL			\$ 1.165,00

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Equipo de computación

Son herramientas indispensables para el manejo de la parte administrativa y legislativa de la empresa, para llevar a cabo un mejor control del inventario, compras y ventas.

CUADRO 15.Equipo de computación

EQUIPO DE COMPUTACION			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Impresora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL			\$ 1.050,00

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Vehículo

El vehículo que ocupara la microempresa Natural Drink será de una camioneta para poder distribuir los productos a los diferentes puntos de venta de de Santa Rosa.

CUADRO 16.Vehículo

TRANSPORTE		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
Vehículo	1	\$ 8.000,00

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Suministro de limpieza

Necesario para realizar la limpieza en las áreas a laborar estas cantidades están dadas de forma mensual en ciertos productos.

CUADRO 17. Suministros de limpieza

SUMINISTROS DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Papel higiénico	10	\$ 4,00	\$ 40,00
Desinfectante	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Escoba	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Fundas plásticas para basura (20 unidades)	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Trapeadores	1	\$ 1,80	\$ 1,80
Lava vajillas	4	\$ 1,90	\$ 7,60
España para lavar vajillas	2	\$ 0,50	\$ 1,00
TOTAL			\$ 63,40

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Uniformes

Se empleara uniformes a los que elaboren el producto para un mayor higiene y evitar daños en el cuerpo, estas cantidades están dadas de forma mensual.

CUADRO 18. Uniformes

UNIFORMES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Gorras (2paquete de24)	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Mascarillas (2paquete de 24)	2	\$ 1,40	\$ 2,80
Mandiles	2	\$ 7,00	\$ 14,00
Guantes (2 paquetes de 24)	2	\$ 1,50	\$ 3,00
TOTAL			\$ 22,80

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Gastos de publicidad

Permiten que el producto sea más reconocido en el mercado por lo tal se mencionara a continuación.

CUADRO 19.Gastos de publicidad

GASTOS EN PUBLICIDAD				
TIPO PUBLICIDAD	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	TOTAL
Vasos	100	2	\$ 0,80	\$ 1,60
Degustaciones		20	\$ 1,03	\$ 20,60
Volantes	100	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Radio(Benemérita de la ciudad)				\$ 15,00
TOTAL				\$ 57,20

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Activos intangibles

Son los gastos que se realizara para la constitución de la empresa, para que no exista inconveniente al implementar la microempresa.

CUADRO 20.Activos para constitución dela microempresa

ACTIVOS INTANGIBLES	
Gastos legales	\$ 100,00
Registro de la marca	\$ 416,00
Registro sanitario	\$ 58,34
RUC	\$ -
Gastos generales	\$ 40,00
Notaria	\$ 15,00
Total de constitución de la microempresa	\$ 629,34

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

3.7 ACTIVIDADES DEL NEGOCIO

La empresa Natural Drink va a realizar dos actividades como es la producción y comercialización de bebidas naturales.

Producción: Elaborar dos tipo de bebidas compuestas con vegetales (apio, perejil, espinaca) limón y fruta(manzana) que es para la bebida para quemar grasa corporal y para la bebida para diabéticos vegetales(apio, espinaca, zanahoria) y fruta (manzana).(Anexo 8)

Comercialización: El producto se lo comercializara en las tiendas del barrio y del centro de la ciudad de Santa Rosa en gimnasios y canchas deportivas de futbol, vóley.

3.8 RED DE SOCIOS

La microempresa de “Natural Drink” será de carácter autónomo, *persona natural*, constituida solo por el propietario de la microempresa, no tendrá socios por tratarse de un emprendimiento que no incurre en costos de inversión, el empresario debe asumir todas las obligaciones y responsabilidades de la actividad e indicar el objeto al que se va a dedicar, dirigir el negocio, asumir riesgos y responde con todo su patrimonio a deudas en el caso de que se llegue a dar.

3.9 ESTRUCTURA DE COSTOS

En este cuadro se detallaran los activos que requiere la empresa para su funcionamiento las cantidades que se necesita para operar su valor unitario de cada producto y su valor total dando como resultado un valor de \$ 15.083,94 USD.

CUADRO 21. Resumen de activos

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
MAQUINARIA	\$5.109,00
UNTENSILLOS DE COCINA	\$ 17,20
MUEBLES Y ENSERES	\$ 135,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$1.050,00
TRANSPORTE	\$8.000,00
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 57,20
UNIFORMES	\$ 22,80
ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 629,34
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 63,40
TOTAL	\$15.083,94

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

3.9.1 CAPITAL DE OPERACIÓN

Balance de materia prima directa:

CUADRO 22. Balance de materia prima directa

Producción litros diarios	Producción de bebidas diarias	Requerimiento de materia prima por día	Requerimiento semanal(unidade s)	Requerimiento mensual (unidades.)	Requerimiento anual(unidades)
1600 lt	4640	Limón 400 un.	500	2.000	24.000
		Perejil 80 un.	400	1.600	19.200
		Apio 80 un	800	3.200	38.400
		Espinaca 80 un.	800	3.200	38.400
		Pepino 800 un.	80	320	3.840
		Manzana 1600 un.	928	3.712	44.544
		Zanahoria 1600 un.	4.000	16.000	192.000

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

CUADRO 23. Materia prima directa

Descripción	Unidades	Costo unitario	Cantidad. Requerida diaria 1600LT (USD)	Cantidad. Requerida mensual (USD)	Cantidad. Requerida anual (USD9)
Limón	unidad	\$ 0,03	\$ 30,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Perejil	125ml	\$ 0,02	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Apio		\$ 0,03	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Espinaca		\$ 0,02	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Pepino	unidad	\$ 0,16	\$ 128,00	\$ 512,00	\$ 6.144,00
Manzana	unidad	\$ 0,20	\$ 320,00	\$ 1.280,00	\$ 15.360,00
Zanahoria	unidad	\$ 0,16	\$ 256,00	\$ 1.024,00	\$ 12.288,00
Agua Purificada	50ml	\$ 0,02		\$ 100,00	\$ 1.200,00
total		\$ 0,64	\$ 794,00	\$ 3.276,00	\$ 39.312,00

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Materiales indirectos

CUADRO 24. Materiales indirectos

Descripción	Unidad	Cantidad Diaria	Cantidad Mensual	Cantidad Anual	Costo unitario	Total
Botella plástica 350 ml	Unidad(4640)	\$464,00	\$18.560,00	\$55.680,00	0,1	\$5.568,00
Etiqueta	Unidad(4640)	\$232,00	\$18.560,00	\$55.680,00	0,05	\$ 2.784,00
Costo total		\$696,00	\$37.120,00	\$111.360,00		\$8.352,00

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales.

CUADRO 25. Costos de producción

Descripción	Valor. diario	Valor. mensual	Valor. anual
Materia prima directa	\$ 794,00	\$ 39.827,60	\$ 39.827,60
Materia prima indirecta	\$ 696,00	\$ 37.120,00	\$ 111.360,00
Uniformes	\$ -	\$ -	\$ 255,60
Mano de obra directo	\$ -	\$ 910,98	\$ 10.931,76
Electricidad	\$ -	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Total		\$ 41.406,98	\$163.059,36

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Remuneraciones

En total serán solo tres personas que se necesita para operar incluyendo al propietario por ser inicios de la microempresa, al cabo de un tiempo se ira modificando si se requiere del servicio de más personal.

CUADRO 26. Tabla de Remuneraciones

ROL DE PAGOS					
NÓMINA 2016					
CARGO	SALARIO UNIFICADO	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	IESS	TOTAL A PAGAR
GERENTE GENERAL	235,73	19,64	19,64	28,64	303,66
JEFE DE PRODUCCIÓN	235,73	19,64	19,64	28,64	303,66
VENDEDOR	235,73	19,64	19,64	28,64	303,66
TOTAL					910,98

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

3.9.2 PUNTO DE EQUILIBRIO

Para calcular el punto de equilibrio se requiere de los costos de producción que son los costos fijos y costos variables y suministros varios que requiera la empresa para su funcionamiento.

Costos fijos: Son los que no varían son constantes se venda o no el producto.

Arriendo		\$ 100.00
Servicios básicos		\$ 620.00
Luz	\$500.00	
Agua	\$100.00	
Internet	\$20.00	
Total		\$ 720.00

Costos y gastos variables: Son aquellos que si varían de acuerdo a la producción

Mano de obra directa	\$910.98
Costos indirectos de fabricación	\$ 30.00
Depreciación	

Envases y etiqueta	\$150.00
Suministros varios	\$ 40.00
Total	\$1130.98

Total de costos de producción: \$1.850.98

CUADRO 27. Costos de producción unidad

COSTOS DE PRODUCCION UNIDAD	
BEBIDA QUEMAR GRASA CORPORAL	
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 0.52
PVP	\$1.50
MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 0.98
BEBIDA PARA DIABETICOS	
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 0,51
PVP	\$ 1,50
MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 0.99

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Los costos de producción por unidad se los obtuvo mediante el precio unitario que vale producir una bebida natural para quemar grasa corporal y para diabéticos.

3.9.3 UNIDADES DE VENTA DE LAS BEBIDAS NATURALES PUNTO DE EQUILIBRIO.

CUADRO 28. Unidades de venta punto de equilibrio

NATURAL DRINK						
UNIDADES DE VENTA						
PRODUCTO	UNIDADES MES	UNIDADES AÑO	PRECIO	VENTAS AÑO \$	% VENTAS USD	VENTA DIA
Bebida para quemar grasa corporal	945	11340	\$ 1,50	17.010	50%	32
Bebida diabéticos	944	11328	\$ 1,50	17.992	50%	31
TOTALES	1.889	22.668	3,00	34.002	100%	63

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Análisis del punto de equilibrio

CUADRO 29. Análisis de punto de equilibrio

NATURAL DRINK							
ANALISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO							
PRODUCTO	COSTO	PVP	GANANCIA	% VENTAS USD	MARGEN PROMEDIO	UNIDADES MES EQUILIBRIO	VENTA DIA
Bebida para quemar grasa corporal	0,52	\$ 1,50	\$ 0,98	50%	0,49	926	31
Bebida para diabéticos	0,51	\$ 1,50	\$ 0,99	50%	0,50	925	31
				100,0%	0,99	1851	62

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Bebida para quemar grasa corporal

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{\text{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN}}$$

Punto de equilibrio: $\frac{1.850,98}{0,98} = 1.889,00$ unidades

Bebida para diabéticos

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{\text{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN}}$$

Punto de equilibrio: $\frac{1850,98}{0,99} = 1.870,00$ unidades

Son las unidades de cada bebida que debe vender Natural Drink para no ganar ni perder.

4. CAPITULO IV.ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO

4.1 FACTIBILIDAD TÉCNICA

4.1.1 TAMAÑO

- **Capacidad técnica**

La maquinaria que se manipulara para la elaboración de bebidas naturales es una licuadora industrial con capacidad para 25 litros de jugo por 15 minutos de tiempo de carga dando una capacidad de 100 litros por hora, también se necesitara un extractor de jugos frutas-vegetales industrial con capacidad de 500 litros por hora por el tiempo de carga que es de 60 minutos (1 hora), así mismo se requiere una purificadora de agua con osmosis inversa que tiene capacidad de 6000 litros de agua y por último la maquina llenadora de líquidos (envasadora) final que tiene una capacidad de 100 litros por 30 minutos de tiempo de carga dando un total de 200 litros por hora. La cantidad que se requiere para la botella de 350 ml se mezcla el licuado de los vegetales y el agua dando 175 ml más el extracto de la fruta de 105 ml y de pepino o zanahoria se requiere 65 ml.

Capacidad instalada

Para conocer la capacidad instalada se debe saber cuál es la capacidad máxima por día de la maquinaria, se estipulara la producción por hora.

Maquinaria 1: LICUADORA INDUSTRIAL (MODELO VOLCABLE)

CUADRO 30.Maquinaria 1

Capacidad por litros	Tiempo por carga (minutos)	Capacidad hora	Días(4 horas)
25lt	15 minutos	100lt	400lt

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Proceso: $25\text{lt} * 4 \text{ procesos} = 100\text{lt} * 4 \text{ horas} = 400\text{lt}$

Maquinaria 2: EXTRACTOR DE JUGOS FRUTAS-VEGETALES INDUSTRIAL

CUADRO 31. Maquinaria 2

Capacidad por litros	Tiempo por carga (minutos)	Capacidad hora	Días(4 horas)
500lt	60 minutos	500lt	2000lt

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Proceso: $500\text{lt} * 1 \text{ procesos} = 500\text{lt} * 4 \text{ horas} = 2000\text{lt}$

Maquinaria 3: PURIFICADORA DE AGUA CON OSMOSIS INVERSA

CUADRO 32. Maquinaria 3

Capacidad por litros	Tiempo por carga (minutos)	Capacidad hora	Días(4 horas)
6000lt	60 minutos	6000lt	24000lt

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Proceso: $6000\text{lt} * 1 \text{ procesos} = 6000\text{lt} * 4 \text{ horas} = 24000\text{lt}$

Maquina 4: MAQUINA LLENADORA DE LÍQUIDOS (ENVASADORA)

CUADRO 33. Maquinaria 4

Capacidad por litros	Tiempo por carga (minutos)	Capacidad hora de producción (litros)	Días(4 horas laborables)	Bebidas producidas por día
100lt	30 minutos	200lt	800lt	2320 bebidas

Autor: El Investigador

Fuente: Trabajo de Investigación de bebidas naturales

Proceso: $100\text{lt} * 2 \text{ procesos} = 200\text{lt} * 4 \text{ horas} = 800\text{lt} * 2.90 \text{ bebidas por litro} = 2320 \text{ bebidas}$

CUADRO 34.Capacidad Instalada de las bebidas

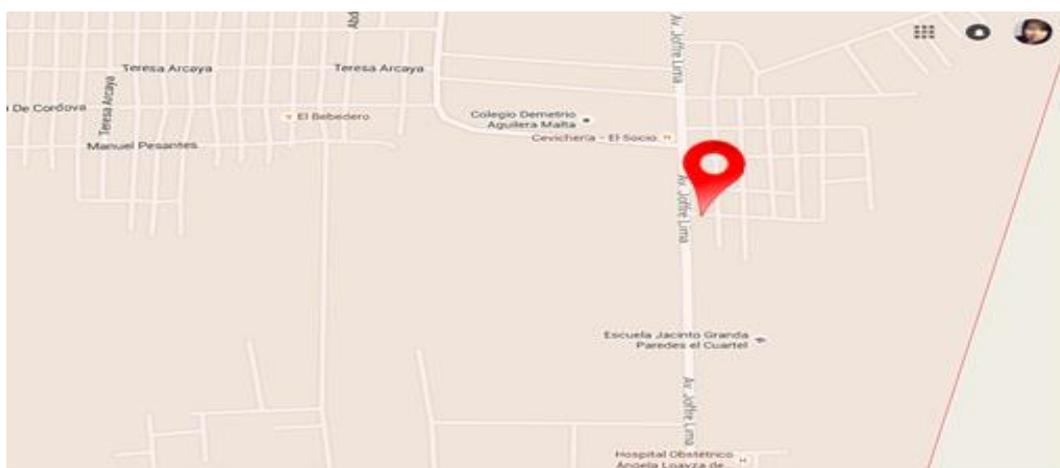
Capacidad de producción por hora(litros)	Tiempo por carga (minutos)	Producción diaria(4 horas)litros	Bebidas producidas por día	Producción anual litros(días laborables)	Bebidas producidas anualmente
200lt	30 minutos(8 procesos)	1600lt	4.640 bebidas	1.113.600 lt	3.229.440 bebidas

Producción total: 200lt *8 procesos =1600lt*2.90 bebidas por litro=4.640 bebidas*240 días laborables=1.139.600 litros anual * 2.90 bebidas por litro corresponde a 3.229.440 bebidas producidas anualmente.

4.1.2 LOCALIZACIÓN

La microempresa está ubicada en la provincia de el oro en la ciudad de Santa Rosa en la residencia de la iniciadora del proyecto en la ciudadela “El bosque 2” avenida Fabián Espinoza y décima tercera, se ha destinado esta ubicación por el espacio y comodidad para elaborar dichos productos y por concurrencia de personas que realizan ejercicio en la avenida Joffre Lima y cercanías a los gimnasios de la ciudad además de estar ubicada en buen punto estratégico visible para los transeúntes.

IMAGEN 8.Localización de Natural Drink



Autor: El Investigador

Fuente: Mapa Google

4.1.3 FACTORES DE LOCALIZACIÓN

- **Materia prima:**

La materia prima es los vegetales y las frutas, y los principales proveedores se los encuentra en el mercado tipo centro comercial de la ciudad de Santa Rosa que descargan mercadería en ese lugar para los demás productores, lugar ubicado a 1 y 1/2km de la microempresa.

- **Mercado de consumo:**

El mercado de consumo para las bebidas no está lejos de la parte céntrica de la ciudad para trasladar los productos a las diversas tiendas, además de estar ubicada en un lugar donde existe concurrencia de personas que realizan actividad física trotar, caminar y cerca de gimnasios.

- **Mano de obra:**

Se empleara personal que conozca la parte de producción y experiencia en vender productos para la respectiva elaboración y comercialización de las bebidas.

Servicios básicos y Arriendo

Se cuenta con todos los servicios básicos que se requiere para trabajar como luz, agua, teléfono. En cuanto al arriendo se tiene la disposición del lugar donde se elaborara las bebidas naturales, el espacio suficiente para la producción.

Una vez desarrollo en los puntos anteriores las capacidades de rendimiento de las maquinarias y la capacidad máxima de la Maquina llenadora de líquidos (envasadora) que procesa el producto a la botella tiene la capacidad de producir 1600 botellas al día, se demostró que si abaste a la demanda insatisfecha por parte de los productos competidores como es 32043 posibles consumidores para el año 2017 que se desea cubrir en el mercado, las maquinarias tienen instrucciones de funcionamiento para agilizar los procesos y no se dificulte al momento de producir, la localización se encuentra en un punto estratégico para la comercialización de los productos y para venta directa si se llegara a dar, con esto se determina que el proyecto es factible técnicamente.

4.2 FACTIBILIDAD FINANCIERA

Análisis financiero

Mediante el análisis financiero se indicara las operaciones que se empleó para realizar el estado de resultados, el balance general y el flujo de efectivo, además del VAN y TIR para conocer la factibilidad del proyecto.

- El estado de resultado el balance general y el flujo de caja se proyectó para 5 años debido a cambios constantes en la microempresa por ser nueva en el mercado y por los gustos de los consumidores.
- El costo unitario para la bebida quemador de grasa es de 0.52 ctvs. y para la bebida de diabéticos es de 0.51 ctvs. y cada bebida contiene 350 ml por envase considerando la mano de obra y los costos indirectos de fabricación.
- La microempresa requiere de inversión inicial de \$19.000.00 para la implementación de esta que será mediante financiamiento externo e interno, el financiamiento externo debe pagarse a 3 años mensualmente con una tasa de interés del 11.26%, un valor de \$15.000 al banco BanEcuador.
- Para el estado de resultado se proyectó los ingresos por producto mediante la demanda proyectada mensualmente * la tasa de crecimiento de la ciudad de Santa Rosa que es de 1.015 y para los años continuos se calculó mediante la participación de mercado de la microempresa un valor proyectado.
- Se considera para inventarios la cantidad requerida de materia prima para producir 3.276.00 bebidas mensualmente, cada bebida natural es de 350 ml por envase, un valor estimado para Natural Drink considerando que la empresa vendiera esa cantidad de productos.
- El TIR (Tasa Interna de Retorno) es del 21%, y el van es mayor a cero con un valor de \$239.240,61 lo cual indica que es adecuado para la empresa.

4.2.1 ESTADO DE RESULTADOS.

CUADRO 35. Estado de resultados

NATURAL DRINK	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Acumulado	Acumulado	Acumulado	Acumulado	Acumulado
Estado de Resultados:	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Ingresos:					
Nacional:					
Ingresos por productos	\$134.750	\$165.623	\$198.636	\$245.662	\$303.744
Total Ingresos	\$134.750	\$165.623	\$198.636	\$245.662	\$303.744
%Gastos variables					
Egresos:					
Gastos fijos	\$8.640	\$8.640	\$8.810	\$9.133	\$9.467
Sueldos y salarios	\$10.932	\$10.932	\$10.932	\$11.332	\$11.332
Gastos Variables	\$2.640	\$2.680	\$2.956	\$3.534	\$4.225
Otros (Gastos de Venta, etc.)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total costos	\$22.212	\$22.251	\$22.698	\$23.999	\$25.024
Utilidad antes de I,I,D,A.	\$112.538	\$143.372	\$175.938	\$221.664	\$278.720
Depreciación y Amortización	-\$12.000	-\$12.000	-\$12.000	-\$12.000	-\$12.000
Utilidad (perdida) de Operación	\$100.538	\$131.372	\$163.938	\$209.664	\$266.720
Gastos financieros corto plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Gastos financieros largo plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Utilidad antes de impuestos	\$100.538	\$131.372	\$163.938	\$209.664	\$266.720
ISR (21%)	\$21.113	\$27.588	\$34.427	\$44.029	\$56.011
PTU (15%)	\$15.081	\$19.706	\$24.591	\$31.450	\$40.008
Utilidad (pérdida neta)	\$64.344	\$84.078	\$104.920	\$134.185	\$170.700
Margen de utilidades netas:	47,75%	50,76%	52,82%	54,62%	56,20%

Análisis: El estado de resultados demuestra una utilidad de operación mayor a los \$100.538 USD, lo cual determina una viabilidad económica y financiera para el proyecto generando al final del ejercicio un margen de utilidad neta en un 48% aproximadamente.

4.2.2 BALANCE GENERAL.

CUADRO 36. Balance General

NATURAL DRINK					
Balance General					
	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Activo circulante					
Caja y bancos	\$57.438	\$139.118	\$254.631	\$410.179	\$619.909
Clientes	\$67.375	\$82.812	\$99.318	\$122.831	\$151.872
Inventarios.	\$39.312	\$43.364	\$51.847	\$61.989	\$74.115
Total activo circulante	\$164.125	\$265.294	\$405.795	\$594.999	\$845.896
Activo Fijo					
Comp. Y máquinas	\$5.261	\$5.261	\$5.261	\$5.261	\$5.261
Depreciación. Acumulada.	-\$12.000	-\$12.000	-\$12.000	-\$12.000	-\$12.000
Total activo fijo	\$5.261	\$5.261	\$5.261	\$5.261	\$5.261
Activo total	\$169.387	\$270.555	\$411.057	\$600.260	\$851.157
Pasivo Circulante					
Proveedores	\$19.656	\$21.682	\$25.923	\$30.994	\$37.057
Créditos bancarios	\$5.910	\$5.895	\$5.879	\$0	\$0
Total pasivo circulante	\$25.566	\$27.577	\$31.802	\$30.994	\$37.057
Pasivo largo plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pasivo total	\$25.566	\$27.577	\$31.802	\$30.994	\$37.057
Capital Contable					
Capital social	\$19.000	\$19.000	\$19.000	\$19.000	\$19.000
Resultados eje. Ant.	\$58.169	\$140.675	\$243.374	\$374.816	\$542.310
Resultado del ejercicio	\$6.175	\$7.748	\$9.968	\$12.712	\$15.918
Total Capital Contable	\$83.344	\$167.423	\$272.343	\$406.528	\$577.228
Pasivo + Capital	\$108.910	\$194.999	\$304.145	\$437.522	\$614.286

Análisis: Se evidencia un movimiento de activo circulante muy favorable para la gestión de la producción, que solventa la producción, la generación de activos es muy favorable en comparación a los pasivos, generando resultados del ejercicio que permitirán la ampliación de la empresa e inversión.

4.2.3 FLUJO DE EFECTIVO.

CUADRO 37. Flujo de Efectivo

NATURAL DRINK	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Flujo de Efectivo					
Utilidad neta	\$64.344	\$84.078	\$104.920	\$134.185	\$170.700
+ depreciación y amortización	-\$12.000	-\$12.000	-\$12.000	-\$12.000	-\$12.000
Generación bruta de efectivo	\$52.344	\$72.078	\$92.920	\$122.185	\$158.700
<u>Usos Operativos</u>					
Financiamiento a cuentas por cobrar	-\$175	-\$111	-\$439	-\$554	-\$512
Financiamiento a inventarios	-\$39.312	-\$43.364	-\$51.847	-\$61.989	-\$74.115
Total usos operativos	-\$39.487	-\$43.474	-\$52.286	-\$62.543	-\$74.627
<u>Fuentes Operativas</u>					
Financiamiento (amort.) proveedores	\$19.656	\$21.682	\$25.923	\$30.994	\$37.057
Total fuentes operativas	\$19.656	\$21.682	\$25.923	\$30.994	\$37.057
Generación Neta Operativa	\$32.513	\$50.286	\$66.558	\$90.636	\$121.131

Análisis: Se puede evidenciar una generación de efectivo atractiva de \$32,513 el cual permite solventar usos operativos, mantener sus fuentes operativas permitiendo la generación neta operativa beneficiosa para la empresa.

4.2.4 CALCULO DEL VAN Y TIR

Para el respectivo cálculo se tomara como desembolso a la inversión que se requiere para llevar a cabo la empresa utilizando el flujo de efectivo (Generación neta operativa) para los 5 años correspondientes, se realizara mediante un programa de Excel ya establecido para sacar valores reales.

CUADRO 38. Cálculo del VAN Y TIR

	<i>Periodo</i>	<i>Flujo de Fondos</i>	
Desembolso	0	\$ (19.000,00)	
Cash Flows	1	\$ 32.513	VAUE inversión \$ 63.111,07
	2	\$ 50.286	
	3	\$ 66.558	
	4	\$ 90.636	
	5	\$ 121.131	

Tasa de descuento	10%
Periodos	5

TIR	21%
VAN	€ 239.240,61

Análisis: Mediante el cálculo realizado se obtuvo un Valor Actual Neto de \$239.240,61 USD con una Tasa Interna de Retorno de 21%, calculados a una tasa de descuento del 10%.

La creación de la microempresa es viable porque el VAN es positivo y mayor a cero y el TIR es mayor a la tasa de descuento por lo que nos demuestra que el proyecto es financiamiento viable para ejecutarlo.

4.3 FACTIBILIDAD OPERATIVA

4.3.1 CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

La microempresa Natural Drink constara con 3 personas que tengan la formación académica y experiencia que se requiere para el puesto a laborar.

- 1 gerente
- 1 jefe de producción que será Ingeniero en alimentos para la producción de las bebidas
- 1 vendedor

El personal que elaborara la parte de producción de las bebidas está encargado el jefe de producción y el gerente propietario por inicios de la microempresa y porque los procesos a realizar no son dificultosos. El de producción al conocer la información nutricional que contiene el producto estará periódicamente verificando que no varíen los valores porcentuales de las bebidas, el gerente propietario colaborara en la elaboración, etiquetado y administrar el negocio, el vendedor se encargara de distribuir las bebidas a las tiendas respectivas, atender exigencias que se produzcan en el mercado y etiquetado.

4.3.2 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

El gerente se encargara de realizar los respectivos procesos para adquirir los permisos de funcionamiento que requiere Natural Drink para su funcionamiento como es el RUC, el permiso de cuerpo de bomberos, permiso de salud y registro sanitario de ambas bebidas para no incurrir en problemas en la constitución de la microempresa y registrar la marca y logo en IEPI, para certificar su producto. Una vez que se obtiene estos permisos la microempresa podrá funcionar sin inconvenientes e incorporar el producto al mercado, mediante estos procesos se determina que es factible operativamente, porque hay disponibilidad y experiencia completa del personal y los permisos no son complicados de obtener.

4.4 FACTIBILIDAD AMBIENTAL

Al contar con el inmueble para la elaboración de las bebidas no representaría un daño ambiental porque no se requiere construir y esto no destruiría el entorno natural, los desperdicios que salen de los insumos se los puede utilizar como abono para las plantas o desecharlos ya que solo es el bagazo de los vegetales y frutas, y para el futuro se puede crear un abono orgánico con estos residuos para las plantas ornamentales o vegetales.

Al existir lugares de reciclaje de envases plásticos no implicaría a daños ecológicos para que no genere perjuicios al medio ambiente. No habrá daños al medio ambiente con la implementación de esta empresa, tampoco en las operaciones las maquinarias no causan ningún tipo de impacto ambiental, mencionado los puntos anteriores se demuestra que si existe factibilidad ambiental en este emprendimiento.

4.5 FACTIBILIDAD SOCIAL

Al desarrollar nuevos negocios, emprendimientos en la ciudad, aporta al crecimiento de la misma, generando más fuentes de trabajo, mejorando así la economía de la ciudad y el de los ciudadanos, desarrollando productos que beneficien a las personas en lo físico e interno del cuerpo, creando bienestar de los santarroseños por el cual es uno de los objetivos de Natural Drink.

El impacto que tienen las bebidas en la sociedad es evidente, al conocer las opiniones con respecto a los productos que se les ofreció, mediante las encuestas y las degustaciones que se realizó se dio a consumir las bebidas para saber qué opinión tenían, al conocer que estaban compuestas por vegetales y frutas, supieron responder que no influía la consistencia, el color de las bebidas al ser productos que mejoren su salud y les ayude a adelgazar y a disminuir niveles de azúcar en la sangre, de las 380 personas que se destinó 375 personas respondieron que consumirían ambas bebidas naturales, cabe recalcar que las degustaciones se realizó a una determinada población de los encuestados, comprobando que si es factible socialmente ingresar el producto a mercado.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5. CONCLUSIONES

- Se demuestra que es factible y rentable la creación de Natural Drink tomando como referencia los estudios realizados para la elaboración del proyecto en la ciudad de Santa Rosa, debido a la aceptación de los productos, a las ventas que se estimó para el primer año de funcionamiento tomando en cuenta la demanda del producto y participación del mercado.
- Para la elaboración de las bebidas naturales se empleara la norma INEN 2337 para cumplir con los procesos necesarios que se requiere para la producción y mediante investigaciones a nutricionistas y estudios realizados se verifico que las bebidas si tienen efectos para perdida de grasa y disminución del azúcar en la sangre.
- Se puede concluir que los productos naturales tienen una aceptación favorable del 99% según el estudio de mercado realizado a población de 15 a 44 años de edad, debido a que las personas con sobrepeso y diabetes tienen más concientización al momento de cuidar su salud, los productos naturales que se ingresara al mercado tienen las características necesarias que buscan los consumidores en un producto.

6. RECOMENDACIONES

- Se recomienda ejecutar el emprendimiento de bebidas naturales a base de vegetales y frutas, referenciando que las personas están dispuestas a consumir las bebidas, además se recomienda que mediante las ventas que estimen los productos, elaborar bebidas para diabéticos especialmente para personas de 44 años en adelante considerando la información nutricional para beneficiar al cuidado de la salud y mejorando las proporciones de vitaminas que necesitan.
- Natural Drink debe permanentemente emplear los procesos que solicite el INEN para cumplir favorablemente con la producción y ofrecer al mercado productos de calidad, previniendo la clausura de la empresa.
- Se recomienda realizar periódicamente estudios de mercados, publicidades, degustaciones y preguntas frecuentes en cuanto a los resultados que obtengan de las bebidas naturales, promoviendo a la compra de más productos y la microempresa continúe siendo rentable en el tiempo.

ANEXOS

ANEXO 1

Encuesta realizada para el estudio de mercado de 2 tipos de bebidas naturales a base de vegetales y frutas 1. Para adelgazar y 2. Para personas con diabetes.

N°

Edad

Genero F M

1. ¿CON QUE FRECUENCIA HACE ACTIVIDAD FÍSICA?

2 veces a la semana

1 vez a la semana

Nunca

2. ¿QUÉ ACTIVIDAD FÍSICA REALIZA?

Caminar Trotar Aeróbicos

Bailoterapias Gimnasio Ninguna

3. ¿PRACTICA ALGÚN TIPO DE DEPORTE?

SI NO

4. ¿TIENE CONOCIMIENTO ACERCA DE SU ÍNDICE DE MASA CORPORAL (IMC)?

SI NO

5. ¿CONSUME USTED VEGETALES Y FRUTAS

SI NO Muy poco

6. ¿Y COMO CONSUME LOS VEGETALES?

No consume Comidas Jugos

7. ¿Y COMO CONSUME LAS FRUTAS?

No consume Jugos Individuales

8. ¿SABE USTED LAS PROPIEDADES MULTIVITAMÍNICAS QUE CONTIENE LOS VEGETALES Y FRUTAS?

SI NO

9. ¿LE AGRADARÍA CONSUMIR UNA BEBIDA NATURAL A BASE DE VEGETALES Y FRUTAS QUE PERMITA DESINTOXICAR EL ORGANISMO Y A LA VEZ QUEMAR GRASA CORPORAL?

SI NO

10. ¿CON QUE FRECUENCIA CONSUME COMIDAS CON GRASAS SATURADAS COMO PAPAS, HAMBURGUESAS, POSTRES, HELADOS Y GASEOSAS?

- 1 vez a la semana
- Todos los días
- Pocas veces
- Nunca

11. ¿LE AGRADARÍA CONSUMIR UNA BEBIDA NATURAL A BASE DE VEGETALES QUE LE PERMITA DISMINUIR EL NIVEL DE AZÚCAR EN LA SANGRE?

- SI NO

12. ¿DÓNDE USTED PREFERIRÍA ADQUIRIR LAS BEBIDAS NATURALES?

- Venta directa
- Pedidos por internet
- Tiendas
- Supermercados

13. CONSUME USTED ALGUNA DE LAS SIGUIENTES BEBIDAS NATURALES Y ENERGIZANTES?

- Regeneris Alpina light Alpina finesse
- Jugos naturales Ninguna

14. ¿CUÁNTO LE CUESTA ACTUALMENTE UNA BEBIDA NATURAL, ENERGIZANTE O HIDRATANTE?

- \$0,75
- \$1,00
- \$1,50

15. ¿QUÉ PRECIO PAGARÍA USTED POR UNA BEBIDA NATURAL HIDRATANTE Y ADELGAZANTE?

- \$1,25
- \$1,50
- \$2,00

16. ¿TE GUSTARÍA QUE POR CADA 2 BEBIDAS ADQUIRIDAS DAR UN FOLLETO NUTRICIONAL EXPLICANDO EL CONSUMO Y LOS BENEFICIOS DE LOS INGREDIENTES A UTILIZAR?

- SI NO

17. QUE OPINA ACERCA DE NUESTRO PRODUCTO

- Me parece interesante
- No tengo interés alguno
- No me llama mucho la atención

ANEXO 2

Aplicación de encuestas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta realizada para el estudio de mercado de 2 tipos de bebidas naturales a base de vegetales y frutas 1. Para adelgazar y 2. Para personas con diabetes.

N°

Edad

Genero F M

1. ¿Con que frecuencia hace actividad física?

Diario

2 veces a la semana

1 vez a la semana

Nunca

2. ¿Qué actividad física realiza?

Caminar

Trotar

Aeróbicos

Bailoterapia

Ninguna

Gym

3. ¿Practica algún tipo de deporte?

Si

No

4. ¿Tiene conocimiento acerca de su Índice de Masa Corporal (IMC)?

Si

No

5. ¿Consume usted vegetales y frutas

Si

No

Muy poco

6. ¿Y cómo consume los vegetales y frutas?

No consume

Comidas

Jugos

7. ¿Sabe usted las propiedades multivitamínicas que contiene los vegetales y frutas?

Si

No

8. ¿Le agradaría consumir una bebida natural a base de vegetales y frutas que permita desintoxicar el organismo y a la vez quemar grasa corporal?

Si

No

9. ¿Con que frecuencia consume comidas con grasas saturadas como papas, hamburguesas, postres, helados y gaseosas?

X



- I vez al día
- todos los días
- Pocas veces

10. ¿Le agradaría consumir una bebida natural a base de vegetales que le permita disminuir el nivel de azúcar en la sangre?

- Si
- No

11. ¿Dónde usted preferiría adquirir las bebidas naturales?

- Venta directa
- Pedidos por internet
- Tiendas
- Supermercados

12. ¿Consume usted alguna de las siguientes bebidas naturales e hidratantes?

- Regeneris Alpina light Alpina finesse
- Jugos naturales Ninguno

13. ¿Cuánto le cuesta actualmente una bebida natural, energizante o hidratante?

- \$1,00
- \$1,50
- \$1,75

14. ¿Qué precio pagaría usted por una bebida natural hidratante y adelgazante?

- \$1,25
- \$1,50
- \$ 2,00

15. ¿Te gustaría que por cada 2 bebidas adquiridas dar un folleto nutricional explicando el consumo y los beneficios de los ingredientes a utilizar?

- Si
- no

16. Que opina acerca de nuestro producto

- Me parece interesante
- No tengo interés alguno
- No me llama mucho la atención

X



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta realizada para el estudio de mercado de 2 tipos de bebidas naturales a base de vegetales y frutas 1. Para adelgazar y 2. Para personas con diabetes.

N°

Edad

Genero F M

1. ¿Con que frecuencia hace actividad fisica?

Diario

2 veces a la semana

3 vez a la semana

Nunca

2. ¿Qué actividad fisica realiza?

Caminar

Trotar

Aeróbicos

Bailoterapia

Ninguna

OTRO

3. ¿Practica algún tipo de deporte?

Si

No

4. ¿Tiene conocimiento acerca de su Índice de Masa Corporal (IMC)?

Si

No

5. ¿Consume usted vegetales y frutas

Si

No

Muy poco

6. ¿Y cómo consume los vegetales y frutas?

No consume

Comidas

Jugos

7. ¿Sabe usted las propiedades multivitamínicas que contiene los vegetales y frutas?

Si

No

muy poco

8. ¿Le agradaría consumir una bebida natural a base de vegetales y frutas que permita desintoxicar el organismo y a la vez quemar grasa corporal?

Si

No

9. ¿Con que frecuencia consume comidas con grasas saturadas como papas, hamburguesas, postres, helados y gaseosas?

X

- I vez al día
- todos los días
- Pocas veces
- Nunca

10. ¿Le agradecería consumir una bebida natural a base de vegetales que le permita disminuir el nivel de azúcar en la sangre?

- Si No

11. ¿Dónde usted preferiría adquirir las bebidas naturales?

- Venta directa
- Pedidos por internet
- Tiendas
- Supermercados

12. ¿Consume usted alguna de las siguientes bebidas naturales e hidratantes?

- Regeneris Alpina light Alpina finesse
Jugos naturales Ninguno

13. ¿Cuánto le cuesta actualmente una bebida natural, energizante o hidratante?

- \$1,00
- \$1,50
- \$1,75

14. ¿Qué precio pagaría usted por una bebida natural hidratante y adelgazante?

- \$1,25
- \$1,50
- \$ 2,00

15. ¿Te gustaría que por cada 2 bebidas adquiridas dar un folleto nutricional explicando el consumo y los beneficios de los ingredientes a utilizar?

- Si no

16. Que opina acerca de nuestro producto

- Me parece interesante
- No tengo interés alguno
- No me llama mucho la atención

X

APLICACIÓN DE ENCUESTAS

Aplicación de encuesta y degustación de las bebidas naturales



Realizando encuesta a personas de 40 a 44 años de edad



Aplicando encuestas a personas de 15 a 30 años de edad

Aplicación de encuesta y degustación de las bebidas naturales

Aplicando encuestas a personas de 20 a 39 años de edad



Dando a conocer las bebidas que ofrecerá Natural Drink



ANEXO 3

Anexo 1: Guía de requisitos

ANEXO 1: GUÍA DE REQUISITOS

Para la inscripción de Registro Sanitario por producto.- Alimentos procesados nacionales



Agencia Nacional
de Regulación, Control
y Vigilancia Sanitaria

ANEXO 1
REQUISITOS PARA INSCRIPCIÓN DEL REGISTRO SANITARIO POR PRODUCTO.-
ALIMENTOS PROCESADOS NACIONALES

1. OBJETIVO

Informar al usuario externo de forma detallada y precisa los pasos y requisitos necesarios para obtener el registro sanitario por producto de alimentos procesados nacionales, conforme lo establece el Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos vigente

2. PASOS A SEGUIR

2.1. Para obtener la inscripción del Registro Sanitario por producto para alimentos procesados nacionales, el interesado ingresará el formulario de solicitud (129-AL-002-REQ-01) a través de la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE). Ver instructivo IE-D.1.1-VUE-01

2.2. Adjuntar al formulario de solicitud los requisitos descritos a continuación en formato digital:

- a) Declaración que el producto cumple con la Norma Técnica Nacional respectiva: se debe adjuntar un documento en el que declare el cumplimiento de la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN que aplica al producto, en el cual debe constar el nombre y firma del responsable técnico y el nombre del producto a registrar tal como consta en el formulario de solicitud.

Para realizar la consulta sobre las Normas Técnicas Ecuatorianas NTE INEN que aplican a su producto puede ingresar en la página web del Servicio Ecuatoriano de Normalización: <http://apps.inen.gob.ec/descarga/>

Se detalla algunas de las Normas INEN que pueden aplicar a los productos alimenticios procesados:

Bebidas no alcohólicas incluye aguas envasadas y hielo de consumo

BEBIDAS

NTE INEN 2337:08	Jugos, pulpas, concentrados, néctares, bebidas de frutas y vegetales. Requisitos
NTE INEN 2411:08	Bebidas energéticas. Requisitos
NTE INEN 2564:2011	Bebidas lácteas. Requisitos
NTE INEN 2609:2012	Bebidas de Suero. Requisitos.
NTE INEN 2304:08	Refrescos. Requisitos
NTE INEN 0706:2013	Helados. Requisitos
NTE INEN 2608:2012	Bebida de leche fermentada. Requisitos

AGUAS

NTE INEN 2178:2011	1R	Aguas minerales. Aguas minerales naturales. Requisitos
NTE INEN 2200:08	1R	Agua purificada envasada. Requisitos

ANEXO 4

Manual de funciones

Mediante el manual de funciones se definirá el perfil del personal, las actividades a desarrollar, la responsabilidad de cada uno que permita tener resultados ópticos en las áreas a desempeñar .a continuación se va a puntualizar las funciones de cada empleado.

GERENTE GENERAL

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
NOMBRE DEL CARGO:		Gerente General	
DEPENDENCIA:		Área Administrativa	
NUMERO DE CARGOS:		Uno	
CARGO DEL JEFE INMEDIATO			
SOLICITA REPORTES Y REPORTA A:			
FUNCIONES			
1.Ejercer la representación legal de la microempresa			
2.Administrar el negocio			
3.Recibir las ordenes de pedidos			
4.Evaluar trimestralmente la evolución de la microempresa			
5. Colaborar en la elaboración del producto			
6.Brindar el material necesario para la elaboración de la bebida			
7.Desarrollar promociones en redes sociales, radio periódicamente			
8. Manejar la contabilidad y todo lo relacionado para estar al día con los roles de pagos, impuestos...			
9.Ofrecer un ambiente acogedor en el área de trabajo y buena relación con el personal			
10. Llevar el control de ventas de los productos			
PERFIL			
EDAD: 23 años	GÉNERO: Femenino	ESTADO CIVIL: Soltero	LUGAR DE RESIDENCIA: Santa Rosa
Ingeniera Comercial Capacidad de liderazgo Trabajar en equipo Poder de compromiso en su trabajo Ser positivo			

JEFE DE PRODUCCIÓN

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
NOMBRE DEL CARGO:		Jefe de producción	
DEPENDENCIA:		Área de producción	
NUMERO DE CARGOS:		Uno	
CARGO DEL JEFE INMEDIATO		Gerente general	
SOLICITA REPORTES Y REPORTA A:		Gerente general	
FUNCIONES			
1.Preparar la materia prima y lavar bien los insumos a utilizar			
2.Medir correctamente los insumos a utilizar por cada bebida			
3.Cumplir con la producción proyectada			
4.Desarrollar informes que describa productos en stock y productos vendidos			
5.Ingresar en cada botella la bebida natural y separar por orden de pedido			
6.Comunicar si no se cuenta con todos los insumos dando aviso un día antes			
PERFIL			
EDAD: 24 a 35 años	GÉNERO: Femenino Masculino	ESTADO CIVIL: Indiferente	LUGAR DE RESIDENCIA: Santa Rosa
Ingeniero en alimentos (Egresado)			
Sin experiencia			
Ser eficiente en su trabajo			
Poder de compromiso en su trabajo			

OPERARIO

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
NOMBRE DEL CARGO:		Vendedor	
DEPENDENCIA:		Gerente General	
NUMERO DE CARGOS:		Uno	
CARGO DEL JEFE INMEDIATO		Gerente general	
SOLICITA REPORTES Y REPORTA A:		Jefe de producción, Gerente general	
FUNCIONES			
1. Cumplir con las pautas que le asigno el gerente y el jefe de producción			
2. Incorporar la etiqueta al producto terminado			
3. Atender las exigencias de los clientes en cuanto a las necesidades que expresen			
4. Reportar si existen quejas o sugerencias en cuanto al producto			
5. Realizar el conteo del producto a distribuir para que no existan inconvenientes al despachar.			
6. Distribuir el producto en el tiempo establecido			
PERFIL			
EDAD: 18 a 25 años	GÉNERO: Femenino o Masculino	ESTADO CIVIL: Indiferente	LUGAR DE RESIDENCIA: Santa Rosa
Egresado y poseer licencia de conducir			
Ser eficiente en su trabajo			
Poder de compromiso en su trabajo			
Vocación en el trabajo			

ANEXO 5

Etiqueta para bebida natural quemador de grasa

Agítese antes de consumir

100% natural
Quemador de grasa

Milchto mejor! Ecuador

Natural
Una alternativa saludable....

Drink Cont. Neto 350 ml

\$1.50

0999605612

MANTEN LIMPIO TU ENVASE

RECYCLABLE

Ingredientes:
Agua, vegetales, manzana.
Forma de conservación:
Ambiente fresco
Una vez abierto conservar en refrigeración.

Tiempo de vida útil:
Eib: 05. 08. 2016 Exp: 10. 08. 2016

INFORME NUTRICIONAL		
	100 g	Por 350 ml De producto elaborado
Tamaño por porción: 350 ml		
Porción por envase: 2		
Energía (Calorías)	344 kJ 81 cal	107 kJ 25.6 cal
Grasas totales	0 g	0 g
Coolesterol	0 g	0 g
Carbohidratos totales	26.10 g	9.19 g
Fibra alimentaria	7.2 g	2.58 g
Azúcares (fructosa)	2.21 g	0.78 g
Proteína	3.97 g	1.39 g

Etiqueta para bebida natural para diabéticos

Agítese antes de consumir

100% natural
Para diabéticos

Milchto mejor! Ecuador

Natural
Una alternativa saludable....

Drink Cont. Neto 350 ml

\$1.50

0999605612

MANTEN LIMPIO TU ENVASE

RECYCLABLE

Ingredientes:
Agua, vegetales, zanahoria.
Forma de conservación:
Ambiente fresco
Una vez abierto conservar en refrigeración.

Tiempo de vida útil:
Eib: 05. 08. 2016 Exp: 10. 08. 2016

INFORME NUTRICIONAL		
	100 g	Por 350 ml De producto elaborado
Tamaño por porción: 350 ml		
Porción por envase: 2		
Energía (Calorías)	120 kJ 28 cal	69 kJ 16.4 cal
Grasas totales	0 g	0 g
Coolesterol	0 g	0 g
Carbohidratos	18.10 g	6.44 g
Fibra alimentaria	4.13 g	1.47 g
Azúcares (fructosa)	0.27 g	0.09 g
Proteína	3.97 g	1.39 g

ANEXO 6

Análisis bromatológico de la información nutricional de bebidas para diabéticos

ANÁLISIS BROMATOLÓGICO

ARENILLAS – EL ORO - ECUADOR

FECHA: 08, Julio 2016

BIOQUIMICO (A) RESPONSABLE: Bioq. Farmacéutica Yesenia Marianela Benitez Preciado

NOMBRE: Mariuxi Liliana Tandazo Tacuri

C.I: 070469400-9

PRODUCTO: BEBIDAS NATURAL (PARA DIABÉTICOS)

INFORME NUTRICIONAL		
	100 g	Por 350 ml De producto elaborado*
Tamaño por porción: 350 ml Porción por envase: 2		
Energía(Calorías)	120 kJ 32cal	89 kJ 11.20 cal
Grasas total	0 g	0 g
Colesterol	0 g	0 g
Carbohidratos	18.10 g	9.52 g
Fibra alimentaria	4.13 g	1.7 g
Azucares (fructosa)	0.27 g	0.05 g
Proteína	3.97 g	1.78 g

Energía por gramo: Grasa: 0.01 kJ	Carbohidratos: 28 kJ	Proteína: 2.46 kJ
* Los porcentajes de Valores Diarios están basados en una dieta de 2000 calorías.		

Vitaminas y minerales		% VRN**		%VRN**
Vitamina B3	2.5 mg	162%	0.51 mg	100%
Calcio	8 mg	173 %	2.62 mg	100%

% en relación a la Dosis Diaria Recomendada

Yesenia Benitez Preciado
BIOQUIMICA - FARMACÉUTICA
No. REG. INHMT "LIP"
07-07-0415-12



Bioq. Farmacéutica
Yesenia Marianela Benitez Preciado

Análisis bromatológico de la información nutricional de bebidas para quemar grasa corporal

ANÁLISIS BROMATOLÓGICO

ARENILLAS – EL ORO - ECUADOR

FECHA: 08, Julio 2016

BIOQUIMICO (A) RESPONSABLE: Bioq. Farmacéutica Yesenia Marianela Benitez Preciado

NOMBRE: Mariuxi Liliانا Tandazo Tacuri

C.I: 070469400-9

PRODUCTO: BEBIDAS NATURAL (ADELGAZANTE)

INFORME NUTRICIONAL		
	100 g	Por 350 ml De producto elaborado*
Tamaño por porción: 350 ml Porción por envase: 2		
Energía(Calorías)	344 kJ 51cal	107kJ 19.20 cal
Grasas total	0 g	0 g
Colesterol	0 g	0 g
Carbohidratos totales	26.10 g	12.30 g
Fibra alimentaria	7.2 g	2.6 g
Azucares (fructosa)	2.27 g	1.05 g
Proteína	3.97 g	1.78 g

Energía por gramo:		
Grasa: 0.01 kJ	Carbohidratos: 49 kJ	Proteína: 0.46 kJ
* Los porcentajes de Valores Diarios están basados en una dieta de 2000 calorías.		

Vitaminas y minerales		% VRN**		%VRN**
Vitamina B3	2.3 mg	140%	0.45 mg	100%
Calcio	7 mg	273 %	2.5 mg	100%

% en relación a la Dosis Diaria Recomendada

Yesenia Benitez Preciado

BIOQUIMICA - FARMACÉUTICA

No. REG. INHMT "LIP"

07-07-0415-12

Bioq. Farmacéutica

Yesenia Marianela Benitez Preciado

ANEXO 7

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA

MAQUINARIA				DEPRECIACION	
DESCRIPCION	CANT.	COSTO UNITARIO	VALOR	N° AÑOS	V/ AÑO
Licadora industrial 25lt (modelo volcable)	1	\$ 699,00	\$699,00	10	\$ 69,90
Extractor para jugos frutas-vegetales industrial 500lt	1	\$ 600,00	\$600,00	10	\$ 60,00
Balanza para gramos	3	\$ 20,00	\$ 60,00	10	\$ 6,00
Purificadora de agua con ósmosis inversa 6000lt	1	\$ 500,00	\$500,00	10	\$ 50,00
Maquina llenadora de líquidos (envasadora) 100lt	1	\$ 2.900,00	\$2.900,00	10	\$ 290,00
Congeladora	1	\$ 350,00	\$ 350,00	5	\$ 70,00
UNTENSILLOS DE COCINA					
Set de cuchillos	1	\$ 7,00	\$ 7,00	2	\$ 3,50
Bandejas	3	\$ 3,00	\$ 9,00	5	\$ 1,80
Cucharas	3	\$ 0,40	\$ 1,20	5	\$ 0,24
TOTAL					\$ 551,44

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACION Y MUEBLES Y ENSERES

EQUIPO DE COMPUTACION				DEPRECIACION	
DESCRIPCION	CANT	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL	N° AÑOS	V/ AÑO
Computadora	1	\$ 800,00	\$ 800,00	3	\$ 266,67
Impresora	1	\$ 250,00	\$ 250,00	3	\$ 83,33
MUEBLES Y ENSERES					
DESCRIPCION	CAN	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL	N° AÑOS	V/ AÑO
Resmas de papel	5	\$ 6,00	\$ 30,00		
Tinta para cartuchos	20	\$ 50,00	\$1.000,00		
Silla de escritorio	1	\$ 60,00	\$ 60,00	10	\$ 6,00
Sillas	3	\$ 25,00	\$ 75,00	10	\$ 7,50
TOTAL DEPRECIACIÓN					\$ 727,00

DEPRECIACIÓN DE VEHICULO

TRANSPORTE			DEPRECIACION		
DESCRIPCION	CANT	COSTO	N° AÑOS	V/ AÑO	V/ MES
Vehículo	1	\$ 8.000,00	5	\$ 1.600,00	\$ 133,33

ANEXO 8

Preparación de las bebidas con las maquinarias artesanales hasta que se adquiera las industriales



Los ingredientes que observan son para las dos bebidas, la de zanahoria es para diabéticos y la de pepino para adelgazar.

Una vez lavado los productos se proceda a llevarlos al extractor de jugos



Los vegetales como el apio, espinaca y perejil se licuan con 175 ml de agua, el perejil y limón aplican para la bebida adelgazante y el apio y espinaca para diabéticos

Se realiza el respectivo proceso para cada bebida.



La bebida para quemar grasa corporal tiene un color verde claro posee apio, espinaca, perejil, medio limón, pepino, manzana y agua.

La bebida para diabéticos tiene un color naranja oscuro posee zanahoria, manzana, apio, espinaca y agua.



Las bebidas naturales utilizaran una botella plástica que contiene 350 ml. cantidad requerida para tomar al día.

Una vez obtenido el jugo de los vegetales y frutas se procede a almacenarlos a las botellas plásticas.



Este es el prototipo de las bebidas naturales para la venta.

CONSUMO DE BEBIDAS NATURALES

ANTES



DESPUES



CONSUMO DE BEBIDA
PARA QUEMAR GRASA
CORPORAL

CONSUMO DE BEBIDA
PARA DIABÉTICOS

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación, C. (2014). *Anexo 1:Guía de Requisitos*. Quito.
- Alelú Hernández, M., Cantín García, S., López Abejón, N., & Rodríguez Zazo, M. (2014). *Estudio de Encuestas*.
- Alfonso Guerra, J. (2013). Obesidad. *Revista Cubana de Salud Pública*, 39(3).
- Arribas, C., Battistini, T., Rodriguez, M., Bernabé, A., Arribas-Harten, C., Battistini-Urteaga, T., . . . Bernabé-Ortiz, A. (2015). Asociación entre obesidad y consumo de frutas y verduras:un estudio de base poblacional en Perú. *Revista Chilena de Nutricion*, 42(3), 246.
- Ayala , A., & Herrera, C. (2011). *Plan de negocios para la elaboración de jugos naturales a base de frutas y hortalizas(Tesis para magister)Universidad de chile*. Santiago de Chile.
- Belén Cutillas, A., Herrero, E., San Eustaquio, A., Zamora, S., & Pérez-Llamas, F. (2013). Prevalencia de peso insuficiente, sobrepeso y obesidad, ingesta de energía y perfil calórico de la dieta de estudiantes universitarios de la comunidad autónoma de la Región de Murcia(España). *Nutricion Hospitalaria*, 28(3).
- Bernui L, I., Pajuelo R, J., Castillo S, A., Cabrera B, S., & Cuba J, J. (2013). Comparacion de la ingesta de energia y nutrientes en adolescentes mujeres con sobrepeso y obesidad. *Anales de la facultad de medicina*, 74(1), 19.
- Cámara Hurtado, M., & Sánchez Mata, M. (2011). Agrodiversidad y salud. *Ambienta:la revista del Ministerio de Medio Ambiente*, 90-96.
- Cámara, M., Morales, P., Cámara, R., Torija, M., Fernández-Ruiz, V., & Sánchez-Mata, M. (2013). Promoción del consumo de frutas y hortalizas en España:conocimiento científicos y actividad física. *Universidad Complutense de Madrid*, 76.
- Castañeda-Castaneira, E., Ortiz-Pérez, H., Robles-Pinto, G., & Molina-Frechero, N. (2016). Consumo de alimentos chatarra y estado nutricio en escolares de la ciudad de México. *Revista Mexica de pediatría*, 83(1).
- Cortés, M., Martelo, Y., & Rodríguez, E. (2011). Valoración de atributos de calidad en pepino(*Cucumis sativus L.*)Fortificado con vitamina E. *Biotecnología en el Sector Agropecuario y Agroindustrial*, 9(1), 24-34.
- Cruz Sánchez, M., Tuñon Pablos, E., Villaseñor Farías, M., Álvarez Gordillo, G., & Nigh Nielsen, R. B. (2013). Sobrepeso y obesidad: una propuesta de abordaje desde la sociología. *Region y sociedad*, XXV(57), 166.
- Cruz, F. (13 de 03 de 2013). Programa de nutrición comenzó en El Oro. *PP El Verdadero*, pág. 1.
- Cuida tu futuro. (s.f). *Cuida tu futuro,usa bien tu dinero*. Obtenido de <http://www.cuidatufuturo.com/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador-2/>
- Díaz-Villaseñor, A. (2011). La obesidad en México. *Institutos nacionales de salud*, 61.

- Ekmeiro Salvador, J., Moreno Rojas, R., García Lorenzo, M., & Cámara Martos, F. (2015). Patrón de consumo de alimentos a nivel familiar en zonas urbanas de Anzoátegui, Venezuela. *Universidad de Córdoba, Campus de Rabanales*, 32(4).
- Escudero, M. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente*. Madrid: Gráficas Rogar.
- García, A., Gracia, M., & Dias, J. (2015). Emprender en economías emergentes: el entorno institucional y su desarrollo. *INNOVAR.Revista de ciencias administrativas y sociales*, 25(57), 135.
- García-García, V. D. (2015). Emprendimiento empresarial juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. *Revista latinoamericana de ciencias sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 1229.
- Gaspar, P. (2011). Desarrollo de hábitos saludables en el medio rural sirviéndonos de la producción ecológica aragonesa II. *Red de información educativa*, 12.
- Hernandez-Avila, M., Gutierrez, J., & Reynoso-Noverón, N. (2013). Diabetes mellitus en México. El estado de la epidemia. *Salud Publica de Mexico*, 55, 130.
- Herrera, K., & Gutiérrez, J. (2014). El emprendimiento como iniciativa para la creación de empresas: análisis de la perspectiva psicológica y contextual. *Revista de ciencias sociales (Ve)*, XX(2), 289-295.
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2009). *Norma Técnica Ecuatoriana*. Quito: Consejo Directivo Oficialización.
- Jiménez Fonseca, P., & Carmona Bayonas, A. (2015). Dieta saludable para la prevención del cáncer. *el farmacéutico*, 523-524.
- Londoño Correa, D. (2015). Reglas de juego formales y etapas en las acciones políticas de las empresas. Estudio de caso: Argos en el entorno colombiano. *Revista Ciencias Estratégicas*, 23, 77-87.
- Longenecker, J., Petty, J., Palich, L., & Hoy, F. (2012). *Administración de pequeñas empresas*. México: Ediciones OVA.
- Maldonado, M., Urango, L., & Arismendi, L. (2014). Propiedades quimiopreventivas del mango y la manzana en el cáncer de colon. *20(614-618)*, 615.
- Martelo C, Y., Restrepo M, D., & Cortés R, M. (2011). Dinámica de impregnación al vacío en apio (*Apium graveolens* L.) y pepino (*Cucumis sativus* L.). *Revista MVZ Córdoba*, 16(2), 2584-2592.
- Marulanda, F., Montoya, I., & Velez, J. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*(204-236), 222.
- Ministerio de coordinación de la producción, e. y. (2011). *Agendas para la transformación productiva territorial provincia de El Oro*. El Oro.

- Morales Sánchez, M., & Amaro Rosales, M. (2014). División cognitiva del trabajo, estructura organizacional e innovación: el caso de una empresa biotecnológica mexicana. *Economía: Teoría y práctica*(40).
- Oñate Valdivieso, F. (2010). *PROYECTO "Generación de geoinformación para la gestión del territorio a nivel nacional escala 1:25000" Cantón Santa Rosa*.
- Pamo Reyna, O. (2013). Las creencias populares en la medicina moderna. *Rev Soc Peru Medicina interna*, 26(1), 41.
- Pérez Paredes, A., Torralba Flores, A., Cruz de los Ángeles, J. A., & Martínez Martínez, I. (2016). Las fuentes de financiamiento en las microempresas de Puebla, México. The founding sources in SMEs of Puebla, Mexico. *Dialnet*, 10(1), 28.
- Revista lideres. ec. (12 de 12 de 2014). *Revista lideres.ec*. Recuperado el 19 de 05 de 2016, de <http://www.revistalideres.ec/lideres/iniciativas-premian-provincia-oro.html>
- Reyes-Munguia, A., Zavala-Cuevas, D., & Alonso-Martínez, A. (2012). Perejil (*petroselinum crispum*): compuestos químicos y aplicaciones. *Revista académica de investigación*.
- Rivera Segura, G. N., Triviño Vera, K., Franco Coello, M. R., & Cartegena, M. (2014). Recetario en base a hortalizas orgánicas: una alternativa para la alimentación de los pobladores del cantón Quevedo. *Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 1(2), 6.
- Rizo Patron, M. (2014). Diseño de indicadores de gestión del networking para el emprendimiento universitario. *Ingeniería industrial*, 140.
- Robbins, S., & Coilter, M. (2005). *Administración. Octava edición*. México: Pearson Education.
- Rodríguez, C., & García, O. (2011). La educación en nutrición: el caso de la fibra en la dieta. *Revista de investigación*, 35(73), 11-24.
- Servicio de Rentas Internas. (2015). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ruc-y-rise>
- Tarqui-Mamani, C., Sánchez-Abando, J., Alvarez-Dongo, D., Gómez-Guizado, G., & Valdivia-Zapana, S. (2013). Tendencia del sobrepeso, obesidad y exceso de peso en el Perú. *Revista peruana de epidemiología*, 17(3), 1-7.
- Velasco Contreras, M. (2016). Evolución de la epidemia de diabetes mellitus tipo 2 en población derechohabiente del IMSS. *Revista Médica del IMSS*, 54(4).
- Wilma B., F., Ramírez, M., Belmont, P., Mendita, M., Jaramillo, K., Romero, N., . . . Monge, R. (2012). *Encuesta nacional de salud y nutrición ENSANUT-ECU 2012*. Quito: El Telégrafo.
- Zarzosa-Norabuena, E., Loja-Herrera, B., Salazar-Granara, A., & Inocente-Camones, M. (2015). Efecto sobre el sistema de la coagulación del zumo de frutas y hortalizas peruanas. *Horizonte Médico*, 15(2), 7.