



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
BEBIDAS ENERGÉTICAS NATURALES A BASE DE GUAYUSA CÍTRICOS,
UBICADA EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
AÑO 2019

AUTOR: SANTIAGO FERNANDO GUDIÑO MARIÑO

DIRECTOR: ING. ANDRES ANALUISA

QUITO, ABRIL 2019

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 22 de mayo del 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **GUDIÑO MARIÑO SANTIAGO FERNANDO**, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS ENÉRGICAS NATURALES A BASE DE GUAYUSA CON SABORES CÍTRICOS, UBICADA EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ANALUISA AGUIAR ARMANDO ANDRES

Tutor de Proyectos



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

SALAS JIMENEZ FRANCISCO
Adm. Bancaria y Financiera
Delegado Unidad de Titulación



PIMBO BASTIDAS ANGELA MARÍA

Lector de Proyectos



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

DIRECTORA DE CARRERA

BÚRGA JADAN MARÍA FERNANDA
Directora de Carrera

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

La información detallada en el presente proyecto, tales como conceptos, análisis y conclusiones realizadas en base a las citaciones de fuentes, las mismas que han sido respetadas por completo a todos y cada uno de los derechos del autor, además es de total responsabilidad del Autor.



Santiago Fernando Gudiño Mariño

C.I.:1721776753

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Gudiño Mariño Santiago Fernando portador de la cédula de ciudadanía signada con el No 1721776753 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: “La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS ENERGÉTICAS NATURALES A BASE DE GUAYUSA CÍTRICOS, UBICADA EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019” facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA _____



NOMBRE: Gudiño Mariño Santiago Fernando

CÉDULA: 1721776753

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por estar a mi lado en todo momento desde mi infancia no dejarme solo, a mi Madre por estar en los momentos más difíciles de mi vida en los cuales ya no daba para más pero estaba ella apoyándome y brindándome todo su amor, al INSTITUTO TECNÓLOGICO SUPERIOR CORDILLERA que me enseñó aprender con cada clase de los semestres y a ser mejor persona en la vida, conocer a diferentes docentes que con sus conocimientos he logrado llegar a este punto, así como a mi tutor Ing. Andrés Analuiza quien supo guiarme en este proceso importante; finalmente a mis amigos que durante todos los niveles quienes me han ofrecido su amistad en todo momento.

DEDICATORIA

El apoyo brindado por parte de mi familia, adicional doy gracias a Dios por ayudarme a culminar un escalón más en vida y así poder permitirme ser alumno de la vida con enseñanzas diarias que me han ayudado para mejorar cada día de mi vida, sin la constancia y el apoyo brindado sería complicado culminar esta etapa pero gracias nuevamente a Dios por permitirme finalizar mi proyecto de titulación.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	i
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
ABSTRACT	xvi
CAPÍTULO I.....	1
1. Introducción.....	1
1.01 Justificación	1
1.02 Antecedentes.....	2
CAPÍTULO II.....	3
2. Análisis Situacional	3
2.01 Ambiente Externo	3
2.01.01 Factor Económico.....	4
2.01.01.01 Pib (Producto Interno Bruto)	4
2.01.01.02 Producto Interno Bruto Sectorial.....	5
2.01.01.03 Inflación.....	6
2.01.01.04 Inflación por Ciudades.....	7
2.01.01.05 Riesgo País.....	8
2.01.01.06 Tasa de Interés	9
2.01.01.06.01 Tasa Activa	9
2.01.01.06.02 Tasa Pasiva.....	10
2.01.02 Factor Social.....	11
2.01.02.01 Pea (Población Económicamente Activa).....	11
2.01.02.02 Empleo.....	12
2.01.02.03 Desempleo.....	13
2.01.02.04 Subempleo.....	14
2.01.03 Factor Legal.....	15

2.01.04 Factor Tecnológico.....	16
2.02 Entorno Local.....	16
2.01.01 Clientes.....	17
2.02.02 Proveedores	18
2.02.03 Competidores.....	18
2.03 Análisis Foda	19
2.01.01 Matriz Análisis Internos	20
2.04 Propuesta Estratégica.....	21
2.01.01 Misión.....	21
2.04.02 Visión	21
2.04.03 Objetivos	22
2.04.03.01 Objetivo General.....	22
2.04.03.02 Objetivos Específicos.....	22
2.04.04 Principios y Valores	22
2.04.05 Gestión Administrativa.....	23
2.04.05.01 Organigrama de la Gestión Administrativa	24
2.04.05.02 Manual de Funciones	24
2.04.06 Gestión Operativa.....	25
2.04.06.01 Organigrama Operativo	25
2.04.06.02 Manual de Funciones	25
2.04.07 Gestión Comercial.....	26
2.04.07.01 Organigrama Gestión Comercial	26
2.04.07.02 Manual de Funciones Ventas	26
2.04.07.03 Marketing Mix	27
CAPÍTULO III	32
3 Estudio de Mercado	32
3.01 Análisis del Consumidor.....	32
2.01.01 Determinación de la Población y Muestra	32
3.01.02 Técnicas de la obtención de la información	34
3.01.03 Análisis de la información.....	35
3.02 Demanda	43
3.02.02 Demanda Histórica	43
3.02.03 Demanda Actual	43

3.02.04 Demanda Proyectada.....	44
3.03 Oferta	45
3.03.02 Oferta Histórica	45
3.03.03 Oferta Actual	45
3.03.04 Oferta Proyectada	46
3.04 Productos Sustitutos.....	46
3.04.02 Oferta Histórica Producto Sustituto	47
3.04.03 Oferta Proyectada Producto Sustituto	47
3.05 Balance Oferta y Demanda	47
CAPÍTULO IV	49
4 Estudio Técnico	49
4.01 Tamaño del proyecto.....	49
4.01.02 Capacidad Instalada.....	49
4.01.03 Capacidad Óptima	49
4.02 Localización.....	50
4.02.02 Macro Localización.....	50
4.02.03 Micro Localización.....	51
4.02.04 Localización Óptima	51
4.03 Ingeniería del Producto.....	53
4.03.02 Definición del Bien	53
4.03.03 Distribución de la Bodega y Almacén.....	54
4.03.04 Proceso Productivo.....	56
4.03.05 Proceso Productivo.....	57
4.03.05.01 Flujo gramas de Procesos.....	57
4.03.06 Maquinaria y Equipo	58
CAPÍTULO V.....	59
5 Estudio Financiero	59
5.01 Ingresos	59
5.01.02 Ingresos Operacionales.....	59
5.01.03 Ingresos No Operacionales.....	59
5.02 Costos.....	59
5.02.02 Costos Directos.....	60
5.02.02.01 Materia Prima.....	60

5.02.02.02 Mano de Obra	61
5.02.03 Costo Indirecto de Fabricación.....	61
5.02.04 Gasto Administrativo	62
5.02.05 Gasto de Ventas.....	63
5.02.06 Gastos Financieros	63
5.02.07 Costo Fijo	64
5.02.08 Costo Variable.....	64
5.03 Inversiones	65
5.03.02 Inversión Fija.....	65
5.03.03 Activos Fijos.....	65
5.03.04 Activos Nominales (Diferidos)	66
5.03.05 Capital de trabajo.....	66
5.03.06 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.....	67
5.03.07 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)	67
5.03.08 Depreciaciones (tabla de depreciación).....	69
5.03.09 Estado de Situación Inicial	70
5.03.10 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)	71
5.03.11 Flujo de Caja	72
5.03.12 Balance General Proyectado	73
5.04 Evaluación Financiera.....	74
5.04.02 Tasa de descuento.....	74
5.04.03 VAN (Valor Actual Neto)	75
5.04.04 TIR (Tasa de Interna de Retorno).....	75
5.04.05 PRI (Período de recuperación de la inversión).....	76
5.04.06 RBC (Relación costo beneficio).....	77
5.04.07 Punto de equilibrio	78
5.04.08 Análisis de índices financieros	79
CAPÍTULO VI	82
6 Análisis de impactos	82
6.01 Impacto Ambiental.....	83
6.02 Impacto Económico	84
6.03 Impacto Productivo.....	85
6.04 Impacto Social	86

6.05 Matriz General de Impactos.....	87
CAPÍTULO VII.....	88
7 Conclusiones y Recomendaciones.....	88
7.01 Conclusiones.....	88
7.02 Recomendaciones.....	89
Bibliografía:.....	90
ANEXOS.....	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Producto Interno Bruto	4
Tabla 2 Pib Sectorial.....	5
Tabla 3 Inflación general	6
Tabla 4 Inflación por Ciudades.....	7
Tabla 5 Riesgo País	8
Tabla 6 Tasa Activa	9
Tabla 7 Tasa Pasiva	10
Tabla 8 Población Económicamente Activa.....	11
Tabla 9 Empleo.....	12
Tabla 10 Desempleo	13
Tabla 11 Subempleo	14
Tabla 12 Segmentación de Clientes.....	17
Tabla 13 Clientes	17
Tabla 14 Proveedores	18
Tabla 15 Competidor Directo	18
Tabla 16 Competidor Indirecto.....	19
Tabla 17 Parámetros	20
Tabla 18 Análisis Internos	20
Tabla 19 Manual de Funciones.....	24
Tabla 20 Manual de Funciones Operativas	25
Tabla 21 Manual de Funciones Ventas.....	26
Tabla 22 Población	32
Tabla 23 Consume Bebidas Energéticas.....	35
Tabla 24 Frecuencia de Consumo.....	36
Tabla 25 Gasto Promedio.....	37
Tabla 26 Satisfecho Con Productos de la Competencia	38
Tabla 27 Aceptación Del Proyecto	39
Tabla 28 Tamaño del Producto.....	40
Tabla 29 Centro de Comercialización	41
Tabla 30 Motivo de Compra.....	42
Tabla 31 Demanda Histórica	43
Tabla 32 Datos de la Población	43
Tabla 33 Datos Demanda Actual	44
Tabla 34 Demanda Actual	44
Tabla 35 Demanda Proyectada	44
Tabla 36 Oferta Histórica	45
Tabla 37 Oferta Actual	45
Tabla 38 Oferta Proyectada	46

Tabla 39 Oferta Producto Sustituto	46
Tabla 40 Oferta Histórica	47
Tabla 41 Oferta Proyectada	47
Tabla 42 Balance de Oferta y Demanda	47
Tabla 43 Balance de Oferta y Demanda Proyectado	48
Tabla 44 Capacidad De Instalada	49
Tabla 45 Capacidad Óptima	50
Tabla 46 Macro Localización	50
Tabla 47 Localización Óptima.....	52
Tabla 48 Código de Cercanía	54
Tabla 49 Razones de Cercanía.....	54
Tabla 50 Maquinaria Y Equipo	58
Tabla 51 Ingresos Operacionales.....	59
Tabla 52 Materia Prima Presentación 600 ML. Grande	60
Tabla 53 Materia Prima Presentación 400 ML. Pequeña	60
Tabla 54 Mano de Obra por Presentación	61
Tabla 55 Costos Indirectos de Fabricación.....	61
Tabla 56 Resumen de Costos.....	61
Tabla 57 Precio de Venta 400 ML. (Pequeño)	62
Tabla 58 Precio de Venta 600 ML. (Grande)	62
Tabla 59 Gasto Administrativo.....	62
Tabla 60 Gasto de Ventas	63
Tabla 61 Gasto Financiero.....	64
Tabla 62 Costo Fijo	64
Tabla 63 Costo Variable	64
Tabla 64 Activos Fijos.....	65
Tabla 65 Activos Nominales	66
Tabla 66 Capital de Trabajo	67
Tabla 67 Fuentes de Financiamiento	67
Tabla 68 Condiciones del Préstamo	68
Tabla 69 Método Alemán	69
Tabla 70 Depreciaciones.....	69
Tabla 71 Estado de Situación Inicial	70
Tabla 72 Estado de Resultados Proyectado	71
Tabla 73 Flujo de Caja.....	72
Tabla 74 Balance General Proyectado.....	73
Tabla 75 TMAR.....	74
Tabla 76 PRI.....	76
Tabla 77 Factores del Punto de Equilibrio	78
Tabla 78 Comprobación	78
Tabla 79 Índices Financieros	80

Tabla 80 Matriz de Impactos	82
Tabla 81 Impacto Ambiental	83
Tabla 82 Impacto Económico	84
Tabla 83 Impacto Productivo.....	85
Tabla 84 Impacto Social	86
Tabla 85 Matriz General de Impactos	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Producto Interno Bruto.....	4
Figura 2: Pib Sectorial	5
Figura 3 Inflación	6
Figura 4 Inflación por Ciudades	7
Figura 5 Riesgo País.....	8
Figura 6 Tasa Activa	9
Figura 7 Tasa Pasiva.....	10
Figura 8 Población Económicamente Activa	11
Figura 9 Empleo	12
Figura 10 Desempleo.....	13
Figura 11 Subempleo.....	14
Figura 12 Organigrama Administración.....	24
Figura 13 Gestión Operativa	25
Figura 14 Organigrama Comercial.....	26
Figura 15 Logotipo de la microempresa.....	27
Figura 16 Slogan de la microempresa.....	28
Figura 17 Medio Distribución Intermediario	31
Figura 18 Medio de Distribución al Cliente Final.....	31
Figura 19 Consume Bebidas Energéticas	35
Figura 20 Frecuencia de Consumo	36
Figura 21 Gasto Promedio.....	37
Figura 22 Satisfecho Con Productos de la Competencia.....	38
Figura 23 Aceptación Del Proyecto	39
Figura 24 Tamaño del Producto	40
Figura 25 Centro de Comercialización.....	41
Figura 26 Por qué motivo elige al Producto.....	42
Figura 27 Macro Localización.....	51
Figura 28 Micro Localización	51
Figura 29 Localización Adecuada.....	53
Figura 30 Matriz SLP	55
Figura 31 Distribución de Bodega y almacén	55
Figura 32 Distribución de Planta.....	55
Figura 33 Flujo gramas.....	57
Figura 34 Proceso Productivo	57
Figura 35 Punto de Equilibrio	78

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo. 1 Estrategias de comercialización.....	98
Anexo. 2 Encuesta.....	101
Anexo. 3 Fichas y lineamientos de control	105
Anexo. 4 Fichas y lineamientos de control	108
Anexo. 5 Método francés	109

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto está enfocado en la implementación de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de una bebida energética natural a base de guayusa, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, brindando un producto creativo e innovador que capte la atención de los clientes y a su vez satisfaciendo sus necesidades.

El estudio está diseñado para medir el alcance de este producto en varios aspectos, mediante la investigación dada a través de siete capítulos los cuales son: Introducción, Análisis situacional en el cual se valida todos los indicadores de gestión, adicional el Estudio de Mercado para visualizar si el proyecto tiene acogida en el sector a implementarse, el Estudio Técnico en el cual se mide la capacidad del proyecto, el Estudio Financiero en el cual se comprueba todo el análisis financiero del proyecto, el Análisis de Impactos en el que se valida que tipos de impactos tiene el proyecto , y ultimando con Conclusiones y Recomendaciones.

El desarrollo de esta investigación contiene aspectos técnicos administrativos, financieros y contables que garantizan el correcto funcionamiento de la microempresa, dando resultados positivos en cuanto a la organización, planificación, así como también en la recuperación de la inversión a corto plazo y por ende la rentabilidad del proyecto.

ABSTRACT

This project is focused on the implementation of a microenterprise dedicated to the manufacture and marketing of a natural energy drink based on Guayusa, located in the Metropolitan District of Quito, providing a creative and innovative product that captures the attention of customers and their time satisfying their needs.

The study is designed to measure the scope of this product in several aspects, through research given through seven chapters which are: Introduction, Situational analysis in which all management indicators are validated, additional Market Study to visualize if the project is hosted in the sector to be implemented, the Technical Study in which the capacity of the project is measured, the Financial Study in which all the financial analysis of the project is checked, the Impact Analysis in which the types are validated of impacts has the project, and finalizing with Conclusions and Recommendations.

The development of this research contains administrative, financial and accounting technical aspects that guarantee the proper functioning of the microenterprise, giving positive results in terms of organization, planning, as well as in the recovery of short-term investment and therefore profitability of the project

CAPÍTULO I

1. Introducción

1.01 Justificación

En la actualidad, la baja oferta de bebidas energéticas naturales, El alto consumo de bebidas energéticas artificiales, el alto costo de bebidas energéticas naturales y la poca utilización de materia prima nacional, son elementos que, relacionados entre sí, han generado que pocas empresas muestren una bebida energética natural, mayor índice de enfermedades cardiovasculares y de diabetes, pocos consumidores adquieran una bebida energética a base de guayusa y desconocimiento de la guayusa de las plantas nativas del país.

Lo mencionado anteriormente, permite evidenciar que, el presente proyecto es pertinente puesto que, busca dar a conocer una bebida energética a base de guayusa, brindar una alternativa con las bebidas energéticas artificiales, dar un costo razonable para el consumo, dar a conocer a la guayusa como planta energética.

Además, el presente proyecto busca ser generador de fuentes de empleo en el sector en que se ubicará y aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera.

Finalmente, al desarrollar el presente estudio de factibilidad para la Implementación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bebidas energéticas naturales a base de guayusa con sabores cítricos, ubicada en el sector sur del distrito metropolitano de Quito pretende ser un negocio eficiente e

innovador que busca ser sostenible en el tiempo y que genere la rentabilidad y satisfacción deseada para todos los involucrados.

1.02 Antecedentes

La Guayusa es una planta nativa que se utiliza para dar energía a cuerpo humano, también para combatir enfermedades de los indígenas nativos del oriente Ecuatoriano, esta planta es considerada diurética y ayuda a eliminar líquido innecesario a quien la consuma.

El consumo de la guayusa viene desde los antepasados por considerarla una planta medicinal y diurética.

La Guayusa es una hoja, la cual los nativos la siembran en chacras, las misma que es usada para elaborar infusiones al momento de hacer el ritual a tempranas horas de la madrugada con cada familia. Las mujeres nativas la toman para dolores estomacales y los hombres la toman para purificar el organismo y valerse de sus propiedades estimulantes al momento de salir de casería. (Bravo, 2015, pág. 35)

“Los antioxidantes como su nombre lo indica es una molécula capas de retardar el tiempo de oxidación de otras moléculas del organismo del cuerpo humano, retardando el envejecimiento de la piel.” (Bravo, 2015, pág. 32).

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

El análisis situacional es tomar y analizar información sobre el medio en el que se va a desenvolver la organización, tomando en cuenta los factores internos y externo, su principal propósito es estudiar los factores que tendrán incidencia en el desarrollo de la empresa y reflejar la realidad de un determinado momento identificando características que puedan ser beneficiosas o perjudiciales.

Es muy importante realizar estos análisis para poder verificar los puntos débiles y los puntos fuertes de la microempresa.

El análisis situacional es el fundamento de la definición del planeamiento, dado que el mismo se produce la vinculación de la empresa con su contexto y competencia. El análisis situacional también se lo denomina como análisis FODA, por las iniciales de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. (Faga, 2012, pág. 178)

2.01 Ambiente Externo

“El término ambiente externo se refiere a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que pueden influir en su desempeño” (Robbins, 2014, pág. 64)

El ambiente Externo son fuerzas que rodean a la microempresa, pero no se puede controlar, la empresa tiene que adaptarse a ellas.

Adicional es importante el estudio y análisis que se realizara para que el proyecto se ejecute de la mejor manera, utilizando el conocimiento adquirido para implementar el presente estudio de factibilidad.

2.01.01 Factor Económico

El factor económico actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades socialmente humanas.

2.01.01.01 Pib (Producto Interno Bruto)

El Pib es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL Pib es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. (Fuentes, 2014, pág. 45)

Tabla 1
Producto Interno Bruto

FECHA	PIB	VARIACION
2014	70.105,4	
2015	70.174,7	0,10%
2016	69.314,1	-1,23%
2017	70.955,7	2,37%
2018	71.705,2	1,06%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

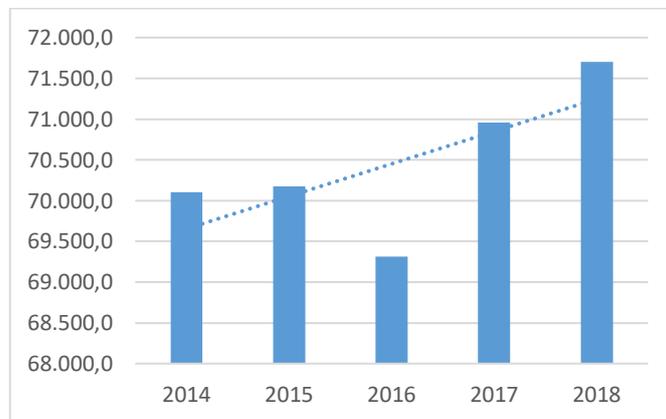


Figura 1 *Producto Interno Bruto*

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

En la figura se aprecia que el Producto interno bruto tiende a crecer y esto quiere decir que las empresas están produciendo más por tener una fuerte demanda del consumidor.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto Sectorial

La economía está formada por actividades muy diferentes. Así como hemos hablado del incremento en el valor agregado de toda la economía, también podemos analizar cuáles actividades son las que producen este incremento y cuales se van contrayendo conforme se desarrolla el país. (Schettino, 2010, pág. 144)

Tabla 2
Pib Sectorial

Período / Industrias	Comercio
2013	6.972,8
2014	7.216,4
2015	7.165,3
2016	6.880,9
2017	7.252,8

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

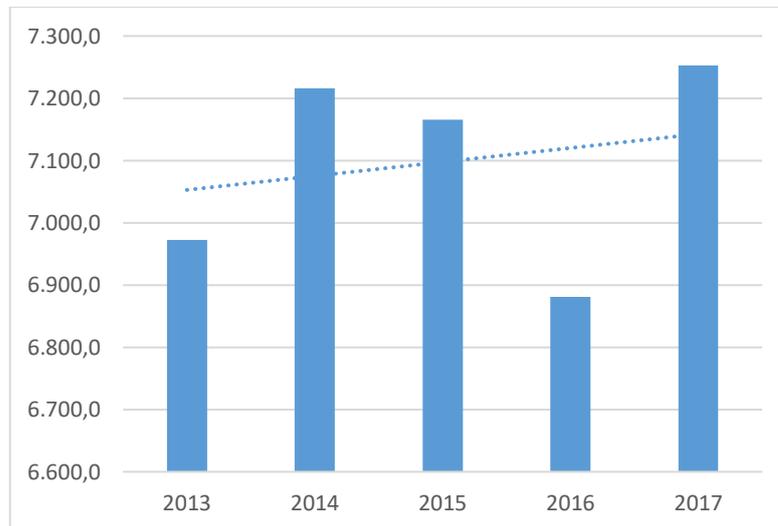


Figura 2: Pib Sectorial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

El Producto Interno Bruto Sectorial mide el crecimiento de la producción de bienes y servicios por en el cual se desarrollará el presente proyecto, de tal forma se podrá conocer cuál es sector en el cual se encontrará ubicado el microempresa, se aprecia que en el sector de la comercialización de productos se tiene un crecimiento y es bueno para la microempresa ya que hay un crecimiento del mercado al que está enfocado.

2.01.01.03 Inflación

“La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país. Para medir el crecimiento de la inflación se utilizan índices, que reflejan el crecimiento porcentual de una canasta de bienes ponderada.” (Pérez, 2011, pág.32)

Tabla 3
Inflación general

FECHA	INFLACIÓN
dic-14	3,67%
dic-15	3,38%
dic-16	1,12%
dic-17	-0,20%
dic-18	0,27%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

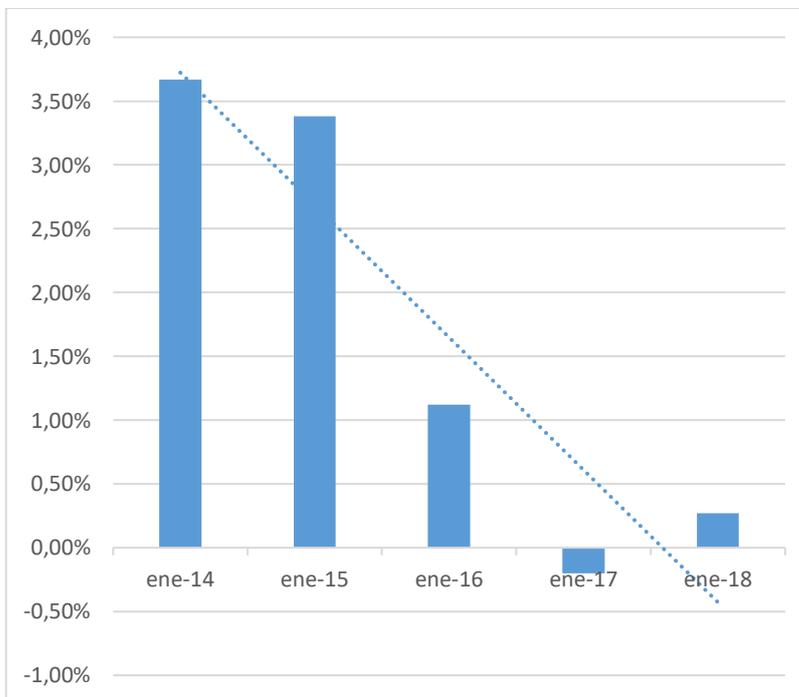


Figura 3 Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

Este indicador denota una decreciente en un porcentaje del 0,20% en referencia a la inflación , y esto implica una poca rentabilidad del proyecto y el crecimiento de la misma, es decir, mientras sea negativa la inflación se convierte en deflación cuando los precios de los bienes y servicios tiende a disminuir.

2.01.01.04 Inflación por Ciudades

La inflación se puede medir por ciudades para poder analizar donde proviene el incremento de los valores.

Tabla 4
Inflación por Ciudades

FECHA	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA	ESMERALDAS
dic-14	3,89%	3,40%	3,57%	3,97%
dic-15	3,20%	3,30%	4,29%	3,91%
dic-16	1,07%	1,12%	1,06%	2,49%
dic-17	-0,15%	-0,09%	-0,17%	-1,00%
dic-18	0,49%	0,54%	0,68%	0,07%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

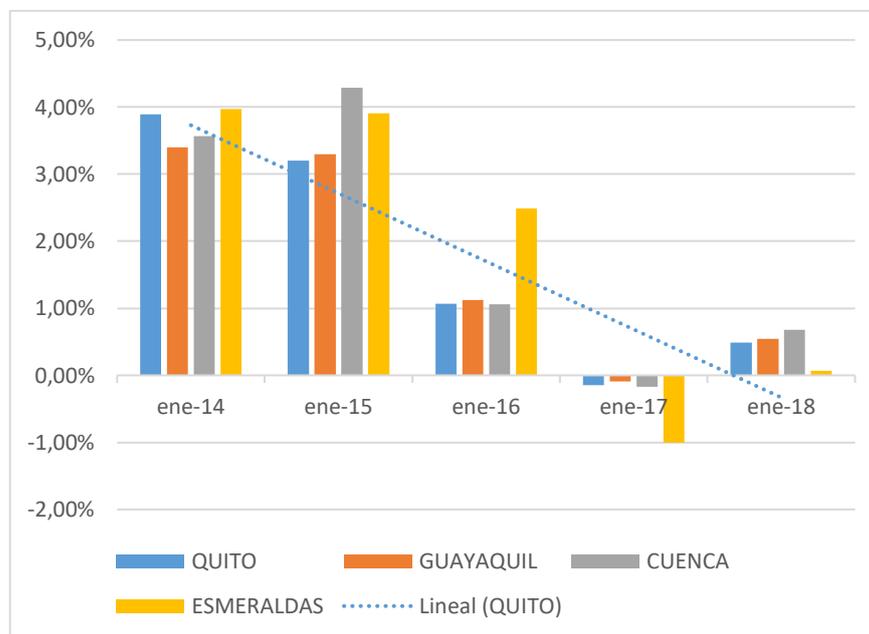


Figura 4 *Inflación por Ciudades*

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

Este indicador denota una decreciente en un porcentaje del 0,15% en referencia a la inflación, y esto implica una poca rentabilidad del proyecto y el crecimiento de la misma, es decir, mientras sea negativa la inflación se convierte en deflación cuando los precios de los bienes y servicios tiende a disminuir, se enfoca netamente a la ciudad de Quito en donde se realizará el proyecto.

2.01.01.05 Riesgo País

El concepto de riesgo país está asociado a la probabilidad de incumplimiento en el pago de la deuda externa de un país, expresado en un índice de riesgo país. Este índice representa en un tiempo determinado el nivel del riesgo de investigación en un país emergente. (Guzmán, 2013, pág. 57)

Tabla 5
Riesgo País

FECHA	PUNTOS
ene-18	442
feb-18	490
mar-18	544
abr-18	667
may-18	671
jun-18	761
jul-18	603
ago-18	725
sep-18	622
oct-18	722
nov-18	740
dic-18	826

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

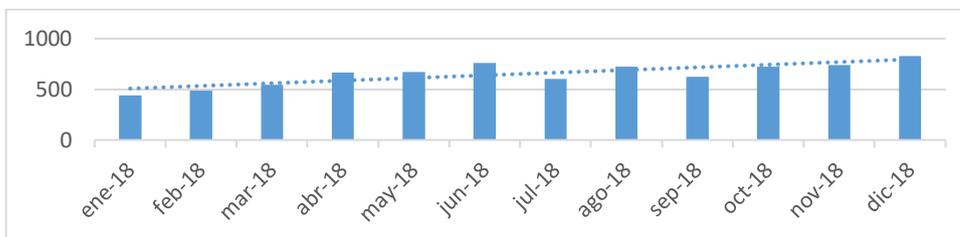


Figura 5 Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

La tendencia del riesgo país está en incremento, eso quiere decir que el país tiene una desventaja en el financiamiento en el extranjero la tendencia es creciente al último mes del año.

2.01.01.06 Tasa de Interés

En términos generales, se define a la tasa de interés como el rendimiento porcentual que se paga durante algún periodo contra un préstamo seguro al que rinde cualquier forma de capital monetario en un mercado competitivo excepto de riesgos, o en el que todos los riesgos están asegurados mediante primas adecuadas. (Soto, 2011, pág. 127)

2.01.01.06.01 Tasa Activa

“Se llama Tasa Activa, cuando es la que cobra por otorgar un préstamo, por ejemplo la tasa que cobra un banco a una empresa por un crédito.” (Churión, 2012, pág. 209)

Tabla 6
Tasa Activa

FECHA	TASA
dic-14	22,32%
dic-15	24,25%
dic-16	21,48%
dic-17	21,07%
dic-18	20,24%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

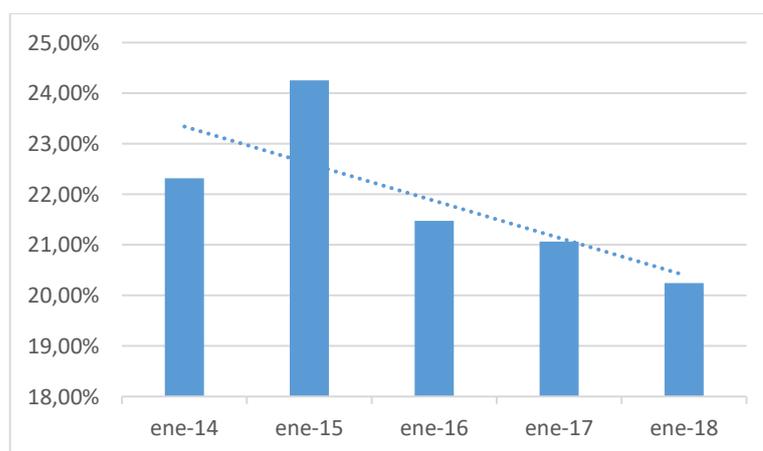


Figura 6 Tasa Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

La tendencia de tasa activa se fomenta a préstamos, que quiere decir, que tiene una tendencia baja de interés, factor positivo para el proyecto y se puede solicitar un crédito.

2.01.01.06.02 Tasa Pasiva

“Es pasiva, cuando se trata de la que pagan los bancos por cuentas de ahorro o depósitos a plazo.” (Churión, 2012, pág. 209)

Tabla 7
Tasa Pasiva

FECHA	TASA
dic-14	7,16%
dic-15	6,89%
dic-16	7,52%
dic-17	7,05%
dic-18	7,73%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

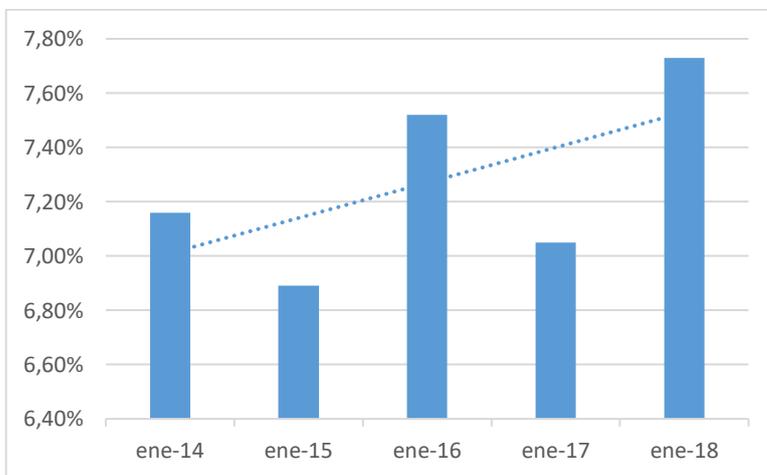


Figura 7 Tasa Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

La tendencia de tasa pasiva se analiza por rentabilidad, ya que para el proyecto es factor positivo, porque mientras más sube se puede diversificar el riesgo y tener un mayor rendimiento en un plazo mayor a un año.

2.01.02 Factor Social

El Factor Social está compuesto por las culturas, expectativas, educación, costumbres, creencias, religiones etc. de un grupo o de una determinada sociedad, esto varía dependiendo el país. (Pérez, 2010, pág.44).

2.01.02.01 Pea (Población Económicamente Activa)

La población económicamente activa comprende a las personas de 10 años y más edad, que producen bienes o servicios. El resto de la población de ese grupo de edad se clasifica como población económicamente inactiva. Dentro de la población inactiva están por ejemplo los estudiantes que se dedican solo a esa actividad. (Rosado Sanchez, 2012, pág. 88)

Tabla 8
Población Económicamente Activa

FECHA	PEA
dic-14	7194521
dic-15	7498528
dic-16	7874021
dic-17	8086048
dic-18	8027130

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

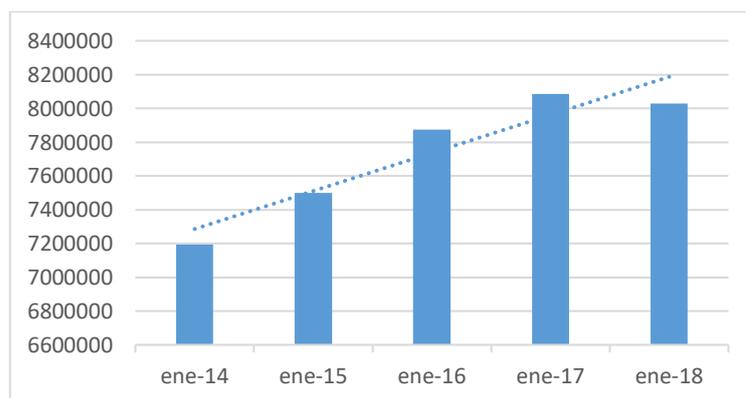


Figura 8 Población Económicamente Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

La tendencia de La Población Económicamente Activa, es creciente lo cual es lógico ya que tiene una relación directa con la tasa de crecimiento poblacional.

2.01.02.02 Empleo

Se denomina empleo a la generación de valor a partir de la actividad productiva por una persona. Es decir el empleado contribuye con su trabajo y conocimiento a favor del empleador a cambio de una compensación económica conocida como salario. (Pérez, 2010, pág.66).

Tabla 9
Empleo

FECHA	CANTIDAD	EMPLEO
dic-14	6921107	49,30%
dic-15	7140636	46,50%
dic-16	7463579	41,20%
dic-17	7712177	42,30%
dic-18	7731032	40,60%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

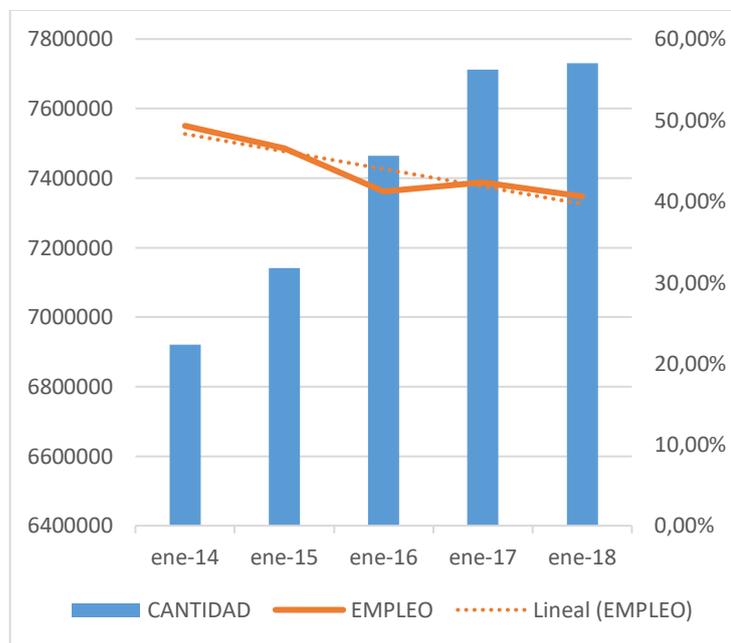


Figura 9 Empleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

En este factor demuestra un incremento lo cual es positivo para el proyecto ya con personas que tienen un empleo estable hay un ingreso económico para la adquisición del producto y en la tabla se valida que tenemos un crecimiento en el factor.

2.01.02.03 Desempleo

“Será aquella situación en que se encuentra quienes, pudiendo y queriendo trabajar pierdan su empleo o vean reducida su jornada ordinaria de trabajo.” (Gómez Planas, 2009, pág. 998)

Tabla 10
Desempleo

FECHA	CANTIDAD	%
dic-14	273414	3,80%
dic-15	357892	4,77%
dic-16	410441	5,20%
dic-17	373871	4,60%
dic-18	296097	3,70%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

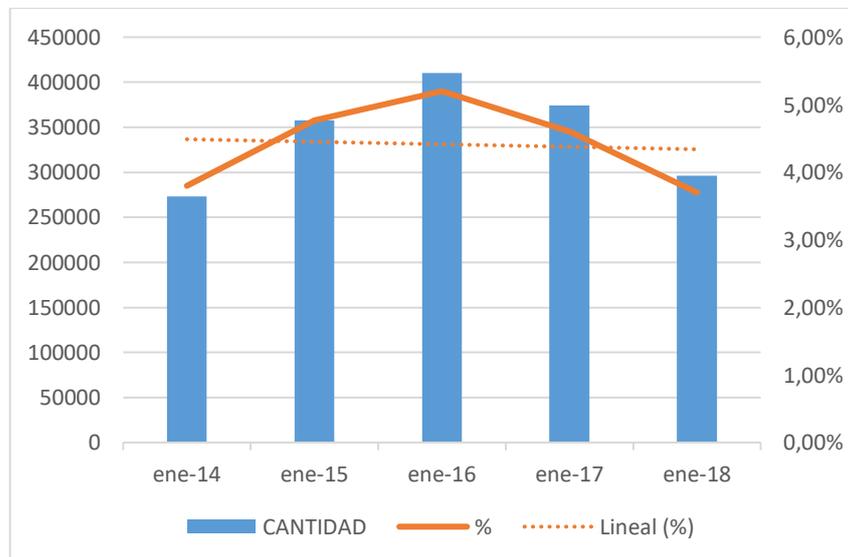


Figura 10 Desempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Santiago Gudiño

En este factor demuestra un decremento lo cual es positivo para el proyecto ya con personas que tengan un trabajo estable hay un ingreso económico para la adquisición del producto.

2.01.02.04 Subempleo

Es un empleo por tiempo no completo, retribuido por debajo del mínimo o que no aprovecha la capacidad del trabajador. (Gardey, 2010).

Tabla 11
Subempleo

FECHA	CANTIDAD	SUBEMPLEO
dic-14	925774	12,87%
dic-15	1050646	14,01%
dic-16	1564825	19,87%
dic-17	1602909	19,80%
dic-18	1323724	16,50%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Santiago Gudiño

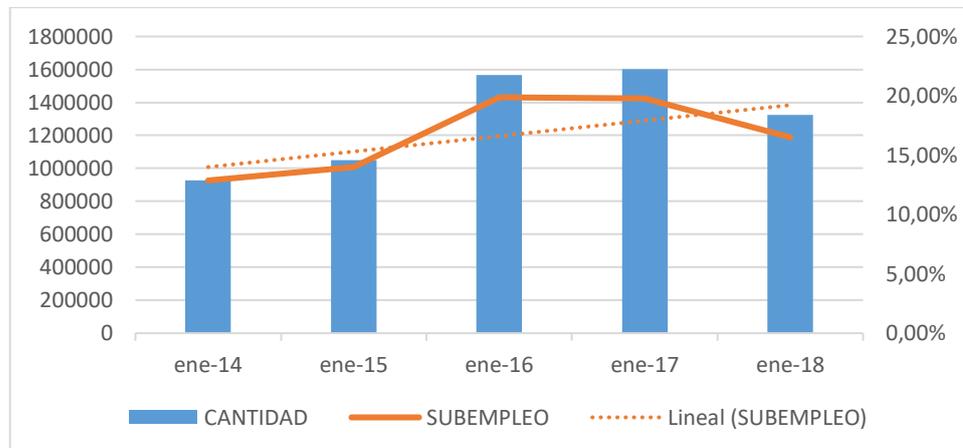


Figura 11 *Subempleo*

Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Santiago Gudiño

En este factor demuestra que el subempleo tiende a disminuir, lo cual es una oportunidad para el proyecto ya que si este indicador estuviera en incremento fuera negativo para el proyecto debido que habría más personas que registren ingresos

menores al básico y los consumidores optimizarían sus gastos y muy probablemente no adquieran el producto.

2.01.03 Factor Legal

Es aquel que debe cumplir con todos los permisos y obligaciones que requiere para el funcionamiento de una microempresa. Cada requisito legal debe ser cumplido de acuerdo a lo dispuesto.

- **Registro Único de Contribuyente**

- Cédula y papeleta de votación
- Planilla de Servicios Básicos
- Contrato de arriendo (Si aplica).
- Formulario Servicio de Rentas Internas

A la apertura del Registro Único de Contribuyentes se determinan la razón social del proyecto, así como su nombre comercial. Estos son:

Razón Social: Santiago Fernando Gudiño Mariño

Nombre Comercial: ENERYUSA

- **Requisitos para sacar la Patente Municipal de Quito**

- Formulario de inscripción de patente
- Copia de la cédula y papeleta de votación
- Copia del RUC
- Correo electrónico personal y número telefónico

- **Certificado de seguridad del cuerpo de bombero**

- Adquirir un extintor según dimensiones del local
- Recargar según su fecha de vencimiento

- **Requisitos para la LUAE**

- Formulario de solicitud LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia del representante legal (Si declara rotulo)

- Si el local no es propio: Autorización del dueño

2.01.04 Factor Tecnológico

“Los factores tecnológicos en nuestros días son cada vez más determinantes para asegurar la competitividad del proyecto.” (Hernández, 2009, pág. 39).

En una era tecnológica, hay factores que todo negocio naciente debe tener, no sólo darse a conocer sino también que les permite mantenerse vivos. Las distintas opciones de conexión, de digitalización y de rapidez que ha ofrecido el desarrollo tecnológico le ha permitido a muchas empresas no morir y, por el contrario, darse a conocer o llegar a más clientes.

Para la creación del presente proyecto es necesario tener tecnología, ya que se utiliza máquinas para la fabricación de la bebida energética Guayusa con, lo cual no es importante obtener una tecnología de punta, las maquinas se pueden obtener en cualquier lugar del país fácilmente y sin complicaciones.

2.02 Entorno Local

Son elementos que se relacionan con la empresa, los cuales influyen en las operaciones diarias de la empresa, estos entornos incluyen competidores, clientes, proveedores, socios estratégicos. (Carpio, 2000).

Así, se podría decir que el ambiente está compuesto por todos aquellos factores, internos o externos, que influyen directa o indirectamente es su actividad. Lo anterior implica que en tanto elementos de acción directa como de acción indirecta, los cuales afectan en mayor o menor medida la actividad empresarial.

2.01.01 Clientes

“El concepto de cliente lleva aparejados el acto de pagar y la capacidad de elección. Un cliente es alguien que elige y compra algo.” (Varo, 1994, pág. 12)

Tabla 12
Segmentación de Clientes

Segmentación
Personas entre 10 años de edad hasta los 65
Hombres y mujeres del sector Turubamba Bajo
Deportistas de los alrededores
Empleados Privados

Fuente: *Investigación Propia*

Autor: *Santiago Gudiño*

Además se considera que existen posibilidades de vender el producto a ciertos clientes mayoristas como:

Tabla 13
Clientes

Clientes	Descripción
Público General	De acuerdo al target
Supermercados	Santa María, Santi Tienda
Gimnasios	Arias, Fuerza y Figura, Gym Guerra, Gym Azul

Fuente: *Investigación Propia*

Autor: *Santiago Gudiño*

Los clientes potenciales son todas aquellas personas que deseen consumir una bebida energética saludable, es decir no hay restricciones en base a la edad de los clientes. En la matriz se detalla las principales tiendas o comercializadoras a las cuales se proveerá de la bebida natural, estas se encuentran ubicadas en puntos estratégicos como son centros comerciales donde existe gran afluencia de personas, permitiendo una mayor accesibilidad de adquirir el producto así como conseguir nuevos clientes.

Se proveerá también a pequeños gimnasios en el sur del distrito metropolitano de Quito ya que la demanda en los centros fitness es alta, siempre buscando atraer nuevos clientes para expandir la microempresa de una manera eficaz y eficiente.

2.02.02 Proveedores

“La obtención del cumplimiento de las condiciones de seguridad, buen precio y cumplimiento del plazo en los productos y servicios” (Aguirres, 2001, pág. 200)

Tabla 14
Proveedores

Proveedores	Descripción
Agricultores de Archidona	Entrega de la Guayusa Procesada, Limones
Supermaxi	Panela, Agua

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Los proveedores son elegidos principalmente por la calidad y precios que ofrecen, al tener determinados quienes serán los proveedores de lo necesario (materia prima y demás insumos) para ejercer la actividad, esto genera una especie de ventaja ya que de ellos depende la producción y el cumplimiento con los clientes.

Otro factor importante al hablar de proveedores es el poder de negociación, la capacidad de influir para obtener mejores beneficios a la hora de negociar precios y condiciones, este poder puede poseer tanto el cliente como el proveedor dependiendo de los factores en contra y a favor, es necesario llegar a un gran convenio con los proveedores.

2.02.03 Competidores

Los competidores, son por tanto todos aquellos entes que representan a las empresas que responden a las necesidades del mercado, mediante productos y servicios, actúan de acuerdo con lo que necesita el cliente y se encuentran influenciados por factores tan importantes, como los costes de producción, la tecnología, los cambios ambientales, en la moda y otros, etc. (Rojas, 2014, pág. 50)

Tabla 15
Competidor Directo

Nombre	Descripción
Guayusa Fresh	Bebida energética a base de guayusa

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Adicional existen competidores indirectos en las bebidas energéticas que no son naturales:

Tabla 16
Competidor Indirecto

Nombre	Descripción
Red Bull	Bebida energizante venden en tiendas y supermercados
Volcan	Bebida energizante venden en tiendas y supermercados
Monster	Bebida energizante venden en tiendas y supermercados
V220	Bebida energizante venden en tiendas y supermercados
Vive100	Bebida energizante venden en tiendas y supermercados

Fuente: *Investigación Propia*

Autor: *Santiago Gudiño*

Se aprecia que la microempresa no tiene competidores directos ya que ninguna se dedica a la elaboración y distribución de bebidas energéticas a base de guayusa, en el Tena provincia de Napo hay una empresa que se dedica a la distribución de guayusa pero no a la elaboración de la bebida.

La mayor competencia se encuentra en bebidas energéticas con alto contenido de azúcar y químicos que alteran el sistema nervioso central, pero la microempresa contará con una ventaja competitiva que será ofrecer una bebida energética natural sin químicos que liberan energía sin alterar el sistema nervioso del consumidor.

Para mantener la ventaja competitiva también se deben formular estrategias, tomar acciones, fomentando así un buen posicionamiento de la microempresa en el mercado, y demostrar que tiene la capacidad de ser competitiva.

2.03 Análisis Foda

Es un análisis hacia dentro y hacia fuera de la organización, un diagnóstico que se realiza con el propósito de apreciar exactamente cuáles son los espacios de maniobra que ofrecen. Apunta a evitar riesgos, superar limitaciones enfrentar los desafíos y aprovechar las potencialidades que aparecen en dicho análisis. (Granica, 2006, pág. 27)

2.01.01 Matriz Análisis Internos

Se toma en cuenta que por ser un proyecto el cual se pretende implementar se puede realizar análisis de los factores internos ya que los externos no se pueden medir hasta que la microempresa se encuentre implementada.

Tabla 17
Parámetros

PARAMETROS	DETALLES
ALTO	Amplia incidencia de la variable estudiada en la gestión
MEDIO	Relativa incidencia de la variable en la gestión
BAJO	Poca incidencia de la variable en la gestión

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

Adicional se puede hacer la tabla del análisis de factores internos en el cual se puede medir las oportunidades y amenazas.

Tabla 18
Análisis Internos

Indicadores	Oportunidades			Amenazas		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Inflación					X	
Riesgo País					X	
Tasa de Interés	X					
TCP		X				
Pea		X				
Tasa de Desempleo				X		
Factor Legal		X				
Clientes		X				
Proveedores	X					
Competencia					X	
Total	2	4	0	1	3	0

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

Al terminar la ponderación se determina que existen siete oportunidades la mayoría de impacto medio, estos resultados son fundamentales para la existencia y desarrollo de la organización ayuda a plantear las actividades que se deberían poner en marcha para aprovechar las oportunidades detectadas.

Hasta el momento la realización del proyecto parecería viable porque su entorno es favorable, mientras que en las amenazas surgieron dos la competencia e inflación con un impacto medio. Estas amenazas pueden disminuir el nivel de producción de la microempresa por falta de clientes, estos riesgos siempre van a existir permitirá crecer, mejorar y ser competitivos en el mercado.

2.04 Propuesta Estratégica

Es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes a corto, mediano o largo plazo por parte de la organización, con el propósito de alcanzar objetivos y metas. Brindar un producto saludable, delicioso que pueda ser consumido por personas de diferentes edades, también obtener un reconocimiento por parte de los clientes lo que dará como resultado un posicionamiento efectivo en el mercado.

2.01.01 Misión

Es la definición del negocio y tiene que ver con lo que es y lo que hace la empresa. Hay que considerar esta variable desde la perspectiva de las necesidades que satisface la empresa, y no desde el punto de vista de los productos o servicios que producimos. (Campoy, 2007, pág. 41)

Ser una microempresa dedicada a la elaboración y distribución de una bebida energética a base de guayusa, preservando el bienestar del consumidor con un producto de calidad a un precio justo, demostrando compromiso y transparencia con nuestros clientes

2.04.02 Visión

“Es el lugar hacia dónde quiere llegar la organización, el objetivo último”.
(Campoy, 2007, pág. 41)

Llegar a ser en el año 2024 una microempresa competitiva y rentable, reconocida por elaborar y expender una bebida energética natural a nivel nacional, manteniendo siempre un enfoque de mejora para lograr un posicionamiento en el mercado.

2.04.03 Objetivos

El objetivo impulsa al individuo a tomar decisiones y perseguir sus aspiraciones.

2.04.03.01 Objetivo General

Ser una microempresa dedicada a la producción y comercialización de una bebida energética natural a base de guayusa y así ser líderes en el mercado, brindando una nueva alternativa para consumir un producto natural, obteniendo rentabilidad e ingresos para el crecimiento de la microempresa.

2.04.03.02 Objetivos Específicos

- Realizar compras de materia prima nacional.
- Generar satisfacción en los clientes, con los productos y servicios garantizando nuestro compromiso y responsabilidad.
- Ser líderes en el mercado y así tener mayores ingresos

2.04.04 Principios y Valores

Para que la empresa pueda desenvolverse de una manera adecuada se guiará en los siguientes principios y valores:

- **Principios**
 - Mejora continua: Ayudar a los empleados para que desarrollen sus aptitudes y aprovechen su capacidad al máximo aportando al desarrollo y mejoramiento de la organización.

- Comunicación: entablar una buena relación con los trabajadores creando un ambiente de paz y armonía, tomando en cuenta todas las ideas que pueden proporcionar el personal para aplicarlas en el mejoramiento de la microempresa.
 - Trabajo en equipo: Compromiso a unir todos los conocimientos, capacidades para cumplir los objetivos y así fomentar el compañerismo.
 - Satisfacción global del cliente: Promover relaciones de confianza a largo plazo manteniendo un compromiso empresarial ético y transparente con los clientes demostrando la competitividad.
- **Valores**
 - Transparencia: Una gestión siempre objetivamente, clara y concreta fundamentando la virtud de la veracidad en los colaboradores.
 - Compromiso: fortalecer la confianza de los clientes ofertando productos de calidad, y a la vez promover la pro actividad en los empleados para el cumplimiento de los objetivos.
 - Respeto: interactuar colectivamente identificando los intereses, la diversidad individual manteniendo una mentalidad moderna y abierta a todo pensamiento o criterio.
 - Integridad: trabajar conjuntamente con todos los colaboradores de la microempresa con firmeza, honestidad, coherencia y desarrollarse en un ambiente con ética.

2.04.05 Gestión Administrativa

“La gestión administrativa de la empresa se encarga de que dicho proceso se haga de la manera más eficaz y eficiente posible.” (Caldas, Carrión, & Heras, 2014, pág. 13)

Es importante para obtener eficiencia en los procesos que se lleva a cabo en la organización y así buscar puntos de mejorar para el incremento de los ingresos empresariales fortaleciendo la microempresa.

2.04.05.01 Organigrama de la Gestión Administrativa



Figura 12 Organigrama Administración
Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

2.04.05.02 Manual de Funciones

Tabla 19
Manual de Funciones

Administrador	
CARGO:	
REQUISITOS	1.- Edad entre 28 a 35 años 2.- Título universitario en Administración de Empresas o carreras afines 3.- Experiencia mínima 1 año en cargos similares
FUNCIONES:	1.- Planificar, organizar, dirigir y controlar la microempresa 2.- Selecciona el personal adecuado según sus habilidades, capacidades y asigna tareas. 3.-Toma decisiones y dirige el rumbo de la microempresa hacia sus objetivos

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

2.04.06 Gestión Operativa

Debe ocuparse de la administración y la gestión eficiente de los recursos necesarios para la producción y prestación de servicios, lo que convierte a esta función empresarial en el pilar básico para la consecución de la competitividad empresarial. (Gómez & Dopacio, 2014)

La gestión operativa en la microempresa es muy importante ya que detalla las funciones y roles que debe desempeñar cada empleado, además definen el tiempo y los recursos que serán utilizados para la fabricación del producto.

2.04.06.01 Organigrama Operativo



Figura 13 Gestión Operativa
Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

2.04.06.02 Manual de Funciones

Tabla 20
Manual de Funciones Operativas

Operarios		
CARGO:		
REQUISITOS:	1.- Edad entre 24 a 45 años 2.- Título de Bachiller 3.- Experiencia mínima 1 año en cargos similares	
FUNCIONES:	1.- Conocer el proceso de producción 2.- Cumplir con todas las normas implementadas 3.- Realizar todos los procesos en una forma ordenada y así el producto final sea el mejor	

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

2.04.07 Gestión Comercial

“Debemos entender el análisis de la situación interna y externa, la determinación de los objetivos comerciales y la formulación de estrategias conducentes a ellas, así como su implementación y conducción” (García & Fernando, 2005, pág. 5)

La gestión comercial es importante para que la microempresa logre todos sus objetivos propuestos, a través de estrategias que se utilizará para la venta, promociones para dar a conocer el producto, la fijación del precio, y el lugar donde se comercializará el producto.

2.04.07.01 Organigrama Gestión Comercial



Figura 14 Organigrama Comercial
Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

2.04.07.02 Manual de Funciones Ventas

Tabla 21
Manual de Funciones Ventas

Ventas		
CARGO:		
REQUISITOS:	1.- Edad entre 24 a 45 años 2.- Título de Bachiller- Curso de Ventas 3.- Experiencia mínima 1 año en cargos similares	
FUNCIONES:	1.- Conocer estrategias de Ventas 2.- Cumplir con todas las normas implementadas 3.- Brindar un excelente servicio al cliente	

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

2.04.07.03 Marketing Mix

- **Producto**

El producto es todo aquello, bien o servicio, que sea susceptible de ser vendido.

El producto depende de los siguientes factores: la línea (por ejemplo, calzado para varones), la marca (el nombre comercial) y por supuesto, la calidad.

“Energysa” se dedicara a la fabricación y comercialización de una bebida energética a base de guayusa, la cual es saludable para el consumidor se producirán dos presentaciones de 600 ML. Y una presentación de 400 ML.

- **Logotipo**



Figura 15 Logotipo de la microempresa

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

El presente logotipo contiene una imagen adecuada para el interés del cliente ya que está compuesta por un diseño atractivo, lo cual está conformado por colores llamativos y un diseño innovador.

Significado de los colores:

- Verde: Ecología y salud
- Amarillo: Energía resplandor y brillantez
- Anaranjado: Alegría, creatividad y éxito
- Blanco: Pureza y bondad

➤ **Slogan**

"Energía que libera tu alma"

Figura 16 Slogan de la microempresa

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

El slogan se ve enfocado a los antepasados que consumían productos naturales para tener un óptimo estado de salud y además liberaban energía produciendo y bebiendo la Guayusa.

La energía que libera el alma.

• **Precio**

El precio es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto

➤ **Precio Sombra**

Es el valor que se le designa al momento de producir o consumir un bien o servicio para encontrar una respuesta que obtenga un mejor resultado o que de mayores ganancias.

➤ **Precio Costeo más Margen de Utilidad**

Es la fijación de precios de acuerdo al costo de producción y al margen de ganancias del bien, es decir, los gastos que genera crear el producto y el valor que tiene como ganancia en cada venta.

La microempresa utilizará los dos métodos de precio, ya que el precio costeo más margen de utilidad se fija de acuerdo a los costos que se utilizará al fabricar el producto, lo que garantiza las ganancias y evitará el riesgo de pérdidas, tomando en cuenta que se utilizará los precios más convenientes de los proveedores, y por otra parte es necesario el precio sombra, ya que son los que se encuentran en el mercado y son necesarios para establecer el límite en el precio del producto.

- **Promoción**

La promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos, y así poder crear la necesidad del cliente con el producto.

Adicional los siguientes complementos:

- **Hoja Membretada**
- **Uniformes**
- **Esferos**
- **Shakers**
- **Tarjeta de Presentación**

- **Redes Sociales**

Energysa se dará a conocer mediante páginas web y a través del Facebook, ya que es una red social muy conocida y utilizada por todas las personas, mediante la cual se pondrá a disposición toda la información acerca del producto.

- **Volantes**

Energysa como estrategia de publicidad se entregará volantes a todas aquellas personas que se encuentren cerca del sitio de venta, en el cual podrán observar los

modelos que ofrece la microempresa, generando la atracción del cliente por el producto.

➤ **Tarjeta de Presentación**

La microempresa entregará tarjetas de presentación a aquellas personas que al momento de realizar una venta queden satisfechas con el producto, y logren tener un contacto con la microempresa, en el cual se da a conocer el número de teléfono, nombre del propietario, número del local y la dirección.

Todo lo referente a las estrategias de comercialización y la imagen y papelería corporativa se indica en el ANEXO 1.

• **Plaza**

La Plaza o distribución es otra de las famosas P's de la mezcla de mercadeo y se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen.

Esto incluye: Puntos de venta o de atención, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios, todo aquello con lo que la empresa garantizará que el consumidor pueda tener posesión del producto.

El presente proyecto estará ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, Parroquia Turubamba, en el cual se tomará en cuenta dos canales de distribución, que son.

- El producto llega al cliente a través de un intermediario.
- El producto llega a las manos del cliente mediante el vendedor



Figura 17 Medio Distribución Intermediario

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño



Figura 18 Medio de Distribución al Cliente Final

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

CAPÍTULO III

3 Estudio de Mercado

“El termino estudio estudios de mercado designa la recogida sistemática, registro, tratamiento, análisis y presentación objetiva de los datos referentes al comportamiento, las necesidades, actitudes, opiniones, motivaciones, Etc.” (Múria & Gil, 2013, pág. 251)

3.01 Análisis del Consumidor

El análisis del consumidor se centra en recopilar información sobre el mercado, con el fin de lograr un perfil del consumidor basado en los factores demográficos y en factores de comportamiento tales como: actitudes, preferencias, conducta de compra, motivaciones. (Sulser & Pedroza, 2009, pág. 23)

2.01.01 Determinación de la Población y Muestra

- **Población**

“Llamaremos población a cualquier colección finita o infinita de individuos o elementos distintos, perfectamente identificables sin ambigüedad” (Quesada & Garcia, 2009, pág. 52)

Tabla 22
Población

Segmento	Habitantes
Ecuador	16.776.977
Sierra	7.504.942
Pichincha	3.059.971
Quito	2.239.191
Turubamba Bajo	31.160

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

- **Muestra**

“Llamaremos muestra de tamaño n a un subconjunto de n elementos de la población. Aquí solo consideramos muestreo aleatorio, que es aquel en el que la selección de la muestra se realiza mediante un experimento aleatorio” (Quesada & Garcia, 2009, pág. 52)

Para el presente proyecto se va a utilizar la muestra finita:

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

Nomenclatura:

n = Tamaño de la muestra

N = Población o universo (31 160)

P = Posibilidad de éxito (50%)

Q = Posibilidad de fracaso (50%)

E^2 =Margen de error (0.05)²

Z^2 =Nivel de confianza (1,96)²

Cálculo:

N = 31.160

P = 50%

Q = 50%

E^2 = (0.05)²

Z^2 = (1,96)²

$$n = \frac{31160 \cdot 0,50 \cdot 0,50 \cdot (1,96)^2}{(31\ 160 - 1)(0,05)^2 + 0,50 \cdot 0,50 \cdot (1,96)^2}$$

$$n = \frac{299260,64}{78857,79} = 379$$

El número de encuestas a efectuar en el Sector de Turubamba en el Distrito Metropolitano de Quito es de 379 encuestas que se realizarán en los lugares tomados como referencia para la obtención de la población.

3.01.02 Técnicas de la obtención de la información

Existen varias formas para obtener información como:

- **Entrevistas**

“Es un diálogo que se sostiene con un propósito definido y no por la mera satisfacción de conversar” (Alles, 2008, pág. 25)

- **Encuestas**

“Se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada” (Grande & Abascal, 2010, pág. 14)

- **Observación**

La observación es una técnica antiquísima, cuyos primeros aportes sería imposible rastrear. A través de sus sentidos, el hombre capta la realidad que lo rodea, que luego organiza intelectualmente y agrega: La observación puede definirse, como el uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que necesitamos para resolver un problema de investigación. (Taylor, 1984, pág.66).

Se puede realizar la investigación mediante la observación sin embargo es un método que ya no se aplica en la época, ahora existen otros medios de investigación.

Dadas las características del presente proyecto se considera adecuado utilizar la técnica de la encuesta misma que se encuentra en el ANEXO 2.

3.01.03 Análisis de la información

1.- ¿Consumen usted bebidas energéticas?

Tabla 23
Consumo Bebidas Energéticas

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
NO	19	5%
SI	360	95%
Total general	379	100%

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

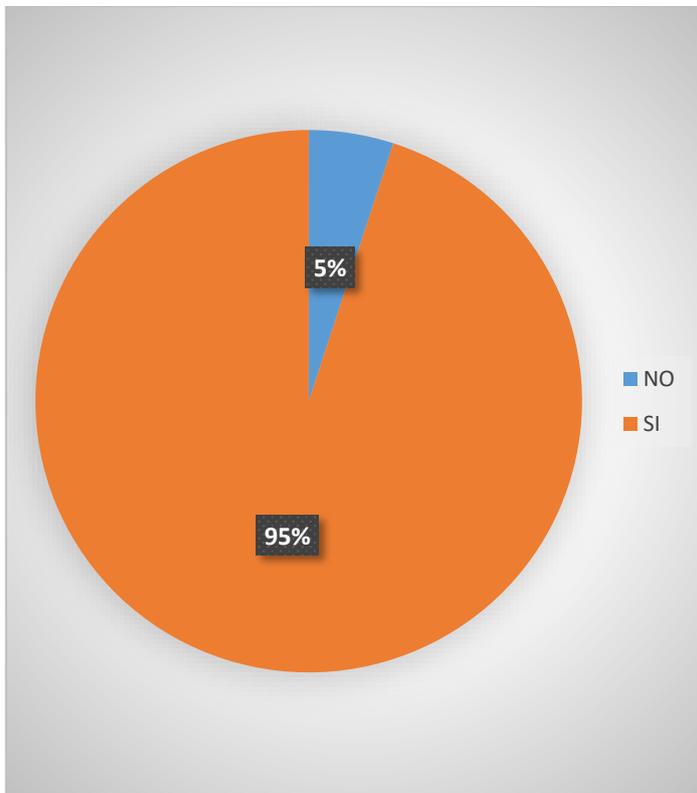


Figura 19 *Consumo Bebidas Energéticas*

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que el 95% consumen bebidas energéticas y el 5% respondió que no, es decir, la mayoría de los encuestados consumen bebidas energéticas, y esto es bueno para el proyecto.

2.- ¿Con qué Frecuencia usted consume bebidas energéticas?

Tabla 24
Frecuencia de Consumo

Frecuencia	Respuesta	Porcentaje
1 Vez al mes	98	27%
1 Cada Quincena	68	19%
1 Vez a la Semana	135	38%
1 vez al día	59	16%
Total	360	100%
N/A	19	-
Total	379	-

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

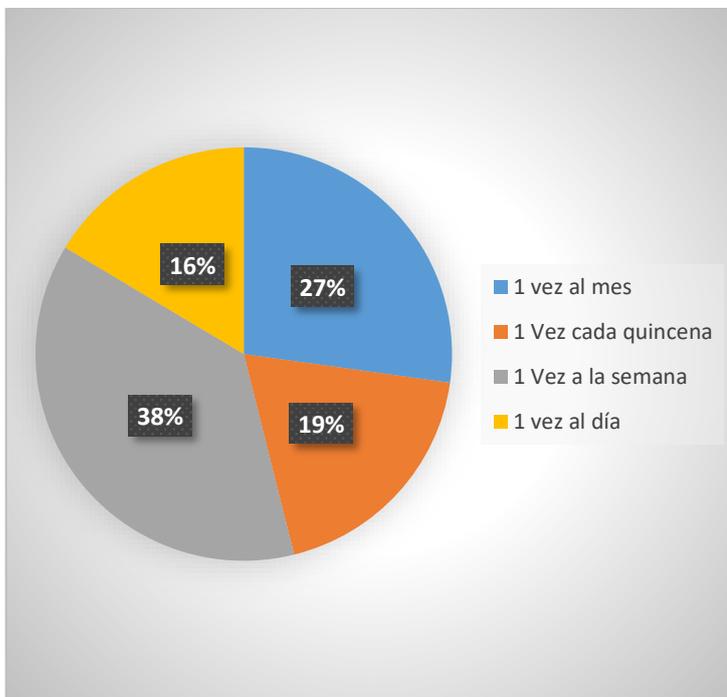


Figura 20 Frecuencia de Consumo

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que el consumo de bebidas energizante de manera seguida teniendo al mayor porcentaje el 38% que consume dos veces a la semana, siguiendo el 27% que consume una vez a la semana, esto quiere decir que adquieren bebidas energizante con frecuencia.

3.- ¿Cuánto Gasta en promedio en la compra de bebidas energizante?

Tabla 25
Gasto Promedio

Valor	Respuesta	Porcentaje
2 Dólares	68	19%
5 Dólares	98	27%
20 Dólares	135	38%
30 Dólares	59	16%
Total	360	100%
N/A	19	-
Total	379	-

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

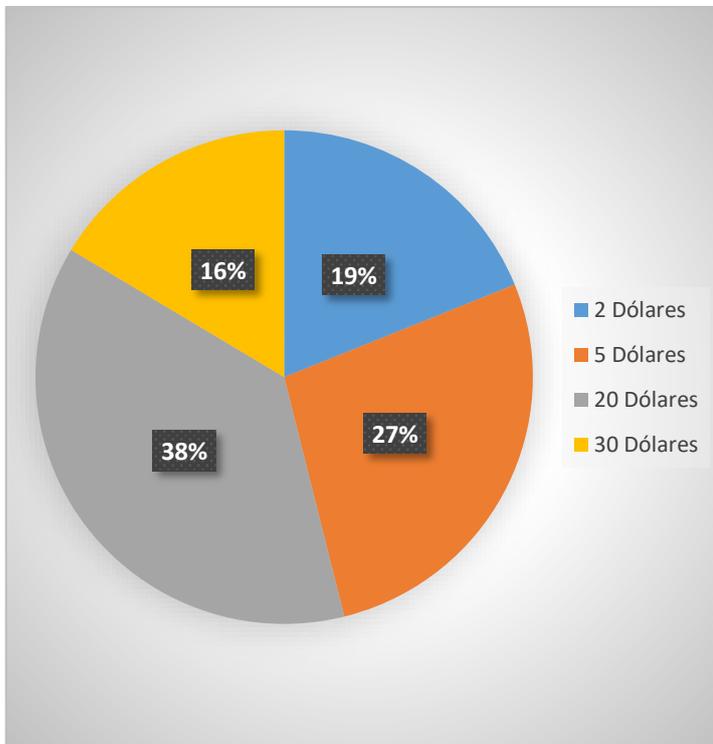


Figura 21 *Gasto Promedio*

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Claramente el análisis determina que hay un gasto promedio es alto en la opción de 20 dólares mensuales y en porcentajes equivale el 38% adicional la opción de 5 dólares también es alta con el 27%, así se valida que el gasto promedio está en el rango de consumo adecuado.

4.- ¿Está satisfecho con las bebidas energizante que ofrece el mercado actual?

Tabla 26
Satisfecho Con Productos de la Competencia

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
NO	299	83%
SI	61	17%
Total	360	100%
N/A	19	-
Total	379	-

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

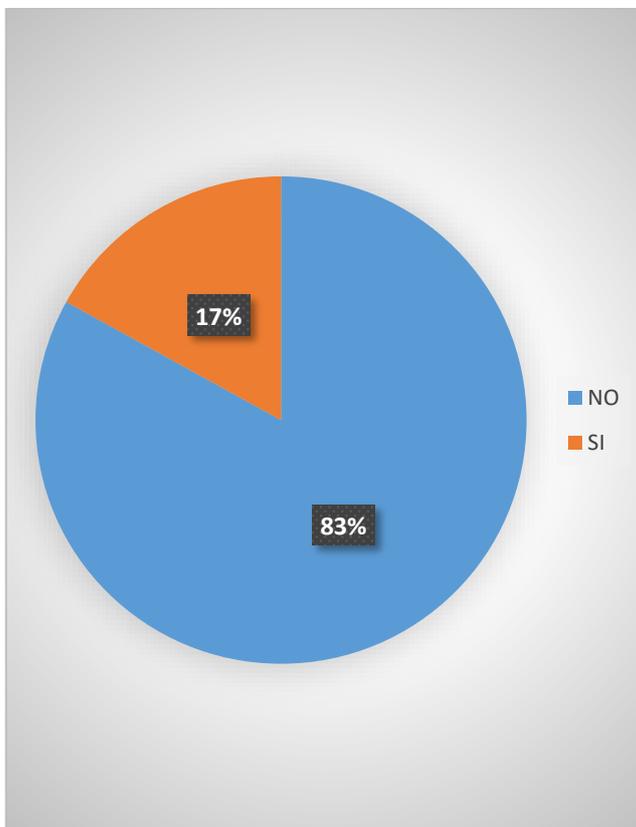


Figura 22 *Satisfecho Con Productos de la Competencia*

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Claramente el análisis determina que el 83% de toda la encuesta indica que no se siente satisfecho con los productos que ofrece el mercado, y esto es una oportunidad.

5.- ¿Estaría dispuesto a comprar una bebida energética natural a base de guayusa?

Tabla 27
Aceptación Del Proyecto

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
NO	10	3%
SI	369	97%
Total general	379	100%

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

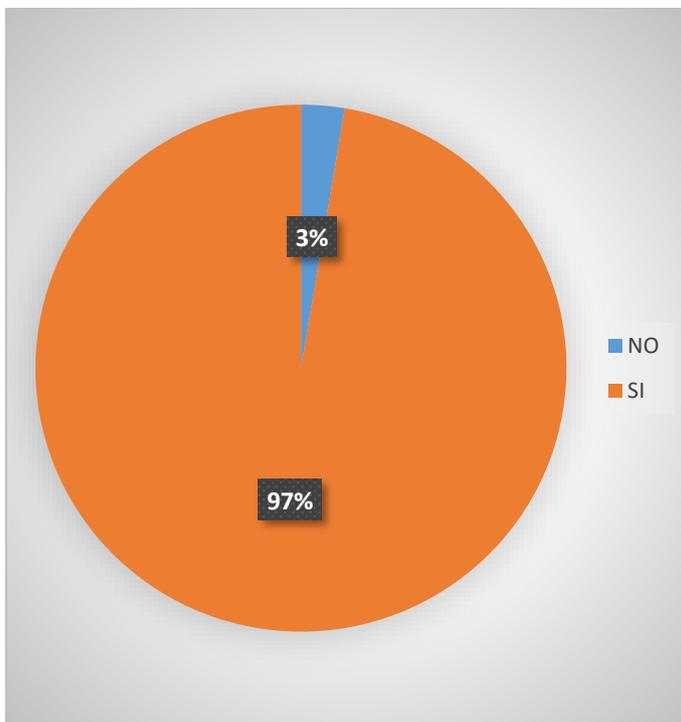


Figura 23 *Aceptación Del Proyecto*
Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que el 97 % desearía adquirir una bebida energética natural a base de guayusa y solo el 3% indica que no compraría lo cual es bueno para el proyecto ya que indica que si hay demanda.

6.- ¿En qué tamaño le gustaría consumir la bebida energética?

Tabla 28
Tamaño del Producto

Valor	Respuesta	Porcentaje
Mediano	290	79%
Pequeño	79	21%
Total	369	100%
N/A	10	-
Total	379	-

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

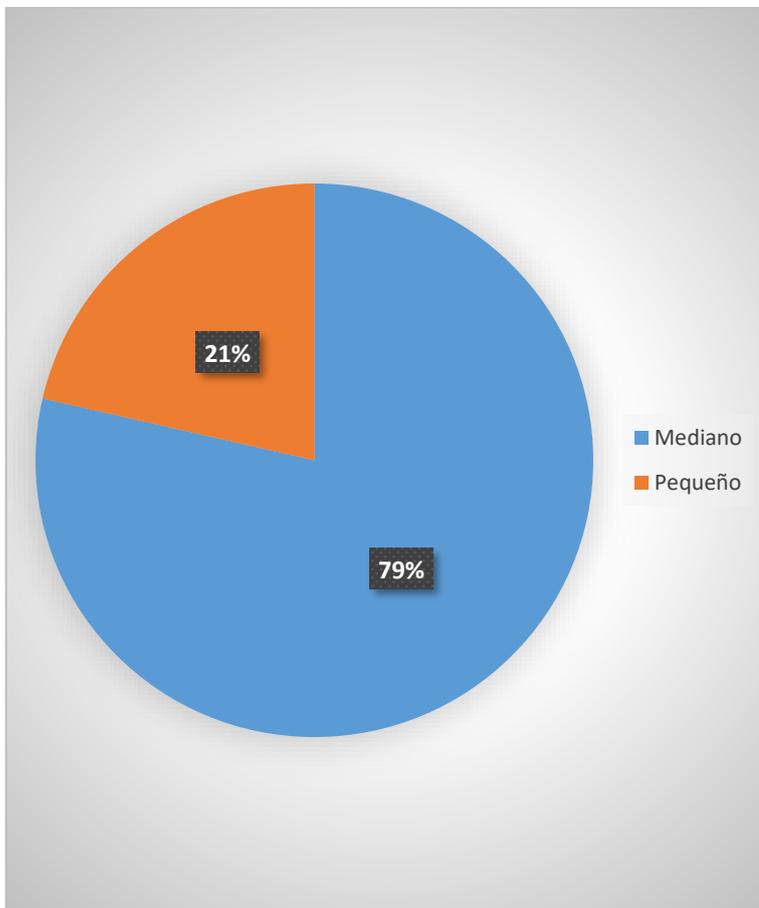


Figura 24 *Tamaño del Producto*

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Según lo que determina el mercado la mayor aceptación de producción de guayusa en un envase mediano y representa el 79% de la encuesta.

7.- ¿Dónde le gustaría adquirir la bebida energética natural?

Tabla 29

Centro de Comercialización

Venta	Respuesta	Porcentaje
Gym	60	16%
Supermercados	144	39%
Tiendas	165	45%
Total	369	100%
N/A	10	-
Total	379	-

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

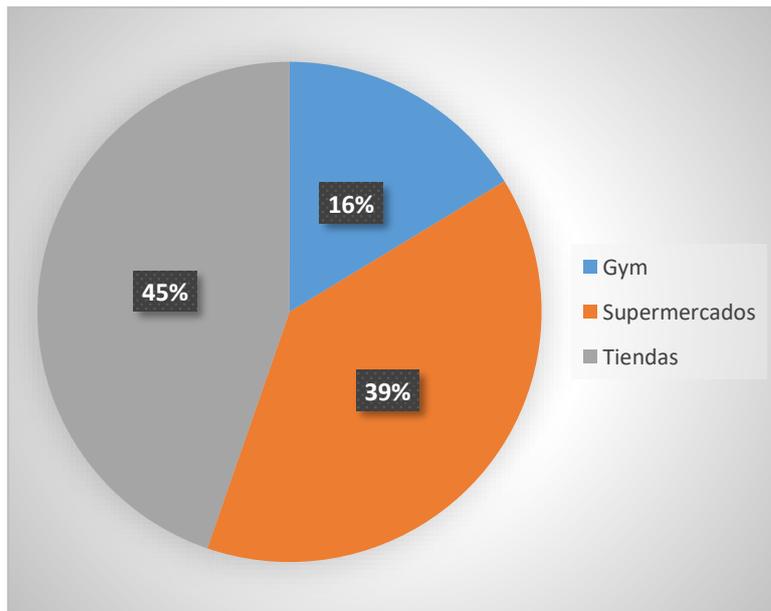


Figura 25 Centro de Comercialización

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Se procederá a realizar convenios a precios de mayoristas para que la microempresa crezca y así poder distribuir a los puntos de mayor frecuencia por el consumidor, adicional que el 45% desea adquirir el producto en las tiendas.

8.- Al momento de adquirir una bebida usted la elige por:

Tabla 30
Motivo de Compra

Distribución	Respuesta	Porcentaje
Cantidad	86	23%
Complemento Nutritivo	132	36%
Precio	151	41%
Total	369	100%
N/A	10	-
Total	379	-

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

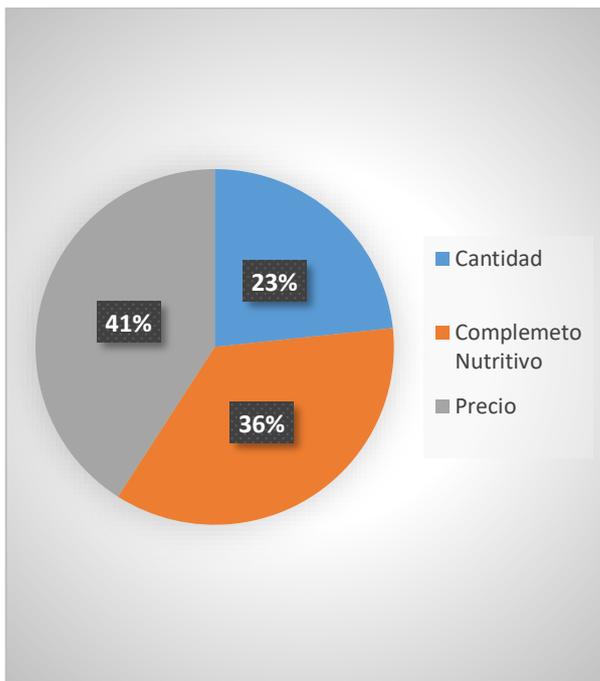


Figura 26 *Por qué motivo elige al Producto*

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

El consumidor hace una comparación para elegir el producto entre el precio y la cantidad y el valor nutritivo del mismo, al momento el mayor porcentaje se basa que la elección es por el precio.

3.02 Demanda

Es la cantidad de bienes o servicios que la población necesita y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos. (Martínez, 2014).

3.02.02 Demanda Histórica

“El objeto del análisis histórico de la demanda es tener una idea aproximada de su evolución, con el fin de tener algún elemento de juicio serio para pronosticar su comportamiento futuro con algún grado de certidumbre” (Miranda, 2005, pág. 91)

Tabla 31
Demanda Histórica

Años	Demanda Histórica
2018	29519
2017	28722
2016	27946
2015	27192
2014	26458

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

3.02.03 Demanda Actual

La información que se utilizó para detectar la demanda es la cuantificación de los resultados conseguidos de la técnica de obtención de información (encuesta) sobre el consumo aparente, la frecuencia de compra de los productos, la aceptación del precio y finalmente la aceptación de la marca. (Roger, 2006, pág.25)

Tabla 32
Datos de la Población

Datos	Valores
Población	31.160
% Aceptación	97%
Total	30338

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

El total de la población del sector de Turubamba Bajo y se verifica que el 97% indica que es viable el proyecto.

Tabla 33

Datos Demanda Actual

Frecuencia	Porcentaje	Total
1 vez al mes	27%	8259
1 Vez cada quincena	19%	5730
1 Vez a la semana	38%	11377
1 vez al día	16%	4972
TOTAL		30338

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Total de la demanda actual con el índice de frecuencia de consumo 30338.

Tabla 34

Demanda Actual

Año	Demanda
2019	30338

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Después de realizar la tabulación de datos con los rangos de consumo se define a la demanda actual y así calcular la demanda histórica proyectada y los balances de oferta y demanda.

3.02.04 Demanda Proyectada

Demanda futura, referida a la cantidad posible de bienes y servicios que se adquirirán o al número de consumidores posibles, que aún no son consumidores reales pero que podrían adquirir (Olmos Juarez & García Cebrián, 2011, pág. 223)

Tabla 35

Demanda Proyectada

Año	Demanda	Tasa Crecimiento Poblacional
2020	31157	2.70%
2021	31998	2.70%
2022	32862	2.70%
2023	33749	2.70%
2024	34661	2.70%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Para proyectar la demanda, se utilizó la tasa de crecimiento poblacional proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

3.03 Oferta

“La cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Rosales, 2007, pág. 94)

3.03.02 Oferta Histórica

La elaboración de analogías históricas para evaluar situaciones pasadas independientes a la organización y establecer relaciones con la situación que se está estudiando para ayudar a pronosticar la demanda. (Martínez, 2014).

Tabla 36
Oferta Histórica

Años	Oferta
2018	5002
2017	4867
2016	4735
2015	4607
2014	4483

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

3.03.03 Oferta Actual

La oferta actual de productos se percibe como débil en al menos un atributo por un gran segmento de los clientes actuales o potenciales. (Rosales, 2007)

Tabla 37
Oferta Actual

AÑO	OFERTA
2019	5141

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

3.03.04 Oferta Projectada

Proyectar la demanda es indicar lo que sucederá a futuro con la población y con el objetivo del presente proyecto, la cual permite reflejar la aceptación y rentabilidad del producto a un tiempo estimado de 5 años proyectado.

Tabla 38
Oferta Projectada

Año	Oferta
2020	5279
2021	5422
2022	5568
2023	5719
2024	5873

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

3.04 Productos Sustitutos

“Los productos sustitutos son aquellos que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores, pero se basa en una tecnología diferente. Los productos constituyen una amenaza permanente en la medida en que la sustitución pueda hacerse siempre.” (Santillán, 2008, Pág.66))

Para el presente proyecto se han considerado a los siguientes productos sustitutos:

- Agua Embotellada
- Energizante
- Colas
- Gated

Tabla 39
Oferta Producto Sustituto

Año	Oferta
2018	87500

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

3.04.02 Oferta Histórica Producto Sustituto

Tabla 40
Oferta Histórica

Año	Oferta Histórica
2017	86678
2016	85863
2015	85056
2014	84256
2013	83464

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

3.04.03 Oferta Proyectada Producto Sustituto

Tabla 41
Oferta Proyectada

Año	Oferta Proyectada
2019	88323
2020	89153
2021	89991
2022	90837
2023	91691

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

3.05 Balance Oferta y Demanda

El balance de la oferta- demanda es también conocido como la “Demanda insatisfecha, en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado. (Campoy, 2007, pág. 27).

Tabla 42
Balance de Oferta y Demanda

Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha Actual
2019	30338	5141	25197

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Adicional el balance Proyectado de la oferta y demanda:

Tabla 43
Balance de Oferta y Demanda Proyectado

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha Proyectada
2020	31157	5279	25878
2021	31998	5422	26576
2022	32862	5568	27294
2023	33749	5719	28031
2024	34661	5873	28788

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Indica que si hay un mercado insatisfecho que el presente proyecta o tratará de satisfacer. Si bien no es su totalidad, si en un porcentaje definido por el análisis de capacidades del mismo.

CAPÍTULO IV

4 Estudio Técnico

“Lo sustantivo en la formulación de proyectos es llegar a diseñar la función de producción óptima, que mejor que utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, se a este un bien o un servicio.” (Ilpes, 2006, pág. 91)

4.01 Tamaño del proyecto

“El tamaño de un proyecto corresponde a su capacidad de instalada en número de unidades de producción por año.” (Sapag, 2007, pág. 106)

4.01.02 Capacidad Instalada

“El tamaño de un proyecto corresponde a su capacidad de instalada ay se expresa en número de unidades de producción por año”. (Sapag, 2007, pág. 106)

Tabla 44
Capacidad De Instalada

Capacidad	Pequeño	Grande	Total
Diaria	605	2275	2880
Semanal	3024	11376	14400
Mensual	12096	45504	57600
Anual	145152	546048	691200

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

4.01.03 Capacidad Óptima

“La capacidad óptima es aquel nivel de utilización por encima del cual la calidad percibida empieza a deteriorarse debido a la acumulación de demandas. En algunos servicios, como teatros y en los espacios deportivos, la capacidad óptima y la máxima pueden coincidir.” (Heskett & Sasser, 1993, pág. 167)

Tabla 45
Capacidad Óptima

Capacidad	Pequeño	Grande	Total
Diaria	151	569	720
Semanal	756	2844	3600
Mensual	3024	11376	14400
Anual	36288	136512	172800

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

4.02 Localización

“El fin de la localización es llegar a determinar un lugar conveniente para la instalación de la planta, este espacio físico debe estar analizado previamente, tomando en consideración ciertos factores para luego ser evaluados.” (Campoy, 2007, pág. 29)

4.02.02 Macro Localización

“La macro localización consiste en determinar un lugar en general para el proyecto, dicho espacio debe ser el más ventajoso considerando ciertas parámetros y criterios de acuerdo al giro de negocio.” (Campoy, 2007)

Tabla 46
Macro Localización

Macro Localización	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Turubamba
Sector	Sur

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño



Figura 27 Macro Localización
Fuente: Google Maps
Autor: Santiago Gudiño

4.02.03 Micro Localización

El presente proyecto estará ubicado en la parroquia de Turubamba que está ubicada en el sur del Distrito Metropolitano de Quito, tomando en consideración que esta zona nos brinda varias ventajas.



Figura 28 Micro Localización
Fuente: Google Maps
Autor: Santiago Gudiño

4.02.04 Localización Óptima

La elección de una ubicación óptima para un proyecto es una tarea de gran complejidad debido a la gran cantidad de factores que la influyen, cuando a que es

prácticamente imposible encontrar un lugar que cumpla estrictamente con todas las cualidades requeridas.

Dentro del Barrio Turubamba se han seleccionado tres posibles alternativas de ubicación:

Alternativa 1: Borbón y Calle Oe2b

Alternativa 2: Av. Maldonado y Borbón

Alternativa 3: Av. Teniente Hugo Ortiz y Borbón

Tabla 47
Localización Óptima

FACTORES	PONDERACION	Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3	
		Pun	Cali.	Pun	Cali.	Pun	Cali.
COSTO	45%	4	1,8	3	1,35	1	0,45
INFRAESTRU	15%	3	0,45	2	0,3	3	0,45
UBICACIÓN	15%	3	0,45	2	0,3	3	0,45
SEGURIDAD	10%	3	0,3	2	0,2	2	0,2
GARANTIAS	5%	2	0,1	3	0,15	2	0,1
VISIBILIDAD	5%	3	0,15	2	0,1	3	0,15
ACCESIBILIDAD	5%	3	0,15	2	0,1	3	0,15
TOTAL	100%	TOTAL	3,4	TOTAL	2,5	TOTAL	1,95

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

El estudio por puntos se realiza en tres sectores seleccionados para el presente proyecto, tomando en consideración ciertos factores de suma importancia como vías de acceso, costo de vida, seguridad entre otros. Obteniendo como resultado más alto la salida de la Borbón y Calle oe2b, con una calificación de 3.5 sobre 5 siendo así el lugar más factible para la ubicación del proyecto, el tamaño del local será de 39 mts².



Figura 29 Localización Adecuada
Fuente: Google Maps
Autor: Santiago Gudiño

4.03 Ingeniería del Producto

Es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y maquinaria, de termina la distribución optima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva (Miranda, 2005, pág. 67)

4.03.02 Definición del Bien

El bien o servicio es generado por una entidad la cual su principal objetivo es satisfacer las necesidades de una sociedad, colocando en el mercado dicho bien o servicio a un determinado precio. “Eneryusa” se dedicara a la fabricación y comercialización de una bebida energética a base de guayusa, la cual es saludable para el consumidor se producirán dos presentaciones de 600 ML. Y una presentación de 400 ML.

4.03.03 Distribución de la Bodega y Almacén

“Distribución de la planta proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores” (Gómez & Dopacio, 2014)

Determinar un lugar exacto y confortable para la ejecución de actividades de diferentes índoles, es decir asignando áreas manteniendo un proceso sistemático ayudando al funcionamiento de una empresa y no generar tiempos muertos.

Para una correcta distribución se utilizará el criterio de la matriz SLP. Esta matriz responde a los siguientes códigos:

Tabla 48

Código de Cercanía

N	CÓDIGO DE CERCANÍA
1	Por Procesos
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Adicional se implementa las razones de cercanía:

Tabla 49

Razones de Cercanía

LETRA	RAZONES DE CERCANÍA
A	Absolutamente necesario que está cerca
E	Especialmente necesario que está cerca
I	Importante que está cerca
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía Indiferente
X	Cercanía Indeseable

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

La matriz SLP se presenta a continuación:

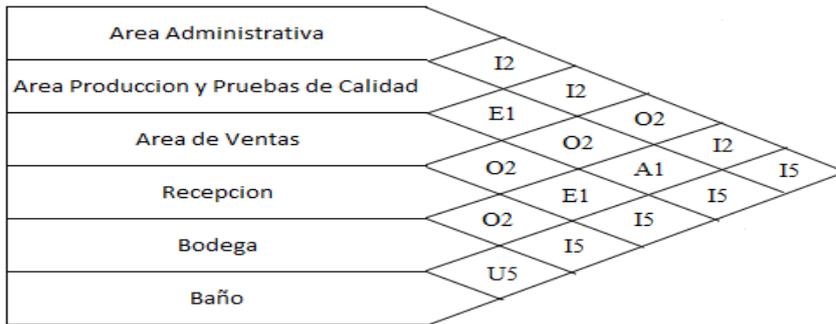


Figura 30 Matriz SLP
Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

Con esto se presenta el siguiente plano del local

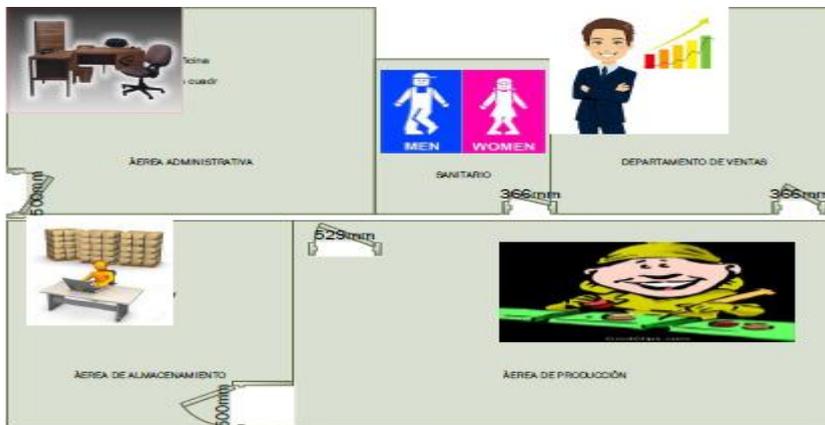


Figura 31 Distribución de Bodega y almacén
Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

Las medidas específicas de distribución de planta son:

Figura 32
Distribución de Planta

ÁREA	METROS
Área de ventas	8 m2
Área de producción	15m2
Área administrativa	5m2
Bodega	7m2
Baño	4m2
TOTAL	39 m2

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

De acuerdo a la distribución de planta presentada anteriormente se obtiene las medidas adecuadas para el correcto funcionamiento de la microempresa y el buen desarrollo de sus actividades.

El área de Gerencia como el área de Contabilidad tiene la misma medida ya que tiene el espacio suficiente y cómodo para realizar sus funciones.

El área de Venta es primordial en la microempresa ya que es el lugar donde ofrece el producto, lo cual tiene una medida amplia para la atención a los clientes, al igual que el área de producción es indispensable tener un espacio suficiente para la fabricación del producto.

La microempresa tiene el área de Bodega donde se encarga de la entrada y salida de mercadería, lo cual tiene un espacio amplio y adecuado para el ingreso de materia prima.

La microempresa cuenta además con el área de parqueadero y el baño, que son espacios adecuados para el uso y comodidad del cliente y de sus trabajadores.

4.03.04 Proceso Productivo

En esta etapa se puede verificar cada una de las actividades que se realizan cada área con sus con tiempos establecidos de cada proceso y así poder llegar a un producto determinado.

Se utilizará la metodología de un flujo grama de proceso y sirve para detallar todo el proceso que se realiza en la microempresa y se enfoca netamente al proceso productivo.

Símbolo	Nombre	Función
	Inicio / Final	Representa el inicio y el final de un proceso
	Línea de Flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones. La flecha indica la siguiente instrucción.
	Entrada / Salida	Representa la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación
	Decisión	Nos permite analizar una situación, con base en los valores verdadero y falso

Figura 33 Flujo gramas
Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

4.03.05 Proceso Productivo

Es una representación gráfica y simbólica de las actividades.

4.03.05.01 Flujo gramas de Procesos

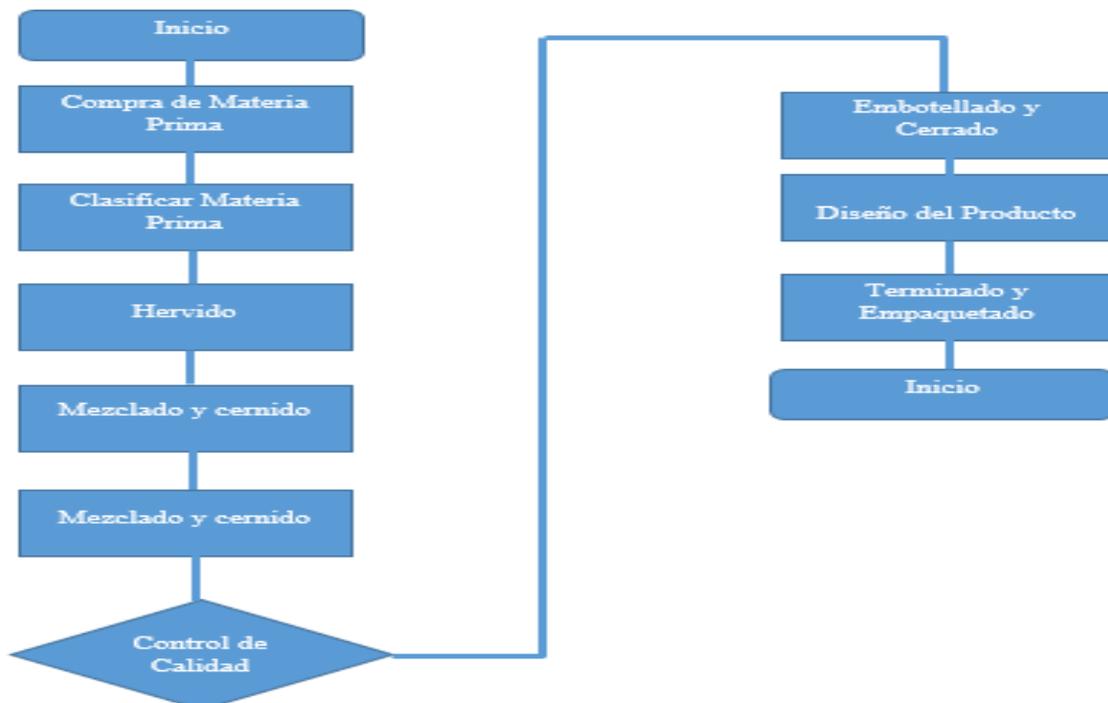


Figura 34 Proceso Productivo
Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

En aras de garantizar la calidad en el proceso de producción se han implementado ciertas fichas y lineamientos de control que permitan cumplir con este fin. Los mismos se encuentran en el ANEXO 3.

4.03.06 Maquinaria y Equipo

En la siguiente tabla se puede apreciar la maquinaria que se va a utilizar en la elaboración de los productos, también se detalla el valor de cada uno de ellos, como también se incluyó en este listado el equipo de computación y se describe los muebles y enseres del micro pyme los cuales son fundamentales en el proceso de elaboración.

Tabla 50
Maquinaria Y Equipo

ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD
PC	Equipo de Computación	2
Impresora	Equipo de Computación	2
Teléfono	Equipo de Oficina	1
Caja Registradora	Equipo de Oficina	1
Mesa	Maquinaria	3
Máquina Llenadora de líquidos	Maquinaria	1
Ollas	Maquinaria	4
Máquina Tapadora de Botellas	Maquinaria	2
Cernidora	Maquinaria	2
Congelador Rectangular	Maquinaria	2
Cocina Industrial	Maquinaria	1
Escritorio	Muebles y Enceres	1
Sillas	Muebles y Enceres	4
Archivadores	Muebles y Enceres	2
Basurero	Muebles y Enceres	5

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Se detalla la maquinaria y equipo que se utilizará para realizar el producto y se encuentra en ANEXO 4.

CAPÍTULO V

5 Estudio Financiero

Comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el período de su ejecución y de su operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles. (Ilpes, 2006, pág. 121)

5.01 Ingresos

5.01.02 Ingresos Operacionales

Los ingresos operaciones son aquellos valores que se originan directamente de la principal actividad económica de la empresa, ya sea un bien o servicio. Los ingresos operacionales son entonces la diferencia entre el ingreso total y estos costos totales: $IO=ITO-CT$. (Toro, 2010)

Tabla 51
Ingresos Operacionales

PRODUCTO	PEQUENO	GRANDE
CANTIDAD	9072	34128
PRECIO	1,75	2,0
INGRESOS OPERACIONALES	15846,07	68150,19
INGRESO TOTAL 1ER AÑO	83996,25	

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

5.01.03 Ingresos No Operacionales

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos adicionales, ocasionales o de transacciones diferentes a la actividad económica de la empresa, es decir no tienen relación directa con la producción de un bien o servicio, y que no tienen que ver con el objeto social del negocio. (Guzman, Guzman, & Romero, 2005, pág. 112)

5.02 Costos

“Un costo puede definirse como un sacrificio o utilización de recursos para un propósito en particular. El costo se mide por la unidad monetaria (dólares, colones)

que debe pagarse por bienes y servicios utilizados en la manufactura de productos.”(Jiménez & Espinoza, pág. 49)

5.02.02 Costos Directos

“Los costos directos son los gastos que intervienen directamente en la producción de un bien, es decir la materia prima, mano de obra y materiales que se necesita para su fabricación.” (Jiménez & Espinoza, pág. 49)

5.02.02.01 Materia Prima

“Materia prima son todos aquellos elementos o recursos naturales extraídos directamente de la naturaleza, y que el ser humano utiliza para elaborar un producto y el modo que lo hacen es mediante un proceso industrial.” (Guzman, Guzman, & Romero, 2005)

Tabla 52
Materia Prima Presentación 600 ML. Grande

Ítem	Unidad de Medida	Costo Unitario
Agua	Galón	0,11
Guayusa	Quintal	0,09
Azúcar Morena	Quintal	0,24
Botella de plástico	Centena	0,15
Total materia Prima Producto		0,59

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

Tabla 53
Materia Prima Presentación 400 ML. Pequeña

Ítem	Unidad de Medida	Costo Unitario
Agua	Galón	0,09
Guayusa	Quintal	0,04
Azúcar Morena	Quintal	0,08
Botella de plástico	Centena	0,15
Total materia Prima Producto		0,36

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

5.02.02.02 Mano de Obra

Mano de obra es aquel esfuerzo físico y mental que realiza un individuo o trabajador para el proceso de fabricar un bien.

Tabla 54

Mano de Obra por Presentación

PRODUCTO	Valor Hora	Tiempo F.	Proporción	Costo Empleado
PEQUEÑO	2,17	23	0,38	0,83
GRANDE	2,17	25	0,42	0,90

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

5.02.03 Costo Indirecto de Fabricación

Los costos indirectos o también llamado gastos generales, son aquellos valores que no se encuentran directamente ligados a la actividad de la empresa, pero debe ser tomados en cuenta ya que intervienen en la fabricación del producto, pueden ser los gastos administrativos, arriendo, servicios básicos, entre otros. (Toro, 2010, pág. 99)

Tabla 55

Costos Indirectos de Fabricación

MATERIAL	UNID MEDIDA	COSTO UM	C. ANUAL	COSTO ANUAL
SUMINISTRO LIMPIEZA	KIT	15	12	180
SUMINISTRO PRODUCCION	KIT	35	12	420
SUMINISTRO MANTENIMIENTO	KIT	40	12	480
TOTAL ANUAL				1080
PRODUCCION ANUAL				43200
CIF UNITARIO				0,03

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Luego de realizar el análisis de los costos se obtienen los siguientes resultados:

Tabla 56

Resumen de Costos

ELEMENTO	PEQUEÑO	GRANDE
Materia Prima	0,36	0,59
Mano de Obra	0,83	0,90
CIF	0,03	0,03
Costo Unitario Total	1,22	1,51

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Una vez establecido los costos, se procede a fijar el precio de venta del producto, los cuales son:

Tabla 57
Precio de Venta 400 ML. (Pequeño)

Elemento	Valor	Porcentaje
Precio Vta. Unitario	1,75	100%
Costo Unitario Total	1,22	70%
Utilidad Bruta Unitaria	0,53	30%

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

Tabla 58
Precio de Venta 600 ML. (Grande)

Elemento	Valor	Porcentaje
Precio Vta. Unitario	2,00	100%
Costo Unitario Total	1,51	76%
Utilidad Bruta Unitaria	0,48	24%

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

5.02.04 Gasto Administrativo

Los gastos administrativos son todos aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio, es decir, todos los gastos que generan en las oficinas y por causa del personal administrativo y no con sus actividades de producción, fabricación o ventas. (Jiménez & Espinoza, pág. 49)

Tabla 59
Gasto Administrativo

AÑO	GASTO ANUAL
2020	9551,68
2021	10043,76
2022	10209,49
2023	10377,94
2024	10549,18

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

El valor de gastos administrativos se obtuvo mediante los rubros de los siguientes pagos:

- Sueldos del personal administrativo, es decir pago sueldo gerente y Vendedor
- Arriendo: Pago del local donde se situara la microempresa

- Suministros: Pago de compra de varios objetos y útiles, para poder realizar las diferentes funciones en la microempresa.
- Servicios básicos: Pago de luz, agua, y teléfono del local

5.02.05 Gasto de Ventas

“Los gastos de ventas son relacionados con la comercialización de los productos de las compañías-sueldo de ventas; comisiones de ventas; publicidad; depreciación, renta y servicios públicos de edificios de tiendas y gastos de envío.” (Harrison & Charles, 2003, pág. 183)

Tabla 60
Gasto de Ventas

AÑO	GASTO ANUAL
2020	6772,38
2021	7388,72
2022	7510,63
2023	7634,56
2024	7760,53

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

Para el cálculo del gasto de ventas se tomó en cuenta los siguientes valores:

- Pago sueldo al personal comercial, es decir, vendedor
- Pago de publicidad a la red social y web
-

5.02.06 Gastos Financieros

“Se entiende por gastos financieros todas aquellas comisiones e intereses cobrados por los bancos o cualquier otra entidad por utilizar su dinero prestado o servicio de tipo financiero.” (Cuevas, pág. 155)

Tabla 61
Gasto Financiero

INSTITUCIONES	TASA DE INTERES
Banco Guayaquil	24,30%
Banco Pichincha	24,20%
Banco Pacifico	24,10%
Cooperativa de Ahorro y Crédito Alianza del Valle	24,00%
Cooperativa de Ahorro y Crédito 23 de Julio	25,70%

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Santiago Gudiño*

Mediante el análisis se optó por elegir a la Cooperativa Alianza del Valle ya que tiene un interés más bajo ya que esto hace que tenga beneficio en la microempresa.

5.02.07 Costo Fijo

“Los costos fijos son aquellos que se deben pagar siempre en un periodo determinado, independiente si cambia o no el volumen de producción del negocio, como por ejemplo arrendamiento, depreciación, sueldo de jefe de producción.” (Paz, 2015, Pág. 105).

Tabla 62
Costo Fijo

Gastos	Valores
Gasto administrativo	9551,68
Gasto ventas (parte fija)	6772,38
TOTAL	16324,06

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Santiago Gudiño*

El resultado de los costos fijos es el gasto administrativo anual del primer año y la parte fija de gasto de ventas, es decir, sueldo de empleado.

5.02.08 Costo Variable

“Los costos variables se refieren a aquellos costos que varían directamente dependiendo del volumen de producción del negocio.” (Paz, 2015).

Tabla 63

Costo Variable

Producto	Valor
Botella Pequeña 400 ML.	1.75
Botella Grande 600 ML.	2.00

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Los costos variables se obtuvieron de la sumatoria de la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

5.03 Inversiones

“La inversión se refiere a colocar un capital en actividades que generen ganancias como préstamos a empresas, con la finalidad de lograr un buen rendimiento económico.” (Jáuregui, 2014).

5.03.02 Inversión Fija

Son aquellos recursos tangibles y no tangibles cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.

5.03.03 Activos Fijos

“Los activos fijos son aquellos bienes que posee la empresa y que no están disponibles para la venta, al contrario, es para el uso normal de sus operaciones y son necesarios para el funcionamiento de la empresa.” (Visiers, 2017, Pág.89).

Tabla 64
Activos Fijos

Activos	Costo Total
Equipo de Computación	1290
Equipo de Oficina	1289
Maquinaria	8680
Muebles y Enceres	475
Total general	11734

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Se tiene en cuenta que la característica de los activos fijos es la depreciación, es decir que las maquinarias, equipos de oficina y equipos de cómputo con el paso de tiempo pierden su valor.

5.03.04 Activos Nominales (Diferidos)

“Los activos diferidos son aquellos gastos que han sido pagados, pero aún no han sido usados, es decir son gastos pagados por anticipados, que no siempre se lo va a recuperar.” (Zapata, 2005, Pag.164).

Tabla 65
Activos Nominales

ACTIVOS NOMINALES	COSTO
Gasto constitución	110
Permisos	90
Consultorías	95
TOTAL	295

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Los gastos de constitución son considerados activos diferidos, es decir aquellos \$295 son valores que están distribuidos en pagos de permisos para el funcionamiento de la microempresa como son el Ruc, patente, LUAE, permiso del Cuerpo de Bomberos, Permiso Ambiental, y Permiso Sanitario, aquellos gastos son tomados en cuenta como inversión.

5.03.05 Capital de trabajo

“El capital de trabajo es considerado como los recursos que necesita la empresa para iniciar sus actividades, por ejemplo, una cantidad de efectivo para adquirir maquinaria y desarrollar el producto.” (Salazar, 2017).

Tabla 66
Capital de Trabajo

ITEM	VALOR
Costo de producción	62686,90
Gasto administrativo	9551,68
Gasto de ventas	6772,38
SUMATORIA 1ER Año	79010,95
Capital de trabajo diario	219,47
Días de desfase	30
CAPITAL DE TRABAJO	6584,25

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Para el cálculo del capital de trabajo se utilizó el método de desfase, el cual consiste en 30 días de ciclo productivo, es decir, tiempo en el cual se fabricará el producto y generará ingresos para cubrir aquella inversión que se utilizó para comenzar la producción.

5.03.06 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

Las fuentes de financiamiento son las vías que utilice la microempresa empresa para conseguir fondos para el inicio del negocio, ya sea con el ahorro del dueño o financiamiento mediante préstamos en entidades bancarias. (Núñez, 2016).

Tabla 67
Fuentes de Financiamiento

FUENTE	VALOR	PORCE
RRPP	13613,25	73%
Deuda	5000	27%
Total	18613,25	100%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Para el funcionamiento de la microempresa se determina que los recursos propios es la que aportará en mayores cantidades con una participación del 73% de la inversión.

5.03.07 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

La amortización de financiamiento es aquella tabla donde señala los pagos correspondientes al préstamo en una fecha definida en un tiempo acordado.

- **Método Alemán**

El método alemán se refiere a la variación de la cuota a lo largo de todo el préstamo, ya que es en forma decreciente, es decir la proporción que se paga por el capital es fijo mientras que la cantidad destinada de interés disminuye.

- **Método Francés**

El método francés se caracteriza por las cuotas fijas durante toda la vida del préstamo, es decir, durante las primeras cuotas se paga más interés que capital, pero sus cuotas no varían, son constantes.

Para seleccionar la metodología de amortización de deuda se presentan a continuación las siguientes condiciones:

Tabla 68
Condiciones del Préstamo

CONDICIONES	VALOR
Capital	5000
Plazo	5
Tasa	24,00%

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

Se toma la decisión de elegir el método alemán ya que se paga 8600 USD con el interés y menor un valor de 506,19 USD en comparación al método francés.

Tabla 69
Método Alemán

Periodos	Saldo Inicial	Interés	CUOTA	Amortización	Saldo Final
0	0	0	0	0	5000
1	5000	1200	2200	1000	4000
2	4000	960	1960	1000	3000
3	3000	720	1720	1000	2000
4	2000	480	1480	1000	1000
5	1000	240	1240	1000	0
TOTAL		3600		5000	

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Para la adquisición del préstamo se ha generado una comparativa entre metodologías, lo cual se presenta el método francés en el ANEXO 4.

5.03.08 Depreciaciones (tabla de depreciación)

“Depreciación es el desgaste o pérdida de valor que sufren los bienes, debido al uso o con el paso del tiempo.” (Molina, 1996, Pag.130).

A continuación, se presenta la tabla de depreciación de los activos que contiene la microempresa Energyusa, como son las maquinarias, equipos de oficina y equipos de cómputo.

Tabla 70
Depreciaciones

Activos	Costo	VIDA UTIL	2020	2021	2022	2023	2024	VALOR LIBROS
Maquinaria	8680	10	868	868	868	868	868	4340
Equipo de oficina	1289	10	128,9	128,9	128,9	128,9	128,9	644,5
Equipos de computación	1290	3	430	430	430	0	0	0
Muebles y enseres	475	10	47.5	47.5	47.5	47.5	47.5	238
TOTAL	11734		1474	1474	1474	1044	1044	5222

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Para la depreciación de los activos fijos se utilizará el método de línea recta, el cual consiste en que el activo sufre una pérdida de valor constante con el paso del tiempo y se distribuye el costo del bien en partes iguales cada año.

5.03.09 Estado de Situación Inicial

“El estado de situación inicial o balance general es un informe financiero que se presenta el 31 de diciembre de cada año, en el cual muestra la situación económica de la empresa.” (Zapata, 2005, Pag.74).

Tabla 71
Estado de Situación Inicial

EMPRESA "ENERYUSA"	
ESTADO DE SITUACION INICIAL	
AL 31 DE Diciembre 2019	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
CAJA	6584,25
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	6584,25
ACTIVOS FIJOS	
MAQUINARIA	8680
DEPRECIACION ACUMULADA	
MAQUINARIA	0
EQUIPO DE OFICINA	1289
DEP. ACUM.EQUIPO DE OFICINA	0
EQUIPOS DE COMPUTACION	1290
DEP. ACUM. EQUIPO DE	
COMPUTACION	0
MUEBLES Y ENSERES	475
DEP. ACUM. MUEBLES Y ENSERES	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11734
ACTIVOS NOMINALES	295
AMORTIZACION ACTIVOS	
NOMINALES	0
ACTIVO NOMINAL	295
TOTAL ACTIVOS	18613,25
PASIVOS	
PASIVOS NO CORRIENTES	
DOCUMENTOS POR PAGAR L/P	5000
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	5000
PATRIMONIO	
CAPITAL	13613,25
TOTAL PATRIMONIO	13613,25
TOTAL PASIVO + TOTAL	
PATRIMONIO	18613,25

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

El Estado de situación inicial demuestra la posición financiera que tiene la microempresa Eneryusa, así como también sus deudas u obligaciones que posee con terceras personas.

5.03.10 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

El estado de resultados o también llamado estado de pérdidas y ganancias, es aquel informe en el cual indica los ingresos y gastos que tiene la empresa en un periodo determinado logrando observar la utilidad o pérdida que tendrá en dicho período. (Zapata, 2005, Pag.217).

Tabla 72
Estado de Resultados Proyectado

EMPRESA "ENERYUSA"					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Del 2020 al 2024					
CUENTAS	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	83996,25	86171,76	88403,61	90693,26	93042,21
(-) Costo de producción	62686,90	64310,49	65976,13	67684,91	69437,95
(=)Utilidad bruta	21309,36	21861,27	22427,48	23008,35	23604,26
(-)Gastos administrativos	9551,68	10043,76	10209,49	10377,94	10549,18
(-)Gastos de venta	6772,38	7388,72	7510,63	7634,56	7760,53
(-) Depreciaciones	1474	1474	1474	1044	1044
(-) Amortizaciones	59	59	59	59	59
(=)Utilidad operacional	3451,90	2895,39	3173,96	3892,45	4191,16
Gastos financieros	1200	960	720	480	240
(=)Utilidad antes de participación a trabajadores	2251,90	1935,39	2453,96	3412,45	3951,16
15% Participación trabajadores	337,79	290,308	368,09	511,87	592,67
(=) Utilidad antes del impuesto a la renta	1914,12	1645,079	2085,86	2900,58	3358,48
Impuesto a la renta	0	0	0	0	0
(=)Utilidad neta	1914,12	1645,079	2085,86	2900,58	3358,48

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

En la microempresa Eneryusa el estado de resultados refleja los ingresos, gastos y la utilidad neta, es decir, las ganancias que ha obtenido mediante un periodo de tiempo, y a su vez el estado financiero a proyectado sus ganancias a cinco años futuros.

5.03.11 Flujo de Caja

El flujo de caja es un informe financiero que da a conocer la liquidez de la empresa, mediante las salidas y entradas netas de dinero que posee la empresa en un determinado periodo. (Zapata, 2005, Pag.299).

Tabla 73
Flujo de Caja

EMPRESA " ENERYUSA "							
FLUJO DE CAJA							
DEL 2019 AL 2024							
SIGNO	CUENTAS	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	Utilidad						
(=)	operacional		3451,90	2895,39	3173,96	3892,45	4191,16
(+)	Depreciaciones		1474	1474	1474	1044	1044
(+)	Amortizaciones		59	59	59	59	59
	15% Participación						
(-)	trabajadores		337,79	290,308	368,09	511,87	592,67
(-)	Impuesto a la renta		0	0	0	0	0
	Flujo de efectivo						
(=)	operacional	0	4647,52	4138,48	4339,26	4483,98	4701,88
	Inversión activos						
(-)	fijos	-11734					
	Recuperación						
(+)	activos fijos						5883,3
	Inversión capital de						
(-)	trabajo	-6584,25					
	Recuperación						
(+)	capital de trabajo						6584,25
	Inversión activos						
(-)	nominales	-295					
	Flujo de caja						
(=)	proyectado	18613,25	4647,52	4138,48	4339,26	4483,98	17169,43
(+)	Préstamo	5000					
(-)	Gastos financieros		1200	960	720	480	240
	Devolución del						
(-)	préstamo		1000	1000	1000	1000	1000
	Flujo de caja del						
(=)	inversionista	13613,25	2447,52	2178,48	2619,26	3003,98	15929,43

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

El presente estado financiero da a conocer la liquidez que posee la microempresa anualmente, mediante las entradas y salidas del dinero.

5.03.12 Balance General Proyectado

El balance general proyectado es un estado financiero donde indica la situación económica estimada en futuros años del negocio o proyecto, logrando obtener una visión a futuro del estado de los activos y de los derechos que tendrían terceros sobre esos activos. (Zapata, 2005, Pag.305).

Tabla 74
Balance General Proyectado

EMPRESA "ENERYUSA"						
BALANCE GENERAL PROYECTADO						
AL 31 DE Diciembre						
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
CAJA	6584,25	9031,76	11210,24	13829,50	16833,48	32762,91
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	6584,25	9031,76	11210,24	13829,50	16833,48	32762,91
ACTIVOS FIJOS						
MAQUINARIA	8680	8680	8680	8680	8680	0
DEPRECIACION ACUMULADA MAQUINARIA	0	868	1736	2604	3472	0
EQUIPO DE OFICINA	1289	1289	1289	1289	1289	0
DEP. ACUM.EQUIPO DE OFICINA	0	128,9	257,8	386,7	515,6	0
EQUIPOS DE COMPUTACION	1290	1290	1290	0	0	0
DEP. ACUM. EQUIPO DE COMPUTACION	0	430	860	0	0	0
MUEBLES Y ENSERES	475	475	475	475	475	0
DEP. ACUM. MUEBLES Y ENSERES	0	48	95	143	190	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11734	10259,60	8785,20	7310,80	6266,40	0,00
ACTIVOS NOMINALES	295	295	295	295	295	295
AMORTIZACION ACUMULADA ACTIVOS NOMINALES	0	59	118	177	236	295
ACTIVO NOMINAL	295	236	177	118	59	0
TOTAL ACTIVOS	18613,25	19527,36	20172,44	21258,30	23158,88	32762,91
PASIVOS						
PASIVOS NO CORRIENTES						
DOCUMENTOS POR PAGAR L/P	5000	4000	3000	2000	1000	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	5000	4000	3000	2000	1000	0
PATRIMONIO						
CAPITAL	13613,25	13613,25	13613,25	13613,25	13613,25	13613,25
UTILIDAD RETENIDA	0	1914,12	3559,19	5645,06	8545,64	19149,67
TOTAL PATRIMONIO	13613,25	15527,36	17172,44	19258,30	22158,88	32762,91
TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMONIO	18613,25	19527,36	20172,44	21258,30	23158,88	32762,91

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

El balance general proyectado de la microempresa Eneryusa muestra una visión futura de la situación económica, es decir los activos que posee la microempresa, así como también sus deudas u obligaciones, dicho balance se encuentra estimado a cinco años.

5.04 Evaluación Financiera

5.04.02 Tasa de descuento

La tasa de descuento es una medida financiera, es decir un porcentaje que se aplica a una cantidad para estimar el valor actual de un pago futuro.

Para fijar la tasa de descuento se pueden utilizar los siguientes métodos:

- **Tmar**

Es la tasa mínima aceptable de retorno o también es la menor ganancia que se puede tener.

- **Wacc**

El WACC es una herramienta que sirve para valorar una empresa, es un porcentaje que se da en función de los flujos de caja ya que el valor del dinero varía tanto en el presente como en el futuro. Para el presente proyecto como tasa de descuento se va a utilizar el método de la tasa mínima aceptable de retorno TMAR.

Tabla 75

TMAR

ELEMENTO	PORCENTAJE
Inflación promedio	1,65%
Tasa riesgo país	6,51%
Prima de riesgo	2%
TOTAL	10,16%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Para el cálculo de los indicadores de evaluación y aceptación del proyecto se presenta la tabla de resumen de flujos que se va a evaluar:

5.04.03 VAN (Valor Actual Neto)

“El valor actual neto (VAN) consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo” (Jiménez & Espinoza, Ingeniería Económica, 2007, pág. 81)

$$VAN = FF1 * (1 + TMAR)^{-1} + FF2 * (1 + TMAR)^{-2} + FF3 * (1 + TMAR)^{-3} + FF4 * (1 + TMAR)^{-4} + FF5 * (1 + TMAR)^{-5}$$

$$VAN = 4647,52 * (1,1116)^{-1} + 4138,48 * (1,1116)^{-2} + 4339,26 * (1,1116)^{-3} + 4483,98 * (1,1116)^{-4} + 17169,43 * (1,1116)^{-5} + (-18613,25)$$

$$VAN = 5890,44$$

La microempresa Eneryusa obtiene un Valor Actual Neto (VAN) de 5890.44, lo cual muestra que el presente proyecto al ser un número positivo y mayor que 0, el proyecto es viable.

5.04.04 TIR (Tasa de Interna de Retorno)

“La TIR es la tasa de descuento que hace que el valor presente total de todos los flujos efectivos esperados de un proyecto sumen 0”. (Emery, Finnerty, & Stowe, 2010, pág. 308)

$$TIR = VAN = 0$$

$$0 = FF1 * (1 + TIR)^{-1} + FF2 * (1 + TIR)^{-2} + FF3 * (1 + TIR)^{-3} + FF4 * (1 + TIR)^{-4} + FF5 * (1 + TIR)^{-5}$$

$$0 = 4647,52 * (1 + TIR)^{-1} + 4138,48 * (1 + TIR)^{-2} + 4339,26 * (1 + TIR)^{-3} + 4483,98 * (1 + TIR)^{-4} + 17169,43 * (1 + TIR)^{-5} + (-18613,95)$$

$$TIR = 19,42 \%$$

Como tasa interna de retorno (TIR) se obtiene un 19,42%, por lo tanto, indica que el proyecto es rentable, ya que el porcentaje de la TIR debe ser mayor que la TMAR.

5.04.05 PRI (Período de recuperación de la inversión)

“El periodo o plazo de recuperación de una inversión es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial del proyecto.” (Emery, Finnerty, & Stowe, 2010)

Tabla 76
PRI

AÑOS	FLUJOS	F. DESCONTADOS	F. ACUMULADO
0	-18613,25	-18613,25	-18613,25
1	4647,52	4218,87725	-14394,37
2	4138,48	3410,302266	-10984,07
3	4339,26	3245,968442	-7738,10
4	4483,98	3044,864576	-4693,23
	17169,43	17169,42988	12476,20
		P.R.I	5,54

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

$$PRI = \frac{\text{(Año último acumulado)}}{\text{Siguiete flujo descontado}} + \frac{\text{(Total ultimo acumulado)}}{\text{Siguiete flujo descontado}}$$

$$PRI = (3) + \frac{7738,098218}{\text{Siguiete flujo descontado}}$$

3014,864576

PRI = 5,541360387

PRI = 5 años, 5 mes, 4 días

Una vez calculado el PRI se estima que el tiempo de recuperación de la inversión de la microempresa Enearyusa sea de 5 años, 5 meses y 4 días, lo que quiere decir que se recuperará a largo plazo.

5.04.06 RBC (Relación costo beneficio)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto

$$RBC = FF1 * (1 + TMAR)^{-1} + FF2 * (1 + TMAR)^{-2} + FF3 * (1 + TMAR)^{-3} + FF4 * (1 + TMAR)^{-4} + FF5 * (1 + TMAR)^{-5} / Inversión Inicial$$

$$RBC = 4647,52 * (1 + 0,1116)^{-1} + 4138,48 * (1 + 0,1116)^{-2} + 4339,26 * (1 + 0,1116)^{-3} + 4483,98 * (1 + 0,1116)^{-4} + 17169,43 * (1 + 0,1116)^{-5} / 18613,25$$

$$RBC = 1,32$$

Según el cálculo de RBC indica que, por cada dólar invertido en el proyecto, se obtiene \$0.32 centavos de ganancias, esto quiere decir que el proyecto es viable ya que muestra un buen indicador de rentabilidad.

5.04.07 Punto de equilibrio

“Se denomina Punto de Equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al costo total y por ende no hay utilidad ni perdida”. (Guzmán, 2013)

Tabla 77
Factores del Punto de Equilibrio

PRODUCTOS	PEQUEÑO	GRANDE	TOTAL
Cantidad	9072	34128	43200
Porcentaje	21%	79%	100%
Precio de venta	1,75	2,00	
Costo unitario	1,22	1,51	
Margen de contribución	0,53	0,48	
Margen de contribución %	0,11	0,38	0,49
costos fijos		16324,06	
Punto de equilibrio general		33093	
Punto de equilibrio específico	6950	26144	33093

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

Tabla 78
Comprobación

CANTIDAD	TOTAL INGRESO	COSTO UNITARIO	COSTOS FIJOS	COSTO TOTAL	UTILIDAD / PERDIDA
1000	1944,357739	1451,085577	16324,06	17775,14	-15830,8
10000	19443,57739	14510,85577	16324,06	30834,91	-11391,3
33093	64345,42501	48021,36785	16324,06	64345,43	0,0
43000	83607,38276	62396,67982	16324,06	78720,74	4886,6
60000	116661,4643	87065,13464	16324,06	103389,19	13272,3

Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

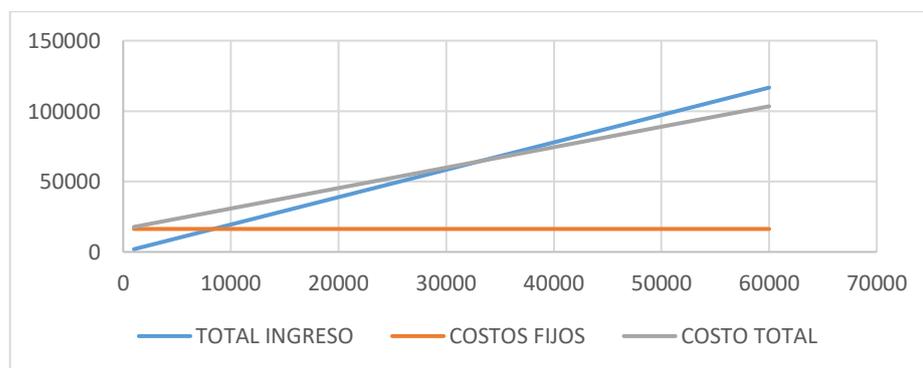


Figura 35 *Punto de Equilibrio*
Fuente: Investigación Propia
Autor: Santiago Gudiño

Para que la microempresa caiga en punto de equilibrio se deberá vender 33093 botellas de Energyusa ya sea grande o pequeña, pero a su vez si llegase a vender más de 33093 unidades se puede decir que generará utilidades de \$4889.6, pero por otra parte si en el caso que no se llegase a vender 33093 productos, quiere decir que empezará a tener pérdidas lo que afectaría a su desarrollo.

5.04.08 Análisis de índices financieros

- **Relación Pasivo Activo**

La relación pasivo activo no es más que un indicador, donde se observa la capacidad de endeudamiento que puede tener una empresa.

- **Relación Patrimonio Activo**

La relación de patrimonio muestra los recursos propios en la inversión, es decir los activos totales.

- **Roe**

El Rendimiento sobre Patrimonio o Capital, es un indicador financiero que mide la rentabilidad del capital invertido, es decir, el rendimiento que tienen los accionistas de aquellos fondos invertidos en la empresa.

- **Roa**

Rendimiento sobre activos es aquel que mide la rentabilidad de los activos de la empresa en un determinado periodo, y brinda información sobre el uso de los mismos.

- **Margen Bruto**

Se calcula restando el coste de todos los bienes vendidos de los ingresos totales y dividiendo esa cifra por los ingresos totales. De este modo, se obtiene un

porcentaje que representa la parte de los ingresos que puede retener la empresa como beneficios.

- **Margen Operativo**

El margen operativo representa el porcentaje que mide la rentabilidad de la empresa de acuerdo a sus ventas totales, es decir el beneficio que se obtiene por cada unidad monetaria facturada.

- **Margen Neto**

Sirve para medir el porcentaje de utilidad de la empresa después de cubrir sus gastos de operación y obligaciones tributarias

Tabla 79
Índices Financieros

RATIO FINANCIERO	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Relación pasivo activo	26,86%	20,48%	14,87%	9,41%	4,32%	0,00%
Relación patrimonio activo	73,14%	79,52%	85,13%	90,59%	95,68%	100,00%
Margen bruto	N/A	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
Margen operativa	N/A	0,04	0,03	0,04	0,04	0,05
Margen NETO	N/A	0,02	0,02	0,02	0,03	0,04
R.O.E	N/A	14,06%	12,08%	15,32%	21,31%	24,67%
R.O.A	N/A	9,80%	8,16%	9,81%	12,52%	10,25%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Una vez obtenido el resultado del cálculo de los indicadores financieros se procede a interpretar cada uno de ellos de la siguiente manera:

Mediante el cálculo de la relación de pasivo activo se llega a obtener un resultado de 26.86%, aquel porcentaje indica la proporción del activo que se encuentra financiado por terceros.

La relación patrimonio activo indica que, por cada dólar invertido en la microempresa, 0.7314 centavos de dólar corresponden al financiamiento de recursos propios.

El 25% de margen bruto, indica que por cada dólar que la microempresa vende le quedan 0.25 centavos de utilidad bruta para cubrir sus gastos operacionales.

Como margen operativo la microempresa obtiene 4%, lo cual significa que por cada dólar que la microempresa vende le queda 0.4 centavos de utilidad operativa, lo cual corresponde para cubrir sus gastos financieros.

El margen neto del presente proyecto es de 2% es decir, por cada dólar que la microempresa vende le queda 0.02 de utilidad neta para distribuir a los correspondientes propietarios del proyecto.

Se obtiene una rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) de 14.06%, lo cual indica que el ROE al ser mayor que el costo de oportunidad (tasa pasiva del banco) la rentabilidad es aceptable.

La rentabilidad sobre el activo (ROA) del presente proyecto es de 9.80%, esto indica que por cada dólar que se invierte en activos de la microempresa se genera un rendimiento de 0.0980 centavos.

CAPÍTULO VI

6 Análisis de impactos

El análisis de impactos es aquella evaluación donde mide la alteración ya sea en el ámbito social, ambiental, económico, político o tecnológico, en el cual indica los factores positivos o negativos que generan en el proyecto.

Los impactos que se analizarán en el presente proyecto son:

- Impacto ambiental
- Impacto económico
- Impacto productivo
- Impacto social.

Para medir aquellos impactos se utilizarán las matrices con los siguientes niveles de calificación:

Tabla 80 Matriz de Impactos

Nivel de Impacto	Calificación
Alto negativo	-3
Medio negativo	-2
Bajo negativo	-1
No existe impacto	0
Bajo positivo	1
Medio positivo	2
Alto positivo	3

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

6.01 Impacto Ambiental

El impacto ambiental son las consecuencias o alteraciones que sufre el medio ambiente ocasionadas por acciones humanas ya sea directa o indirectamente en un área determinada.

Tabla 81 Impacto Ambiental

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generador de residuos			X					-1
Contaminación de agua							X	3
Contaminación auditiva			X					-1
Desechos inorgánicos			X					-1
Manejo de residuos							X	3
Total	0	0	-3	0	0	0	6	3

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Promedio= Total general / Número de indicadores

Promedio= 3/5

Promedio= 0.60 = 1

Después de realizar la matriz se evidencia que el presente proyecto genera en el ámbito ambiental un impacto de 1, es decir, impacto bajo positivo.

Esto se da, ya que si bien el proyecto generará residuos por la fabricación de bebidas energéticas naturales a base de guayusa y provocará contaminación auditiva por el ruido proveniente de las maquinas, se equilibra con el que no contaminará el agua ya que el proceso productivo no la requiere y se implementará políticas para el manejo eficiente de residuos.

6.02 Impacto Económico

El impacto económico es aquel que mide los resultados de las actividades de un proyecto, que generan una reacción ya sea favorable o desfavorable en el país o en una región.

Tabla 82 Impacto Económico

Indicadores	Calificaciones							Total
	3	2	1	0	1	2	3	
Beneficios para el inversionista						X		2
Potencial de crecimiento					X			1
Exportación				X				0
Generador de ingresos al país					X			1
Beneficios para otros involucrados							X	2
Total	0	0	0	0	2	4	0	6

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Promedio= Total general / Número de indicadores

Promedio= 6/5

Promedio= 1.20 = 1

Como se puede observar el presente proyecto en el ámbito económico muestra un impacto de 1, lo cual significa un bajo positivo.

Aquel resultado se da mediante la microempresa ya que causará un potencial crecimiento tanto al inversionista como a sus involucrados, y a su vez generará ingresos en el país mediante el aumento del PIB, además, el mayor impacto se obtiene en el logro de beneficios para los inversionistas.

6.03 Impacto Productivo

El impacto productivo son técnicas o efectos que tiene como finalidad un proceso de producción adecuado, mediante materia prima de calidad, maquinaria de alta tecnología y con mano de obra capacitada.

Tabla 83 Impacto Productivo

Indicadores	Calificaciones							Total
	3	2	1	0	1	2	3	
Uso de tecnología					X			1
Inspección de fabricación del producto					X			1
Mano de obra capacitada					X			1
Materia prima de calidad					X			1
Aporte al Plan Nacional de Desarrollo					X			1
Total	0	0	0	0	5	0	0	5

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Promedio= Total general / Número de indicadores

Promedio= 5/5

Promedio= 1

Una vez realizado el cálculo en el Ámbito Productivo se puede observar que la microempresa Eneryusa genera un impacto de 1, esto quiere decir un bajo positivo.

Aquel resultado corresponde al impacto que provoca el presente proyecto, mediante la tecnología en las maquinarias que se utilizará para fabricar el producto, brindará una inspección al momento de producir para verificar su calidad, obteniendo así materia prima adecuada.

6.04 Impacto Social

El impacto social son los efectos positivos o negativos que se obtiene en una población como resultado de la entrega de un bien o servicio.

Tabla 84 Impacto Social

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generador de empleo						X		2
Pago de impuestos					X			1
Precio justo a los consumidores							X	3
Progreso económico y personal					X			1
Cambio en hábitos de consumo					X			1
Total	0	0	0	0	3	2	3	8

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Promedio= Total general / Número de indicadores

Promedio= 8/5

Promedio= 1.60=2

En el ámbito social la microempresa genera un impacto de 2, lo que significa un medio positivo.

Esto se da ya que el proyecto contribuye al pago de impuestos, progreso tanto económico como personal, y a su vez aporta al cambio en hábitos de consumo, esto quiere decir, brindando un producto de calidad e innovador el consumidor no tendrá la necesidad de recurrir a productos internacionales, además los efectos que tendrán

más relevancia en el impacto son la generación de fuentes de empleo y un precio justo a sus consumidores.

6.05 Matriz General de Impactos

Consolidado total de datos de las matrices de impactos.

Tabla 85 Matriz General de Impactos

Indicadores	Calificaciones							Total
	3	2	1	0	1	2	3	
Impacto ambiental					X			1
Impacto económico					X			1
Impacto productivo					X			1
Impacto social						X		2
Total	0	0	0	0	3	2	0	5

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Promedio= Total general / Número de indicadores

Promedio= 5/5

Promedio= 1

Después de haber analizado cada uno de los impactos anteriormente mencionados, se puede indicar que a manera general el presente proyecto genera un impacto de 1, lo cual representa un bajo positivo.

Desde la perspectiva de impactos indica que el proyecto debe llevarse a cabo complementando con el Análisis Financiero realizado anteriormente ya que cumple también con el criterio de responsabilidad social.

CAPÍTULO VII

7 Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- Con la implementación de la microempresa se busca incentivar la producción nacional de bebidas energéticas naturales, y así conseguir un impacto beneficioso para el desarrollo de la sociedad.
- La fortaleza de “Energysa” está en transformar y comercializar un producto nutritivo e innovador a base de guayusa, que es una planta del oriente ecuatoriano.
- En el proyecto se toma en consideración factores internos y externos, además estos fueron analizados dando como resultado que la propuesta de implementar una microempresa productora y comercializadora de Energysa es factible, el proyecto posee un gran potencial ya que en la actualidad las personas buscan comprar productos saludables y de excelente sabor.
- El estudio técnico se da a conocer una planificación para obtener una factibilidad y así se obtiene los recursos necesarios para poner en marcha el proyecto de Energysa.

7.02 Recomendaciones

- Se recomienda estructurar el plan de contingencia de normas ISO, que certifique el bajo índice contaminante para el ambiente ya que se utilizan químicos de manera moderada que afecta al ecosistema
- Para la elaboración del producto se deberá tomar en cuenta las medidas normas de seguridad para el operario cuando se esté produciendo dicho producto, logrando así el cuidado para la salud del empleado.
- Apoyar el fomento de las microempresas, para facilitar el crecimiento del país brindando trabajos dignos a las personas, erradicando en si el alto índice de desempleo el cual está atravesando el Ecuador.
- Obtener materia prima de excelente calidad como personal capacitado, para realizar el producto y así obtener un cliente satisfecho.

Bibliografía:

- Aguirres, J. (2001, Pág. 178). Auditoría de Proveedores. 1era Edición. Los Ángeles: Serforem
- Alles, M. (2008, Pág.144). La entrevista exitosa. 3era Edición. Argentina: Granica
- Bravo, A. (2015, Pág.27). Repositorio space estratégico. 3era Edición. Colombia: Granica
- Caldas, M. (2014, Pág. 143). Gestión Administrativa (Empresas e Iniciativa Emprendedora). 1era Edición. Madrid: Editex
- Campoy, D. (2007, Pág. 78). Cómo Gestionar y Planificar un Proyecto en la Empresa. 3era Edición. España: Ideas Propias
- Churrión, J. (2012, Pág. 25). Economía al alcance de todos. 4ta Edición. Venezuela: Alfadil
- Cuevas, J. (2012, Pág. 82). Control de Costos y Gastos en Los Restaurantes. 1era Edición. España: Limusa
- Cuevas, J. (2014, Pág. 56). Economía General. 4ta Edición. España: Limusa
- Cuevas, J. (2016, Pág.44). Economía General. 3era Edición. España: Limusa
- Emery, D. (2010, Pág.67). Fundamentos de administración financiera. 1era Edición. Venezuela: Seforum
- Faga, H. (2012, Pág. 27). Como profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales. 4ta Edición. Buenos Aires: Granica
- Fuentes, C. (2014, Pág.33). Economía Empresarial. 3era Edición. Buenos Aires: Granica
- García, F. (2005, Pág.29). Gestión Comercial de la PYME. 1era Edición. España: Ideas Propias
- Gómez, M. (2009, Pág.81). Gestión Práctica de la Seguridad Social. 4ta Edición. Valencia: Grupo Wolters Kluwer
- Grande, I. (2010, Pág.83). Análisis de la encuesta. 3era Edición. Madrid: Esic
- Granica, S. (2006, Pág.105). De la necesidad al Servicio. 1era Edición. Buenos Aires: Granica
- Guzmán, A. (2005, Pág.44). Contabilidad financiera. 4ta Edición. Bogotá: Centro Editorial Del Rosario

- Guzmán, C. (2013, Pág.88). Matemáticas financieras para la toma de decisiones empresariales. 3era Edición. México: Financiera Editorial
- Harrison, L. (2003, Pág.44). Contabilidad. 1era Edición. México: Pearson Prentice Hall
- Hernández, U. (2009, Pág.19). Cómo Evaluar un Proyecto Empresarial. 4ta Edición. España: Díaz de Santos
- Heskett, J. (1993, Pág.22). Cambios creativos en servicios. 3era Edición. España: Díaz de Santos
- Ilpes, J. (2006, Pág.66). Guía para la presentación del proyecto. 1era Edición. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores
- Jiménez, F. (2007, Pág.16). Costos industriales. 1era Edición. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica
- Jiménez, F. (2007, Pág.21). Ingeniería Económica. 1era Edición. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica
- Miranda, J. (2005, Pág.77). Gestión Operativa. 1era Edición. Bogotá: MM Editoriales
- Núria, A. (2013, Pág.17). Preparación, tabulación y análisis de encuestas para directivos. 1era Edición. Madrid: Esic
- Olmos, J. (2011, Pág.14). Estructura del mercado turístico. 3era Edición. Madrid: Paraninfo
- Robbins, S. (2014, Pág.19). Administración. 3era Edición. México: Cámara Nacional de la Industria Mexicana
- Rojas, F. (2014, Pág.11). Cómo se hace un plan estratégico. 1era Edición. Madrid: Esic
- Rosado, M. (2012, Pág.99). Población y Ambiente. 3era Edición. México: Serial Uno
- Rosales, R. (2007, Pág.34). La formación y la Evaluación de Proyectos. 3era Edición. Costa Rica: Euned
- Rosario, S. (2009, Pág.27). Exportación Efectiva. 3era Edición. México: Isef
- Sapag, N. (2007, Pág.12). Proyecto de inversión: Formulación y Evaluación. 3era Edición. México: Castillo
- Sapag, N. (2007, Pág.11). Proyectos de Inversión. 3era Edición. México: Castillo
- Schettino, M. (2010, Pág.111). Introducción a la Economía para no economistas. 4ta Edición. México: Perentice Hall
- Soto, O. (2011, Pág.20). El Dinero la teoría, la política y las instituciones. México. 3era Edición. México: Universidad Autónoma de México

- Toro, F. (2010, Pág.44). Costos ABC y presupuestos: Herramientas para la productividad. 4ta Edición. Colombia: Ecoe Ediciones
- Varo, J. (1994, Pág.27). Gestión Estratégica. 3era Edición. Madrid: Díaz de Santos
- Vicente, Q. (2009, Pág.39). Lecciones de cálculo de probabilidades. 4ta Edición. Madrid: Díaz de Santos
- Black, (2007). Factor Económico. Recuperado el 10 de enero 2019; de <https://es.scribd.com/document/221826816/FACTORES-ECONOMICOS>
- Buitrón, J. (2007). Análisis Situacional. Recuperado el 10 de enero 2019; de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>
- Campbell, R. (1997). Inflación. Recuperado 10 de Enero 2019; de <http://fiorelataipe.blogspot.com/2008/10/10-definiciones-para-inflacion-de.html>
- González, A. (2018). Historia del origami. Recuperado el 10 de enero 2019; de <https://historia-biografia.com/historia-del-origami/>
- Montilla, (2017). Tasa Riesgo País. Recuperado 10 de Enero 2019; de <https://www.zonaeconomica.com/riesgo-pais>
- Delgado, S. (2013). Tasa de Interés, Activa y Pasiva. Recuperado 10 de Enero 2019; de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2016/1502/tasas-interes.htm>
- Unam, W. (2010). Factor Social. Recuperado 10 de Enero 2019; de https://www.webislam.com/articulos/39992-factores_sociales_y_culturales_de_la_conducta.html
- Glejberman, D (2012). Población Económicamente Activa. Recuperado 10 de Enero 2019; de recap.itcilo.org/fr/documentation/files-imt2/es/dg5
- Gil, S. (2017). Empleo. Recuperado 10 de Enero 2019; de <https://economipedia.com/definiciones/empleo.html>
- Riquelme, M. (2018). Desempleo. Recuperado 10 de Enero 2019; <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/desempleo-subempleo-estables-ecuador>
- Thompson, I. (2009). Clientes. Recuperado 10 de Enero 2019; de <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- López, Y. (2014). Propuesta Estratégica. Recuperado 10 de Enero 2019; de <https://www.gestiopolis.com/filosofia-organizacional-y-su-importancia/>
- Arellano, R. (2000). Producto. Recuperado 16 de Enero 2019; de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1364/producto.html>
- Díaz, L. (2013). Entrevista. Recuperado 16 de Enero 2019; de riem.facmed.unam.mx/node/47

Taylor, E. (2010). Misión y Visión. Recuperado 16 de Enero 2019; de <https://jemager.wordpress.com/2010/10/06/mision-vision-y-valores/>

Torres, U. (2012). Gestión Operativa. Recuperado 16 de Enero 2019; de <http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/>

Palomo, J. (2001). Gestión Comercial. Recuperado 16 de Enero 2019; de <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>

Kotler, P. (2010). Precio, Promoción y Estudio de Mercado. Recuperado 16 de Enero 2019; de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>

Wigodski, J. (2010). Población y Muestra. Recuperado 16 de Enero 2019; de metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html

García, D. (2014). Técnica de Obtención de Información. Recuperado 16 de Enero 2019; de www.eumed.net/.../TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACI..

Malhotra, N. (2006). Encuesta. Recuperado 16 de Enero 2019; de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>

Holguín, P. (2016). Análisis de la información. Recuperado 16 de Enero 2019; de <https://educacion.elpensante.com/el-analisis-de-informacion/>

Martínez, O. (2014). Demanda. Recuperado 16 de Enero 2019; de [https://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_(econom%C3%ADa))

Santillán, M. (2008). Productos Sustitutivos. Recuperado 24 de Enero 2019; de <http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/producto-sustituto/>

Vásquez, L. (2018). Demanda Insatisfecha. Recuperado 24 de Enero 2019; de <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>

Rosales, D. (2005). Estudio Técnico. Recuperado 24 de Enero 2019; de www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/.../Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf

Rojas, F. (2007). Tamaño del Proyecto. Recuperado 24 de Enero 2019; de <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>

Nunes, P. (2015). Capacidad Instalada. Recuperado 24 de Enero 2019; de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>

ANEXOS

- **Presentación 400 ML.**



- **Presentación 600 ML.**



- **Hojas Membretadas**



- **Tarjetas de Presentación**



- **Uniformes**



- **Esferos**



- **Shakers**



- **Redes Sociales**

Facebook



Anexo. 1 Estrategias de comercialización

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA”
CARRERA ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA**

Buenos días/ tardes.

Soy estudiante del ITSCO me encuentro realizando una encuesta para determinar el margen de aceptabilidad del proyecto que estoy desarrollando para la obtención del título Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera.

INSTRUCCIONES: Señale con una X la opción que se adapte a su preferencia:

ENCUESTA

Género: M

F

Edad: (15 - 30) (31 - 46) (47 - en adelante)

1. ¿Consume usted bebidas energéticas?

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

SI SU RESPUESTA FUE NO, POR FAVOR SALTE A LA PREGUNTA N°5

2. ¿Con qué frecuencia usted consume bebidas energéticas?

<input type="checkbox"/>	4 Veces la semana
<input type="checkbox"/>	1 vez a la semana
<input type="checkbox"/>	2 Veces a la semana
<input type="checkbox"/>	1 vez al mes

3. ¿Cuánto gasta mensualmente en promedio en la compra de bebidas energizante?

<input type="checkbox"/>	20 dólares
<input type="checkbox"/>	30 dólares
<input type="checkbox"/>	10 dólares
<input type="checkbox"/>	5 dólares
<input type="checkbox"/>	2 dólares

4. ¿Se siente usted satisfecho con las bebidas energizante que ofrece el mercado actual?

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

5. ¿Estaría dispuesto a comprar una bebida energética natural a base de guayusa?

<input type="checkbox"/>

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

SI SU RESPUESTA FUE NO. LA ENCUESTA HA TERMINADO.

6. ¿En qué tamaño consume usted bebidas energizante?

<input type="checkbox"/>	Pequeña
<input type="checkbox"/>	Mediana

7. ¿Dónde le gustaría adquirir la bebida energética natural?

<input type="checkbox"/>	Supermercados
<input type="checkbox"/>	Tiendas
<input type="checkbox"/>	Gimnasios

8. Al momento de adquirir una bebida usted la elige por:

<input type="checkbox"/>	Precio
<input type="checkbox"/>	Cantidad
<input type="checkbox"/>	Complemento nutritivo

¡Gracias por su valiosa ayuda!

Anexo. 2 Encuesta

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Como medida de seguridad del personal en el área de producción se utilizará los siguientes materiales:

Botas:



Chaleco:



Mascarilla:



Guantes:



- **Almacenamiento**

Para el almacenamiento de la materia prima se utiliza como registro de control el Kárdex.

- **Computadora**



- **Maquina llenadora de liquidos**



- **Maquina tapadora**



- **Olla Industrial 100 Litros**



- **Cocina Industrial**



- **Refrigeradora Rectangular**



Anexo. 4 Fichas y lineamientos de control

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

Periodo	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo Final
0	0	0	0	0	5000
1	5000	1200	1821,23857	621,2385744	4378,761426
2	4378,761426	1050,902742	1821,23857	770,3358322	3608,425593
3	3608,425593	866,0221424	1821,23857	955,216432	2653,209161
4	2653,209161	636,7701987	1821,23857	1184,468376	1468,740786
5	1468,740786	352,4977886	1821,23857	1468,740786	0
TOTAL		4106,192872		5000	

Anexo. 5 Método francés

Fuente: Investigación Propia

Autor: Santiago Gudiño

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Tesis Completa 2019 Santiago Gudiño Urkund.docx (D51446135)
Submitted: 5/3/2019 3:10:00 AM
Submitted By: santyfer1793@gmail.com
Significance: 6 %

Sources included in the report:

Pamela Vanessa Cevallos Ramos.pdf (D37116402)
ALEXANDRA SEVILLA.pdf (D51142473)

Instances where selected sources appear:

9



Ing. Andrés Analuisa
Director de Tesis

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA BITACORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACION									
NOMBRE TUTOR: ANALUISA AGUIAR ARMANDO ANDRÉS									
NOMBRE ESTUDIANTE: GUIDO MARINO SANTIAGO FERNANDO									
CARRERA: ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA									
TEMA DE TITULACIÓN: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS ENERGÉTICAS NATURALES A BASE DE GUAYUSA CÍTRICOS, UBICADA EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019									
IMPRESIÓN REPORTE: QUITO, 06 DE MARZO DE 2019 16:32:46									
TIPO REPORTE: ACTUALIZATIVO									
MODALIDAD: INCUBADORA EMPRESARIAL									
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	PERIODO:		OBSERVACION	ESTADO SC	
					HORA FIN	HORAS			
1	2019-01-10	INSITU	2019-01-10 08:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-10 09:00:00	1,00	EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LA JUSTIFICACION Y NORMAS APA, SE SOLICITA AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO	
2	2019-01-12	AUTONOMA	2019-01-12 12:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-12 22:00:00	10,00	DESARROLLO DE LA JUSTIFICACION Y AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO	
3	2019-01-10	INSITU	2019-01-10 09:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-10 10:00:00	1,00	EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES Y NORMAS APA, SE SOLICITA AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO	
4	2019-01-13	AUTONOMA	2019-01-13 12:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-13 22:00:00	10,00	DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES Y AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO	
5	2019-01-17	INSITU	2019-01-17 08:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-17 09:00:00	1,00	SE APRUEBA LA JUSTIFICACION INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS INTERNO.	PROCESADO	
6	2019-01-19	AUTONOMA	2019-01-19 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-19 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL AMBIENTE EXTERNO Y SE APRUEBA EL ANALISIS INTERNO.	PROCESADO	
7	2019-01-17	INSITU	2019-01-17 09:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-17 10:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANALISIS INTERNO, SE ENVIAN AVANCES DEL ENTORNO LOCAL Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS FODA.	PROCESADO	
8	2019-01-20	AUTONOMA	2019-01-20 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-20 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL ENTORNO LOCAL Y AVANCES DEL ANALISIS FODA.	PROCESADO	
9	2019-01-24	INSITU	2019-01-24 08:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-24 09:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANALISIS INTERNO INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DEL ANALISIS INTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO	
10	2019-01-26	AUTONOMA	2019-01-26 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-26 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL ANALISIS INTERNO Y AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO	
11	2019-01-24	INSITU	2019-01-24 09:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-24 10:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ENTORNO LOCAL INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DEL ANALISIS FODA Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA.	PROCESADO	
12	2019-01-27	AUTONOMA	2019-01-27 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-27 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL ANALISIS FODA Y AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA.	PROCESADO	
13	2019-01-31	INSITU	2019-01-31 08:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-01-31 09:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANALISIS INTERNO INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO	
14	2019-02-02	AUTONOMA	2019-02-02 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-02 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO	
15	2019-01-31	INSITU	2019-01-31 09:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-01-31 10:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANALISIS FODA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DE LA DEMANDA.	PROCESADO	
16	2019-02-03	AUTONOMA	2019-02-03 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-03 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y AVANCES DEL ANALISIS DE LA DEMANDA.	PROCESADO	
17	2019-02-07	INSITU	2019-02-07 08:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-07 09:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANALISIS DE LA OFERTA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DE BALANCE OFERTA - DEMANDA.	PROCESADO	
18	2019-02-09	AUTONOMA	2019-02-09 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-09 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y AVANCES DEL BALANCE OFERTA - DEMANDA.	PROCESADO	

19	158723	2019-02-27	INSITU	2019-02-27 09:30:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-27 10:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANÁLISIS DE LA OFERTA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.	PROCESADO
20	158918	2019-02-10	AUTONOMIA	2019-02-10 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-10 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DE ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	PROCESADO
21	158724	2019-02-14	INSITU	2019-02-14 08:30:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-14 09:00:00	1,00	SE APRUEBA PRODUCTOS SUSTITUTOS INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE BALANCE OFERTA - DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE CORRECCIONES DEL BALANCE OFERTA - DEMANDA Y AVANCES DE LOCALIZACIÓN	PROCESADO
22	158919	2019-02-16	AUTONOMIA	2019-02-16 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-16 22:00:00	10,00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE LA DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE TAMAÑO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE INGENIERIA DEL PRODUCTO.	PROCESADO
23	158726	2019-02-14	INSITU	2019-02-14 09:30:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-14 10:00:00	1,00	CORRECCIONES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LOCALIZACIÓN Y SE ENVIAN CORRECCIONES.	PROCESADO
24	158920	2019-02-17	AUTONOMIA	2019-02-17 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-17 22:00:00	10,00	SE APRUEBA EL BALANCE OFERTA - DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LOCALIZACIÓN Y SE ENVIAN CORRECCIONES.	PROCESADO
25	158728	2019-02-21	INSITU	2019-02-21 08:30:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-21 09:30:00	1,00	CORRECCIONES DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	PROCESADO
26	158921	2019-02-23	AUTONOMIA	2019-02-23 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-23 22:00:00	10,00	SE APRUEBA ANÁLISIS DEL TAMAÑO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LOCALIZACIÓN DEL PRODUCTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES INGRESOS.	PROCESADO
27	158731	2019-02-21	INSITU	2019-02-21 09:30:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-21 10:00:00	1,00	CORRECCIONES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO Y AVANCES DE CALCULO DE INGRESOS.	PROCESADO
28	158922	2019-02-24	AUTONOMIA	2019-02-24 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-24 22:00:00	10,00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE LA LOCALIZACIÓN Y DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANÁLISIS DE INGRESOS DEL PRODUCTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.	PROCESADO
29	167116	2019-02-28	INSITU	2019-02-28 08:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-02-28 10:00:00	2,00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE LA LOCALIZACIÓN Y DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANÁLISIS DE INGRESOS DEL PRODUCTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES TANTO DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES.	PROCESADO
30	167133	2019-03-03	AUTONOMIA	2019-03-03 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.	2019-03-03 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL CALCULO DE INGRESOS Y AVANCES DE CUADRO DE INVERSIONES	PROCESADO
31	167118	2019-03-07	INSITU	2019-03-07 08:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-07 10:00:00	2,00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN: VAN, TIR, PRL, RCB Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
32	167136	2019-03-10	AUTONOMIA	2019-03-10 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-10 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DE CRITERIOS DE INVERSIONES Y AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
33	167122	2019-03-14	INSITU	2019-03-14 08:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-14 10:00:00	2,00	SE APRUEBA EL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN VAN, TIR, PRL, RCB, PUNTO DE EQUILIBRIO. SE SOLICITA AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN SOBRE EL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO.	PROCESADO
34	167137	2019-03-17	AUTONOMIA	2019-03-17 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-17 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PUNTO DE EQUILIBRIO Y AVANCES DEL IMPACTO AMBIENTAL.	PROCESADO

35	167124	2019-03-21	INSITU	2019-03-21 08:00:00	2019-03-21 10:00:00	2.00	PROCESADO	SE APRUEBAN LOS CALCULOS DE LOS INDICADORES DE EVALUACION DE PROYECTOS VAN, TR, PRI, RCI Y PUNTO DE EQUILIBRIO INCLUIDAS EN LA MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO.
36	167139	2019-03-24	AUTONOMA	2019-03-24 12:00:00	2019-03-24 22:00:00	10.00	PROCESADO	CORRECCIONES DEL IMPACTO AMBIENTAL Y AVANCES DEL IMPACTO ECONOMICO SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO.
37	167125	2019-03-28	INSITU	2019-03-28 08:00:00	2019-03-28 10:00:00	2.00	PROCESADO	CORRECCIONES DEL IMPACTO ECONOMICO Y AVANCES DEL IMPACTO PRODUCTIVO SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL MISMO.
38	167142	2019-03-31	AUTONOMA	2019-03-31 12:00:00	2019-03-31 22:00:00	10.00	PROCESADO	CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y AVANCES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL MISMO.
39	167127	2019-04-04	INSITU	2019-04-04 08:00:00	2019-04-04 10:00:00	2.00	PROCESADO	CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y AVANCES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL MISMO.
40	167145	2019-04-07	AUTONOMA	2019-04-07 12:00:00	2019-04-07 22:00:00	10.00	PROCESADO	CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y AVANCES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL MISMO.
41	167128	2019-04-11	INSITU	2019-04-11 08:00:00	2019-04-11 10:00:00	2.00	PROCESADO	CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y AVANCES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL MISMO.
42	167146	2019-04-14	AUTONOMA	2019-04-14 12:00:00	2019-04-14 22:00:00	10.00	PROCESADO	CORRECCIONES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO.
43	167130	2019-04-18	INSITU	2019-04-18 08:00:00	2019-04-18 09:00:00	1.00	PROCESADO	SE REVISAN Y APRUEBA LAS RECOMENDACIONES DEL PROYECTO. TRABAJO LISTO PARA PRESENTACION DEL PRIMER BORRADOR FISICO.
44	167112	2019-04-18	INSITU	2019-04-18 09:00:00	2019-04-18 10:00:00	1.00	PROCESADO	RECOMENDACIONES DEL PROYECTO. TRABAJO LISTO PARA PRESENTACION DEL PRIMER BORRADOR FISICO.
TOTAL HORAS:						240		
				SANTIAGO CUEVAS GOBIERNO MARINO SANTIAGO FERNANDO ALUMNO CU: 1713176753				
				ANALLUZ ARRIAGA ARSAMANDO ANDRES TUTOR CU: 1729917218				
				SATIAS RAMIREZ FRANCISCO VINICIO DELEGADO FECHA: 22/05/2019				

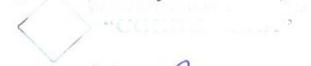
**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**

ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **GUDIÑO MARIÑO SANTIAGO FERNANDO**, portador de la cédula de identidad N° 172177675-3, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 28 de mayo del 2019


28 MAY 2019

Sra. Mariela Balseca
CAJA


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
Ing. Francisco Salas
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN


Ing. William Parra
BIBLIOTECA


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
28 MAY 2019

COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
Ing. María Fernanda Burga
DIRECTOR DE CARRERA


Ing. María Fernanda Burga
SECRETARÍA ACADÉMICA

*Nuestro reto formar seres humanos con iguales
derechos, deberes y obligaciones*