



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**“PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE BEBIDAS ENERGÉTICAS NATURALES”**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN GASTRONÓMICA**

Autor: Sebastián Alejandro Pérez Vinueza

Director: Lic. Roberto Castro

Quito 2013

Licenciado Roberto Castro

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICACIÓN

Yo, SEBASTÁN ALEJANDRO PÉREZ VINUEZA declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y, que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, sin restricción de ningún género o especial.

.....

Yo ROBERTO CASTRO certifico que conozco al autor del presente trabajo siendo responsable exclusivo tanto en su originalidad, autenticidad, como en su contenido.

.....

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico Dios que me ha permitido cumplir cada una de mis metas planteadas hasta el día de hoy. A mi padres, Saida y Manuel, mi hermano Bryan y mi mejor amiga Paola que siempre me apoyaron en los momentos que más los necesite.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a cada una de las personas que me brindaron su ayuda en el transcurso de todos estos años, amigos, familia, profesores, compañeros y especialmente a mi director de tesis.

ÍNDICE

RESUMEN	VII
ABSTRACT	VIII
1. INTRODUCCIÓN	IX
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	XI
3. OBJETIVOS	XII
3.1. OBJETIVO GENERAL	XII
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	XII
4. JUSTIFICACIÓN.....	XIII
5. MARCO DE REFERENCIA.....	XIII
5.1. MARCO TEÓRICO.....	XIII
5.2. MARCO CONCEPTUAL	XVI
6. METODOLOGÍA.....	XVIII
6.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	XVIII
6.2. TÉCNICAS	XIX

RESUMEN

La presente tesis consiste en una investigación para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de una bebida energética natural. Durante los últimos años se ha incrementado el número de consumidores de energizantes, por esta razón surge la idea de una bebida energizante a base de hierbas naturales. Su principal componente es el *sunfo*, que tiene como característica fundamental la de brindar beneficios energéticos y antiguamente era empleado para realizar diversas infusiones medicinales y naturales. En el estudio realizado se detallan los pasos necesarios para ejecutar este proyecto, que tiene como objetivo lanzar este nuevo producto al mercado, enfocándose en la ciudad de Quito. Para poder determinar si la bebida va a tener acogida, se realizó un estudio de mercado y un estudio financiero donde se reflejarán los resultados, positivos o negativos, para demostrar si el proyecto es factible y viable.

ABSTRACT

This thesis consists on a research for the creation of a microenterprise dedicated to the development of a natural energy drink. During the last years the number of consumers of energy drinks has increased. For this reason, the idea of creating an energy drink made with natural herbs arises. Its main component is the "*sunfo*", a plant that provides energetic benefits and was formerly used to perform a variety of medicinal and natural infusions. The study details the steps necessary to implement this project, which aims to launch this new product, being the city of Quito the target market. To determine if the drink will be well received by consumers, a market analysis and a financial study were conducted, setting out the positive or negative results that shows whether the project is feasible and viable, or not.

1. INTRODUCCIÓN

En un principio las bebidas energizantes, debido a que son sustancias estimulantes de alta cantidad energética, fueron consumidas por personas que realizaban una constante actividad física. Inicialmente fueron introducidas al mercado para incrementar el nivel de concentración, impedir el sueño, facilitar la sensación de bienestar, subir el nivel de concentración, evitar el sueño, proporcionar sensación de bienestar, y poder eliminar sustancias que no afecten al cuerpo humano. (Cano, 2003: p.109).

En la década de los 80, exactamente en 1987 inicia la primera producción de una bebida energizante, elaborada por Dietrich Mateschitz de origen Austriaco, quien acostumbrado a consumir jarabes tonificantes durante sus viajes aéreos para poder disminuir su agotamiento, inicia a estudiar el mercado con respecto a estos productos debido a que se en los países asiáticos las personas consumían constantemente (Gorab y Andrade, 2009: p.3).

Red Bull es la primera marca de bebidas energizantes que apareció en el mercado, con alrededor de una inversión de un millón de dólares. Su producto fue muy aceptado que en tal solo durante los 12 primeros meses ya se vendieron la cantidad de un millón de de bebidas (Gorab y Andrade, 2009: p.4).

Alrededor del mundo existe un sin fin de marcas de bebidas energéticas donde jóvenes adultos y adolescentes han sido el principal mercado de consumo de dicho producto, donde no en todas las partes del mundo la venta de estas bebidas es permitida, en países como Dinamarca o Francia solo se pueden adquirir en establecimientos donde se expende medicamentos (Gorab y Andrade, 2009: p.5).

En el mercado la mayoría de bebidas energizantes tienen una presentación de 250 ml, las cuales dentro de nuestro país éstas pueden ser expandidas sin ninguna limitación. El

porcentaje de cafeína varía entre los 0.08 a 0.10 gramos al igual que la taurina entre 0.025 y 0.035 gramos. Si existe un exceso de bebidas energizantes o una ingesta que sea mayor a 250 ml de cafeína, esto quiere decir entre 3 o 4 bebidas energéticas, puede ocasionar varias afecciones al organismo como arritmias cardiacas, agitación, problemas al concentrarse, problemas estomacales, entre otras; Al igual si el consumo es moderado, el organismo del ser humano también puede tener problemas arteriales y cardiacos (Vargas, Quineche y Tulio, s/f: p.3).

Las bebidas energizantes se introdujeron en el mercado hace varios años atrás. La primera y única marca que existe en el país es 220V, empezó a producirse y comercializarse en el año 2006 la cual ha sido aceptada por los consumidores y hoy en día es una de las bebidas energizantes que más se consume a nivel nacional. Esta bebida tiene las mismas características e igual componentes que las demás marcas existentes, por lo que no existe una microempresa que produzca y comercialice bebidas energéticas que tenga una base de hierbas naturales y no contengan componentes que afecten al organismo.

Debido a las extensas hectáreas de tierra fértil que el Ecuador dispone, muchos productos agrícolas, así como plantas naturales tales como orégano, menta, tomillo, introducidas del continente europeo; al igual que hierbas originarias de Ecuador como llantén, tilo, toronjil, diente de león (Herbotecnia, 2004: s/n). Todas estas plantas mencionadas y muchas más se pueden producir con gran facilidad en los sectores de la sierra como de la amazonia, al igual que su costo en los mercados es reducido.

Entre las más conocidas se destacan la hierba de manzanilla que fue introducida al Ecuador y es originaria de Europa, es muy adaptable en cualquier tipo de terreno y tiene varios beneficios medicinales, uno de los más importantes es ayudar el sistema digestivo (Herbotecnia, 2004: s/n). Otra de las hierbas naturales que igual fue introducida al país es la de cedrón la cual es originaria de América del sur y una de sus de sus principales

funciones para el organismo que ayudan a los espasmos del intestino, es decir el cedrón es un antiespasmódico natural (Herbotecnia, 2004: s/n). El sunfo es una planta que se encuentra en los páramos andinos y cordilleras de la serranía en países como Ecuador, Costa Rica, Panamá, Venezuela, Colombia y Perú. Lamentablemente, debido a su ubicación no es muy conocida, pero una de sus principales características es la de ser un energizante natural. (Caicedo y Otavalo, 2007: p.7-8).

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Durante los últimos años el consumo de bebidas energéticas o energizantes se ha vuelto una novedad. Mediante numerosas campañas publicitarias estas bebidas han sido exhibidas como un producto que no tiene efectos secundarios en el organismo. Entre sus principales componentes se encuentra la cafeína, que en cantidades excesivas altera al sistema nervioso, circulatorio, el aparato digestivo y renal; la taurina, que combinada con los minerales que contiene los energizantes puede ocasionar problemas cardiacos; y el inositol, el cual potencia los dos componentes antes mencionados. En el mercado existe gran variedad de marcas de bebidas energéticas pero estas tienen similares componentes, lo que ha dado como resultado que las personas consuman bebidas energizantes que varían únicamente en sus nombres o el tipo de embotellado.

Por otro lado, el consumo de productos naturales ha ido en aumento debido a que existen muchas personas que han tomado conciencia, saben que el consumir productos que afecten al organismo traerá como consecuencia enfermedades.

En el Ecuador existen un alto número de productos que se los puede extraer de la naturaleza, pero la gran mayoría no han sido aprovechados completamente. Planteando este panorama surge la siguiente pregunta: ¿Por qué no realizar una bebida energética a base de

hierbas naturales como la manzanilla, el cedrón y el sunfo¹? De esta manera se puede obtener una bebida que aporte energía y beneficios medicinales al organismo. Tanto la manzanilla como el cedrón son hierbas naturales conocidas por calmar o aliviar diversos dolores y el sunfo como una planta con propiedades energéticas. Debido a la tradición ecuatoriana, establecida desde hace muchos años atrás, estas hierbas han sido empleadas únicamente para realizar infusiones en agua caliente y todas sus cualidades han sido desaprovechadas para la elaboración de otros productos.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

- Realizar un proyecto de creación de una microempresa productora y comercializadora de bebidas energéticas naturales.

3.2. Objetivos específicos

- Investigar sobre las bebidas empresas de las bebidas energéticas.
- Determinar el consumo existente de bebidas energéticas.
- Investigar sobre las plantas naturales principalmente las hierbas de cedrón, manzanilla y sunfo.
- Realizar el respectivo proceso de elaboración y envasado de la bebida energética.
- Determinar las principales funciones de la microempresa.
- Realizar un respectivo estudio de mercado con respecto al consumo de bebidas energizantes.

¹ **Sunfo:** Planta que se encuentra en los páramos andinos; su principal característica es la de ser un energizante natural (Caicedo y Otavalo, 2007: p.7-8).

- Realizar un correcto plan de marketing para posicionar a la microempresa.
- Realizar un estudio financiero para determinar los valores necesarios dentro del proyecto a realizarse.

4. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto cuenta con un minucioso proceso de investigación que tiene como resultado obtener una bebida energética con base de plantas naturales tales como la manzanilla, cedrón y sunfo. Estas plantas son portadoras de diversos beneficios medicinales y pueden ser producidas y comercializadas mediante un correcto estudio de mercado.

Ecuador es un país en el que existe una gran variedad de bebidas energéticas, las cuales tienen un proceso de elaboración similar. Las marcas Red Bull y 220V son las más aceptadas en el mercado. Hoy en día, no existe una bebida energética a base de plantas naturales que pueda aportar energía a nuestro cuerpo conjuntamente con beneficios medicinales.

- Realizar una organización administrativa para que la microempresa tenga una correcta funcionalidad.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1. Marco teórico

Hoy en día existe una gran cantidad de historias de las bebidas energizantes en los medios de comunicación, dichas han sido acogidas por adolescentes y adultos debido a que se ha propagado la idea que ayuda al rendimiento atlético y mental. A pesar de su alta popularidad, durante el transcurso del tiempo cada vez

son más las interrogantes que se tienen con respecto a estas bebidas para la juventud y con respecto al alto contenido calórico y de cafeína.

Las bebidas energizantes han ganado gran impulso en el mercado, pero hasta el momento constan pocas y no concretas investigaciones para poder conocer la cantidad de consumo y cuáles son los verdaderos efectos que causan al organismo. Varias han sido las historias conflictivas que se han escuchado acerca de las bebidas energizantes lo que hace que el consumidor siempre tenga interrogantes sobre la verdad de estas bebidas.

En la década de 1990 fueron introducidas al mercado y la aceptación por parte de los consumidores se ve reflejada en la gran variedad de marcas existentes en los supermercados al igual que la publicidad en los medios de comunicación.

Estas bebidas dentro de su composición siempre han tenido niveles de cafeína mucho más altos que las gaseosas al igual que pueden contener glucosa, guaraná (origen natural de la cafeína) y taurina, estos componentes mencionados siempre han estado relacionados con la apreciación de poseer una mayor energía.

Durante miles de años la cafeína ha sido consumida en varios alimentos y bebidas tales como el café, el té y el chocolate. La cafeína ha sido un componente el cual ha estado en constantes investigaciones por lo que la Administración de Drogas y Alimentos (FDA) de los estados Unidos ha mencionado que la cafeína es segura; por el otro lado la American Medical Association (AMA) menciona que "los consumidores moderados de té o café probablemente no deban preocuparse por su salud en relación con el consumo de cafeína, siempre que los demás hábitos de estilo de vida (alimentación, consumo de alcohol) sean también moderados".

El consumo de bebidas energéticas, al igual que otras bebidas que contengan cafeína como ayudante del sueño tendrá como resultado la ausencia de sueño, que puede tener como consecuencia efectos no deseables.

Consumir cafeína en cantidades altas siempre ha estado relacionado con varios problemas al organismo como náuseas, ansiedad y principalmente altera al sistema cardiaco; todos estos síntomas pueden variar entre una y otra persona al igual que aumentar o disminuir sus efectos dependiendo los niveles de cafeína consumidos.

Colocar la cantidad de cafeína en los productos que contienen dicho componente no es obligatorio pero la mayoría de empresas que producen bebidas que contengan cafeína incluyendo las bebidas energéticas agregan esta información.

Los cuestionamientos no solo son con respecto a la cafeína, debido a la gran popularidad que ha ocasionado estas bebidas dentro de los adolescentes, el consumo excesivo puede ocasionar grandes índices de obesidad, puesto a que las bebidas energizantes contienen un alto grado calórico.

Las bebidas energéticas contienen 200 calorías o más por porción establecida, por lo que al igual que varios alimentos y bebidas que pueden ocasionar un aumento de peso, el consumo de los energizantes puede causar sobrepeso y más aun cuando las cantidades diarias sobrepasan.

Una administración adecuada de consumo calórico diario es una manera de evitar el sobrepeso, por lo que las bebidas energéticas al tener altos contenidos calóricos, al igual de contener varios componentes que pueden afectar a la salud, el consumo de estas bebidas debe ser controlado y moderado para que así la salud del ser humano no sufra de enfermedades (Revista Food insight, s/f: p.2, 3).

En el Ecuador existen varias microempresas de alimentos y bebidas las cuales algunas han logrado salir adelante gracias a su correcto funcionamiento. Dentro del campo de bebidas, las empresas ecuatorianas existentes son en gran porcentaje de de gaseosas; existe también en el mercado empresas que distribuyen bebidas a base de hierbas naturales más no energéticas por lo que hasta el día de hoy no se ha establecido una empresa o microempresa que elabora y comercialice bebidas energéticas a base de hierbas naturales medicinales, las cuales en el país existe gran mucho producción.

La zona en donde se expenden la mayor cantidad de hierbas medicinales se encuentra en el sector de los Andes Ecuatorianos donde se registran alrededor de 273 hierbas medicinales que tratan 77 dolencias; destacándose las de manzanilla, cedrón y orégano. (Cerón, 2006: p. 286).

5.2. Marco conceptual

- **Cafeína:** Alcaloide que estimula el corazón, el cerebro, la médula espinal, los pulmones y el estómago (aumenta la atención, dilata las vías respiratorias y estimula la producción de jugos gástricos), pero que en grandes cantidades puede resultar tóxico. La cafeína se encuentra de forma natural en el café, en el té y en el chocolate amargo y también se añade artificialmente a los refrescos de cola y otros alimentos (Océano Ambar, 2009: p.111).
- **Caloría:** Es una medida de energía. Es la cantidad de calor que se necesita para que un gramo de agua aumente 1 grado centígrado. El cuerpo obtiene la energía necesaria para su funcionamiento de los alimentos, de manera que un exceso de calorías impulsa al organismo a

una mayor actividad y una falta hace aumentar el apetito para obtenerlas (Océano Ámbar, 2009: p.115).

- **Edulcorantes:** Son sustancias naturales o artificiales capaces de aportar un sabor dulce a los alimentos. El edulcorante natural utilizado es el azúcar (sacarosa), seguido de la miel y de los siropes. Los edulcorantes artificiales son compuestos químicos obtenidos de forma sintética. Imitan el sabor dulce del azúcar, pero aportan apenas o en absoluto calorías al organismo (Océano Ambar, 2009: p.193).
- **Estudio de mercado:** proporcionará información sobre los clientes, la competencia, las prácticas habituales de trabajo en el sector, etc. Estos datos le serán de mucha utilidad para evitar caer en los errores propios de la inexperiencia (Agestic, 2009: p.1).
- **Hidratos de carbono:** También llamados glúcidos o carbohidratos, la principal función es aportar energía. Pueden transformarse en energía inmediatamente o almacenarse en forma de glucógeno en el hígado y en los músculos (Océano Ambar, 2009: p.193).
- **Hierbas Medicinales:** Fueron las primeras medicinas existentes en este planeta y todavía son el remedio natural de numerosas enfermedades, así mismo las hierbas dan un aroma muy evocador a diversas mezclas de inciensos y un sabor poco corriente a los alimentos, por ello aún existen comunidades indígenas que veneran a la naturaleza (Alimentación sana, s/f: p.1).

- **Infusión:** Las infusiones se preparan hirviendo hierbas aromáticas, café o té agua y tienen propiedades diferentes según el tipo de planta empleada (Océano Ambar, 2009: p.284).
- **Inositol:** Se considera un miembro de la familia de las vitaminas del complejo B. El inositol se encuentra en casi todas las células y es esencial para las funciones corporales más importantes (Solórzano, s/f: p.1).
- **Microempresa:** Es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad (Thompson, 2007: p.1).
- **Taurina:** Aminoácido que se produce durante la desintegración del también aminoácido cistina. Interviene en el funcionamiento del cerebro y de las membranas celulares y en la digestión (Océano Ambar, 2009: p.434).

6. METODOLOGÍA

6.1. Métodos de investigación

Para elaborar un plan de tesis se debe determinar qué métodos de investigación van a ser utilizados, los cuales deben ser desarrollados los más

importantes de acuerdo al tema escogido; por lo que para realizar un proyecto de creación de un microempresa productora y comercializadora de bebidas energéticas naturales se van a utilizar los siguientes:

- **Sintético:** Realizar una síntesis o resumen de todo lo que se vaya a investigar resaltando así lo más importante que se necesita para la elaboración del proyecto.
- **Histórico:** Utilizar una base de investigaciones y proyectos que se han elaborado anteriormente para tener información necesaria y factible para realizar la presente tesis.
- **Comparativo:** Método el cual se podrá realizar una comparación sistemática entre los diferentes tipos de productos establecidos.

6.2. Técnicas

Para realizar el proyecto de creación de un microempresa productora y comercializadora de bebidas energéticas naturales, existen y se necesitan diferentes técnicas donde cada una de ellas tendrá suma importancia para que el proyecto pueda elaborarse de manera correcta. Las técnicas que se utilizarán serán:

- **Consulta bibliográfica:** Técnica que se utilizara en todo el proceso mediante libros, revistas e internet para así poder realizar una investigación adecuada.

CAPITULO I: ANTECEDENTES HISTORICOS DE BEBIDAS NO

ALCOHÓLICAS Y ENERGIZANTES EN EL ECUADOR

1.1. Bebidas energéticas consumidas previo a la conquista española

Indígenas de diferentes países andinos han utilizado diversas hierbas u hojas naturales. En el Ecuador, en la época aborígen tanto en la costa, como en la sierra y en la región amazónica, la mayoría fueron utilizadas para rituales religiosos. El consumo de hierbas y hojas de plantas, se lo realizaba de manera frecuente por lo que existieron gran variedad de plantas que hoy en día casi no son utilizadas. Se determinó que las siguientes tres plantas o flores eran las más importantes que aportaban energía a los indígenas.

El amaranto (ver anexo A), planta que se remonta a más de siete mil años, tiene muchos beneficios nutricionales, pero las hojas son las que aportan energía, por lo que los indígenas la consumían realizando infusiones (Agroecuador, s/f: pag.2). La chuquiragua o palo de lanza (ver anexo B) es la flor nacional del Ecuador, nativa de los páramos de los andes de América del sur; ésta flor ayudaba a los indígenas para que puedan resistir en su arduo trabajo que realizaban, al igual que ayuda en la curación de ciertas enfermedades hepáticas (Agroecuador, s/f: pag.6).

La hoja que más se conoció a nivel de América del sur, es la de coca. Ésta hoja al igual que la gran mayoría, era utilizada con motivos religiosos. Su mayor función era la energética ya que gracias a ésta hoja los indígenas podían trasladarse por largas distancias (Garzón, s/f: pag.4).

1.2. Historia de las empresas de bebidas no alcohólicas en el Ecuador

A lo largo de los años en el Ecuador se han creado varias empresas que se dedican a la producción, embotellamiento y distribución de bebidas no alcohólicas. Después de una

exhaustiva investigación se ha determinado que dos empresas ecuatorianas han sido las más relevantes, por lo que se las mencionará a continuación.

1.2.1. The Tesalia Springs Company

The Tesalia Springs Company (ver anexo C) es la primera empresa ecuatoriana de embotellamiento de agua natural gasificada. Se encuentra localizada en Machachi, provincia de Pichincha, donde una señora de apellido Kingler dueña de varias propiedades encontró beneficios naturales y medicinales del agua que provenía de las vertientes del Cotopaxi. Su producción de embotellamiento rudimentario inicia en la década de 1810. El nombre “Gütig” aparece a finales de 1880 cuando un alemán, experto en aguas minero-medicinales, visita el sitio y al probar el agua la denominó “Gütig” que en alemán significa excelente, bondadoso o bueno (Macrovision Media, s/f: p. 1).

En un inicio los centros de comercialización únicamente eran en farmacias y su primera presentación fue una botella de vidrio de color verde muy similar a las botellas donde se comercializa el champagne. Por esta razón los medios impresos de comunicación de esa época la denominaban como “el champagne de las aguas de mesa”. Posteriormente para una mayor facilidad de consumo y de venta del producto se comenzó a distribuir en una presentación de vidrio transparente y retornable en distintos tamaños. A principios de 1921 la producción aumentó y la comercialización de “Gütig” se extendió por todo el territorio nacional (Macrovision Media, s/f: p.1).

Fue tan grande la acogida de este producto que los clientes en la década de 1960 la gran mayoría de personas en todo el Ecuador relacionaban la palabra “Gütig” con esta agua mineral gasificada (Macrovision Media, s/f: p.1).

En el año 2002 “Gütig” realizó cambios en la imagen gráfica de la marca con una idea mucho más moderna y juvenil, adaptándose a los requerimientos de los mercados internacionales. En el 2004, tras mantener una excelente producción e innovación, la empresa Tesalia Spring Company introdujo al mercado internacional “Gütig One Way”, reserva especial. Una presentación premium que ha tenido gran aceptación por su excelente calidad. También han lanzado nuevos productos al mercado nacional como “Gütig Essences”, que tiene esencia de limón y gaseosas con sabor a uva, naranja, piña, etc. (Macrovision Media, s/f: p.1).

1.2.2. Ecuador Botling Company Corporation

En la década de 1940 en las regiones más importantes del país se encontraban establecidas varias empresas embotelladoras que producían y distribuían su producto en todo el país. Aparece Ecuador Bottling Company Corporation (EBC) (ver anexo D), que se convirtió en la empresa más grande de bebidas no alcohólicas. Más adelante, tras la unión de los grupos empresariales Correa, Noboa y Herrera-Eljuri se logra fusionar a la gran mayoría de estas empresas, dando como resultado el crecimiento y desarrollo de de la marca Coca-Cola en el Ecuador (Arteaga, 2010: p.20).

EBC es la empresa embotelladora oficial acreditada por The Coca Cola Company y en la actualidad tiene gran variedad de productos que se comercializa en el Ecuador. Estos se dividen en cinco categorías: aguas, bebidas isotónica¹, gaseosas, té y jugos (Arteaga, 2010: p.20). Dentro de todas las bebidas no alcohólicas, las gaseosas son las que más han tenido aceptación dentro del mercado ecuatoriano. Por esta razón, a partir del año 2000 muchas empresas empezaron a

¹ **Bebidas isotónicas:** Son bebidas que se utilizan para retener el agua en el organismo, para reducir la deshidratación durante exposiciones prolongadas al calor y/o frente a ejercicios físicos (Malgarejo, 2004: p.2).

introducir sus productos en el país y las ventas de la compañía bajaron significativamente. Sin embargo, a pesar de todos estos sucesos EBC sigue siendo la empresa líder en el mercado y su crecimiento sostenido no ha dejado de parar desde el año 2003 (Arteaga, 2010: p.19).

1.3. Historia de las empresas de bebidas energéticas en el Ecuador

La primera empresa y bebida energizante conocida alrededor del mundo es "Red Bull GmbH" (ver anexo E). Inicialmente fue comercializada en Europa y en Asia, posteriormente llegó a los Estados Unidos donde únicamente era consumida por atletas. Paulatinamente se abrió mercado y la bebida llegó al resto de la población. Hoy en día se ha convertido en la marca de bebidas energéticas más reconocida en todo el mundo (Bosmediano, 2008: p.6).

Los empresarios al observar la acogida de esta bebida por los consumidores empezaron a expandir el mercado insertando el producto en diversas partes del mundo. En el Ecuador las bebidas energéticas fueron introducidas en entre los años 2004 y 2005 aproximadamente. En un inicio estas bebidas no fueron aceptadas por los consumidores, debido a los cuestionamientos que han surgido en torno a sus componentes, pero a pesar de dichas complicaciones, las bebidas energizantes poco a poco iban acaparando el mercado ecuatoriano (Bosmediano, 2008: p.6).

La primera empresa que inició la producción de bebidas energizantes es "The Tesalia Springs Company". Al ver cómo este producto se iba incursionando en un mercado que crecía rápidamente, toman una decisión estratégica para introducir al mercado un nuevo producto con valor agregado. Es así, que en el año 2005 iniciaron un proceso de investigación y desarrollo para poder obtener una nueva bebida energizante. Finalmente, en agosto del 2006 una nueva bebida energizante "220V" ingresa el mercado ecuatoriano (Webworks, 2012: p.1).

Para entonces en el Ecuador ya existían algunos productos importados de esta categoría que lograron posicionar una imagen y una característica con productos de que tengan algún ingrediente que capte la atención del consumidor. The Tesalia Springs Company decide ingresar a esta categoría de bebidas con el objetivo de alcanzar una democratización de consumos, es decir, masificar la producción. Gracias a esto el lanzamiento de "220V" fue todo un éxito. Además, tener un precio más económico y una presentación en botella plástica le permitió contar con una ventaja pues en primer lugar es accesible, y en segundo, el consumidor está habituado a esa clase de envases (Webworks, 2012: p.1).

A tan sólo dos años del lanzamiento, 220V revolucionó el mercado nacional siendo así una de las marcas más exitosas en el país. Ha logrado convertirse en una de las bebidas energéticas preferidas por los consumidores. Hoy en día "220V" compite en igualdad de condiciones en el mercado ecuatoriano con marcas muy prestigiosas y reconocidas, donde Red Bull es su principal rival. Según Luis Eduardo Alarcón, gerente general de la compañía, "220V" es la bebida líder de su categoría en el mercado, con una aceptación de un 80 por ciento (Webworks, 2012: p.1).

La compañía Sumesa S.A. es la segunda empresa ecuatoriana que introdujo al mercado una bebida energizante. Empezó su producción y comercialización de refrescos en polvo en el año de 1973; gran parte de su producción la realiza en Perú con el nombre de Produ-Export S.A.C., para aprovechar el pago de impuestos, donde la totalidad de sus ventas las realiza en el Ecuador (Reyes, 2012: s/p).

En febrero del 2008 Sumesa S.A (ver anexo F) lanza al mercado su nuevo producto llamado "Volcán", un energizante a base de taurina (no de cafeína), con una presentación en envase plástico. "Volcán" no tuvo la acogida esperada por los consumidores y la empresa decidió en bajar el precio y emprender varias campañas publicitarias en diferentes

medios de comunicación. Actualmente este producto no se encuentra en todos los centros de comercialización porque su acogida sigue siendo baja (Reyes, 2012: s/p).

The Tesalia Springs Company y Sumesa S.A. son las únicas empresas ecuatorianas que producen y comercializan bebidas energizantes en el mercado nacional. Existe gran variedad de marcas que se comercializa en el país tales como 220V, Volcán, Redbull, Ciclón, Monster, entre otras, donde gracias a una buena dirección de campañas publicitarias, 220V y Redbull son las más aceptadas por los consumidores.

CAPITULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1. Análisis del sector

Con un correcto estudio de mercado se logró determinar que el mayor consumo de bebidas energéticas está concentrado en la clase media de la ciudad de Quito, al igual que en el cuadro de censos de estratos sociales presentado a continuación, se recomienda que el nuevo producto energizante para que tenga una aceptación inicial adecuada, sea dirigido a dicha clase social, tanto porque en la ciudad de Quito el estrato social medio tiene un porcentaje alto al igual que tiene mayor capacidad de compra.

De acuerdo al Instituto Nacional de estadísticas y Censos (INEC), que realizó una encuesta con respecto a las clases sociales en el año 2011, en las provincias de Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato con un total de 9744 personas determinó lo siguiente:

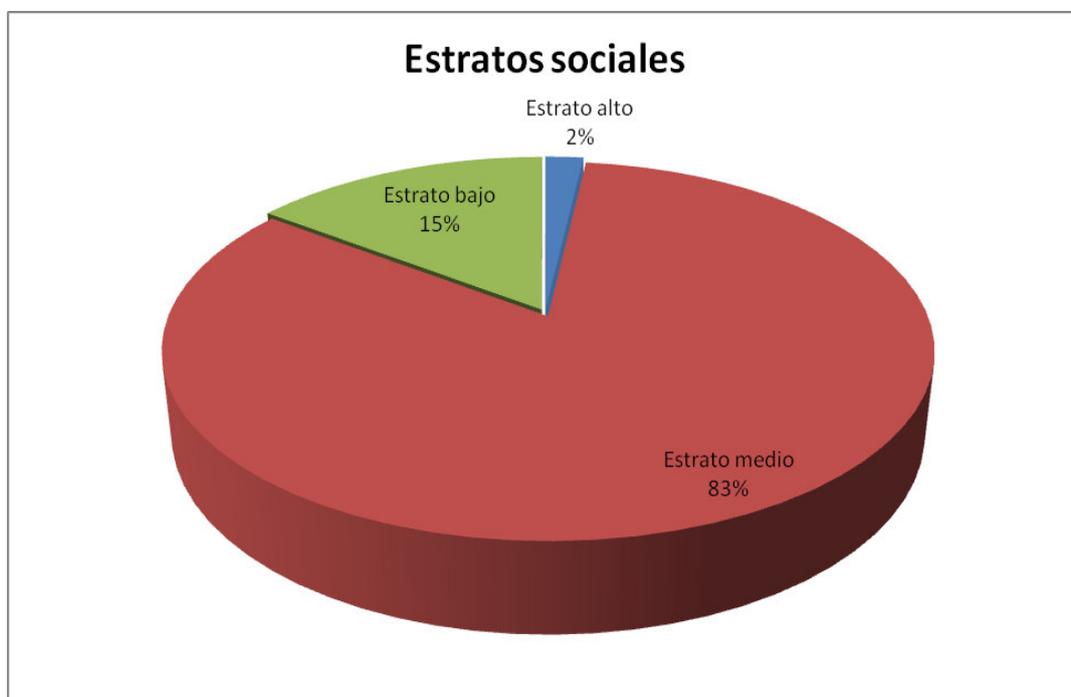


Ilustración 1: Estratos sociales

Autor: Sebastián Pérez
Fuente: INEC, 2011

2.2. Estudio de la demanda

2.2.1. Modelo de la encuesta

Con una respectiva investigación se determinó que se realizará una encuesta que constará de 4 preguntas en las cuales se establecerán preguntas claras que serán de respuesta concreta para así poder tener una tabulación correcta.

Debido a que la micro-empresa va a estar ubicada en el sector de Quito, se determinó que la bebida irá dirigida a los consumidores de la clase media de dicha ciudad, por lo que el total de la población será de 1.858.535 según los datos del INEC. De esta manera poder determinar el tamaño de la muestra; es decir la cantidad de encuestas que se deben ejecutar, se realizó la siguiente fórmula²:

n = Tamaño de la muestra

N = Total de la población

o = Desviación estándar de la población que, cuando no se tiene su valor se utiliza 0,5

z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. En este caso se utilizará el 93% que equivale al 1,81

e = Limite aceptable de error. Se utilizará el 9% que equivale a 0,09

$$n = \frac{N \cdot o^2 \cdot z^2}{(n-1) e^2 + o^2 \cdot z^2}$$

² Fórmula obtenida de google académico: http://www.fsalazar.bizland.com/URL_INGENIERIA_PRI ME RO /URL_02BAS02.pdf

n =	$1.858.535(0,5)^2(1,81)^2$
	$(1.858.535-1) (0,09)^2+(0,5)^2(1,81)^2$

n =	$1.858.535(0,25)(3,27)$
	$(1.858.534) (0,0081)+(0,25)(3,27)$

n =	$1.858.535(0,81)$
	$15.054,12+0,81$

n =	$1.505,413,35$
	$15.054,93$

n = 99.99

Con el resultado que se obtuvo del tamaño de la muestra, a continuación se procederá a realizar la cantidad de 100 encuestas con su correcta formulación de preguntas al igual que su tabulación.

ENCUESTA

El propósito de esta encuesta es indagar sobre la frecuencia del consumo de bebidas energizantes de las personas y descubrir si resulta atractivo para los consumidores la idea de una bebida energizante natural.

1. ¿Consume usted alguna de las siguientes bebidas energizantes?

Red Bull Monster V220

Ciclón Cult No consume

Otros:

¿Con que frecuencia? (Semanal)

1-2 3-4 5-6 más

2. ¿En qué circunstancias consume bebidas energizantes?

Actividades deportivas Para calmar la sed

Para mantenerse despierto En reuniones sociales

Por gusto

Otros:
.....

3. Si contestó no ¿Por qué motivos?

No es saludable No le gusta el sabor Es muy costosa

Otros:

4. ¿Consumiría una bebida energizante hecha con hierbas naturales y sin químicos nocivos para el organismo?

Sí No

¿Por qué?
.....
.....

2.2.3. Tabulación de la encuesta

<i>Personas encuestadas</i>	100
-----------------------------	-----

Resultado: Consumo de energizantes

	<u># Personas</u>	<u>Porcentaje</u>
Si consumen	62	62%
No consume	38	38%
Total	100	100%

Tabla 1: Encuesta

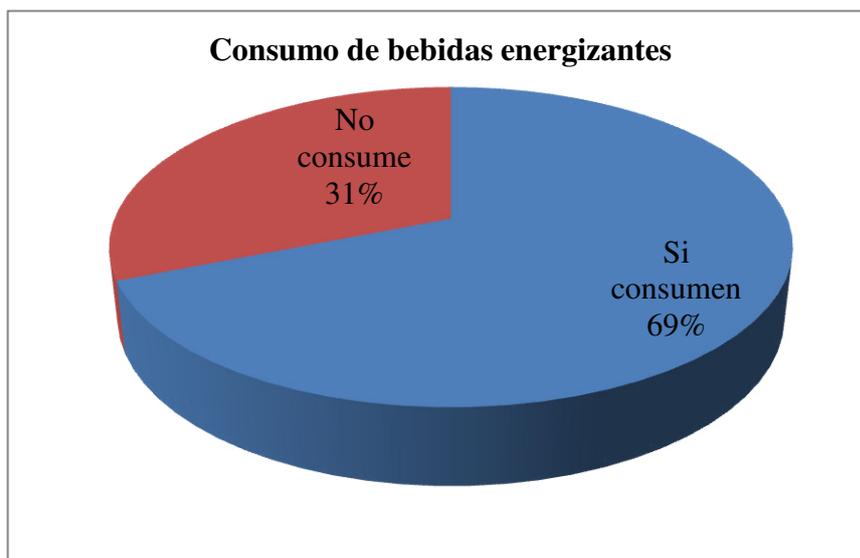


Ilustración 2: Consumo de bebidas energizantes

Autor y fuente: Sebastián Pérez

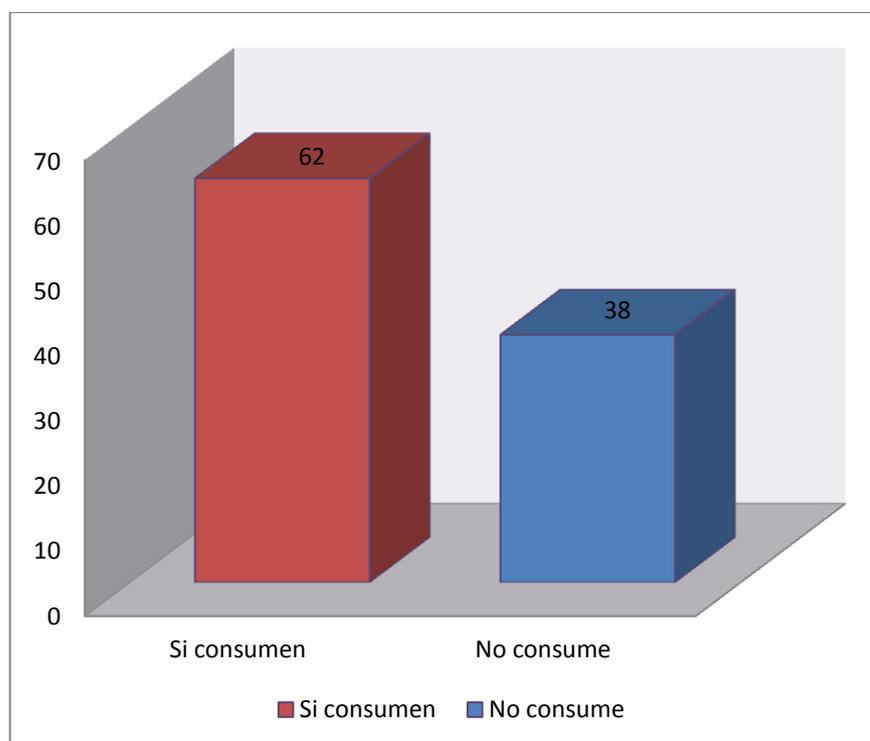


Ilustración 3: Porcentaje de consumo de bebidas energizantes

Autor y fuente: Sebastián Pérez

Pregunta 1: ¿Consume usted alguna de las siguientes bebidas energizantes?

<u>Respuesta</u>	<u># Personas</u>	<u>Porcentaje</u>
V220	38	18%
Red Bull	18	2%
Ciclón	3	38%
Monster	2	1%
Cult	1	2%
No consume	38	39%
Otros	0	0%
Total	100	100%

Tabla 2: Pregunta 1

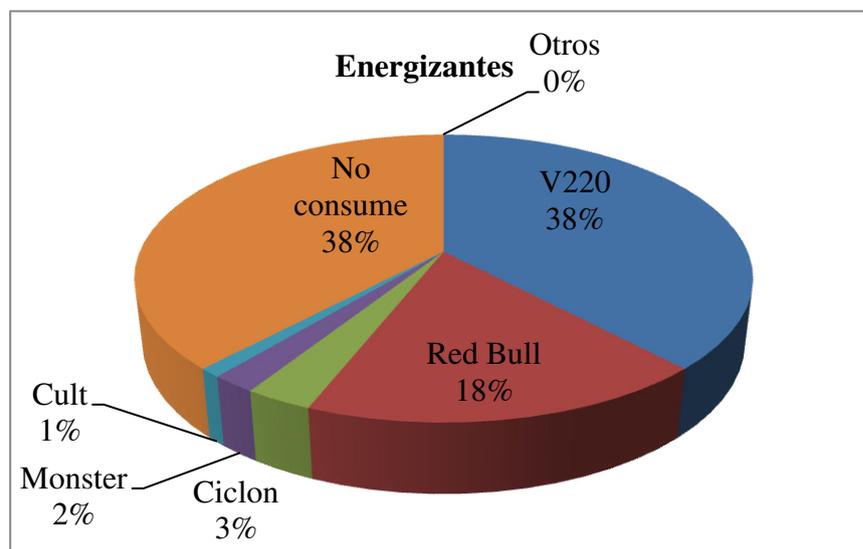


Ilustración 4: Bebidas energizantes

Autor y fuente: Sebastián Pérez

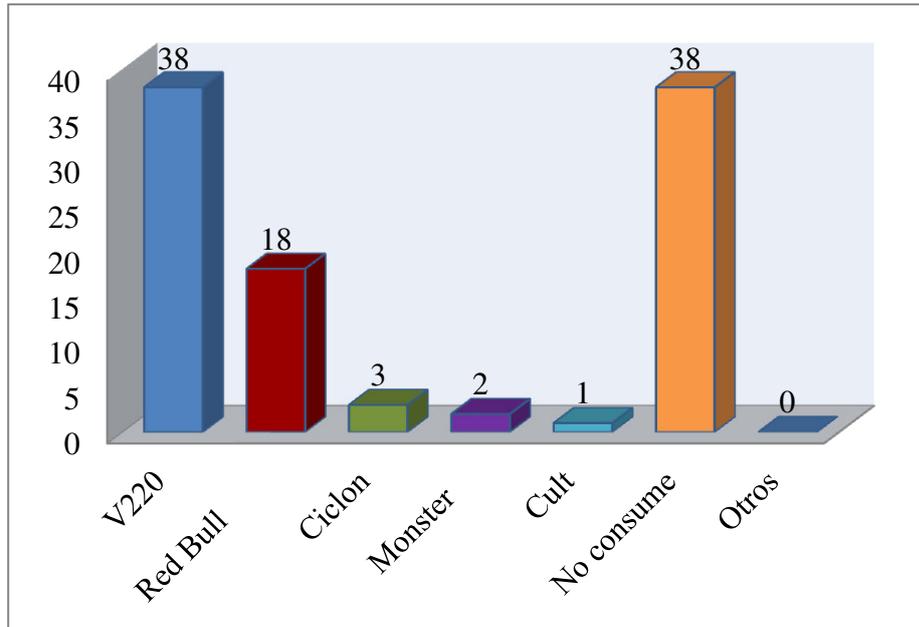


Ilustración 5: Bebidas energizantes

Autor y fuente: Sebastián Pérez

¿Con que frecuencia Semanal? (62 personas = 100%)

<u>Respuesta</u>	<u># Personas</u>	<u>Porcentaje</u>
1 a 2	48	79%
3 a 4	6	10%
5 a 6	5	8%
Más	3	3%
Total	62	100%

Tabla 3: Pregunta 1.1

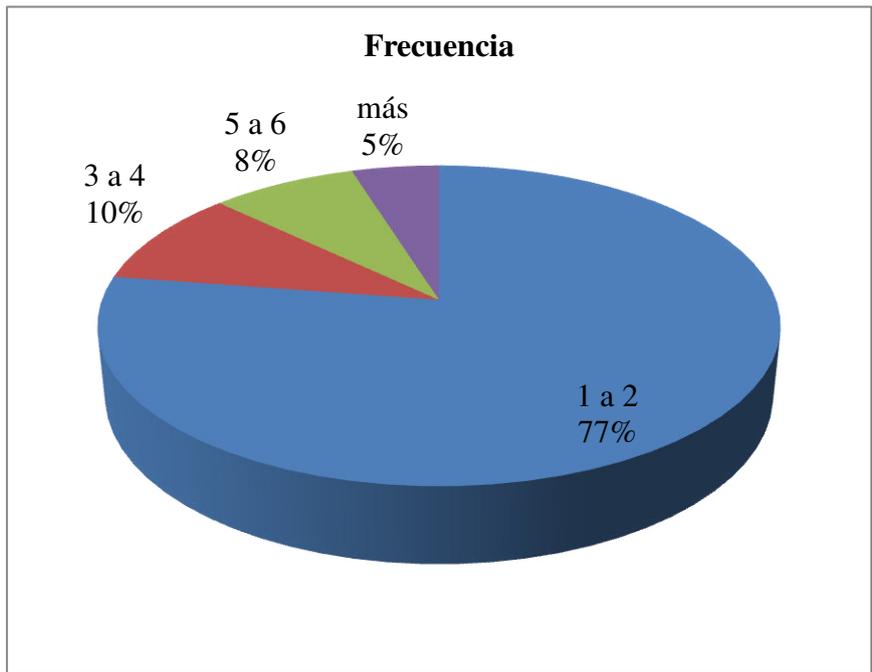


Ilustración 6: Frecuencia de consumo

Autor y fuente: Sebastián Pérez

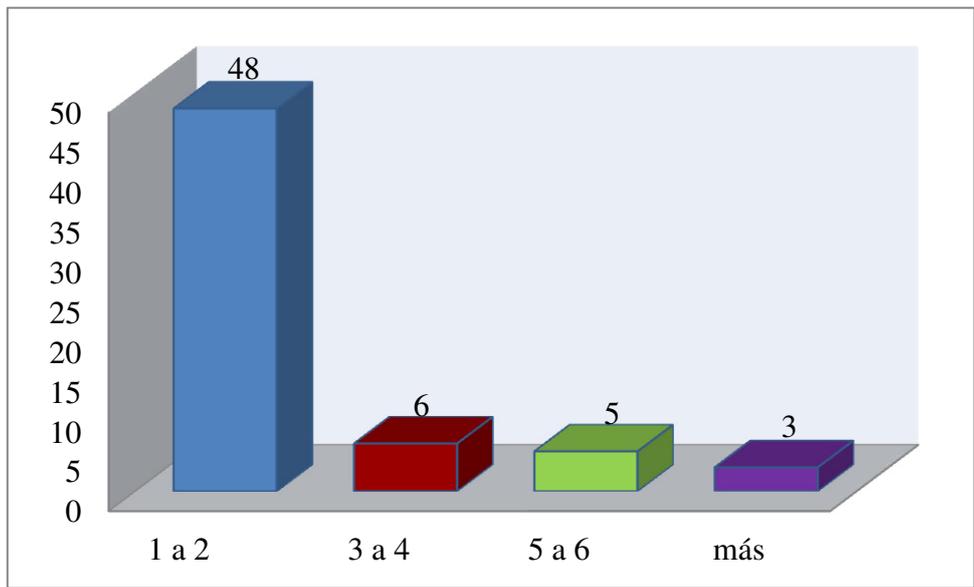


Ilustración 7: Consumo de bebidas

Autor y fuente: Sebastián Pérez

Pregunta 2: ¿En qué circunstancias consume bebidas energizantes? (62 personas = 100%)

<u>Respuesta</u>	<u># Personas</u>	<u>Porcentaje</u>
Actividades deportivas	20	32,2 %
Para calmar la sed	11	17,7 %
Por gusto	14	22,5 %
En reuniones sociales	2	3,2 %
Para mantenerse despierto	15	24,1 %
Otros	0	0 %
Total	62	100%

Tabla 4: Pregunta 2

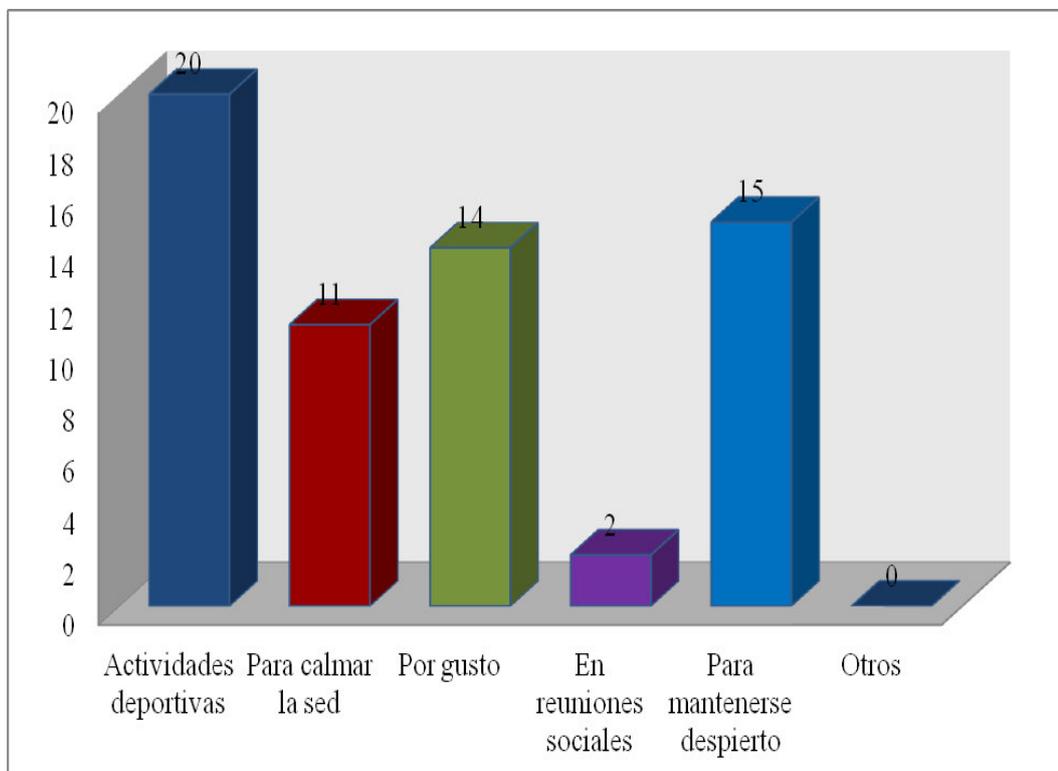


Ilustración 8: Circunstancias de consumo

Autor y fuente: Sebastián Pérez

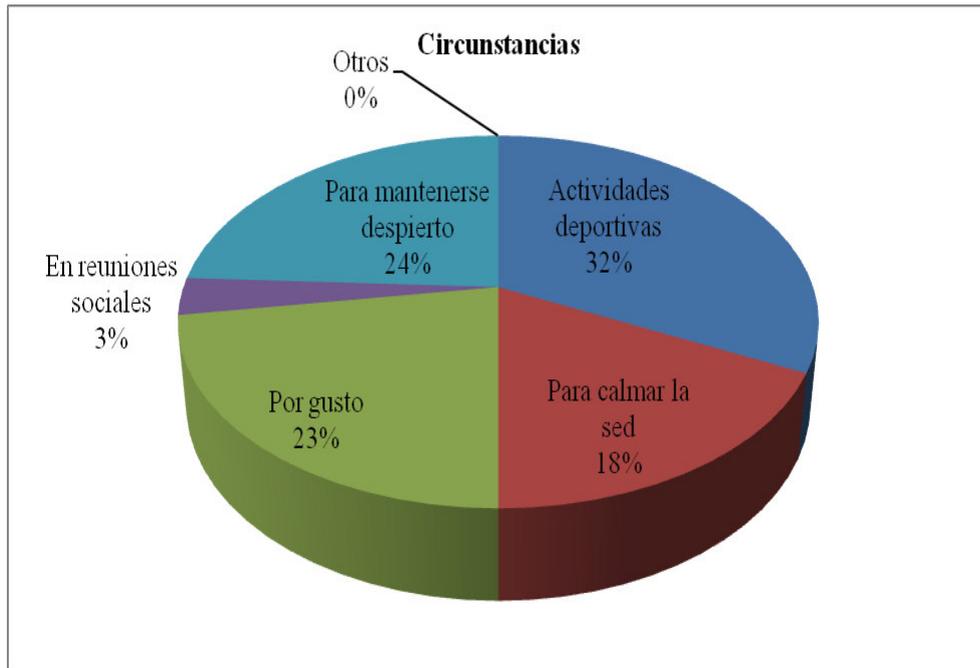


Ilustración 9: Razones de consumo

Autor y fuente: Sebastián Pérez

Pregunta 3: Si contestó no ¿Por qué motivos? (38 personas = 100%)

<u>Respuesta</u>	<u># Personas</u>	<u>Porcentaje</u>
No es saludable	27	71 %
No le gusta el sabor	4	10,5 %
Es muy costosa	5	13,1 %
No da resultados	1	2,6 %
No le llama la atención	1	2,6 %
Otros	0	0 %
Total	38	100 %

Tabla 5: Pregunta 3

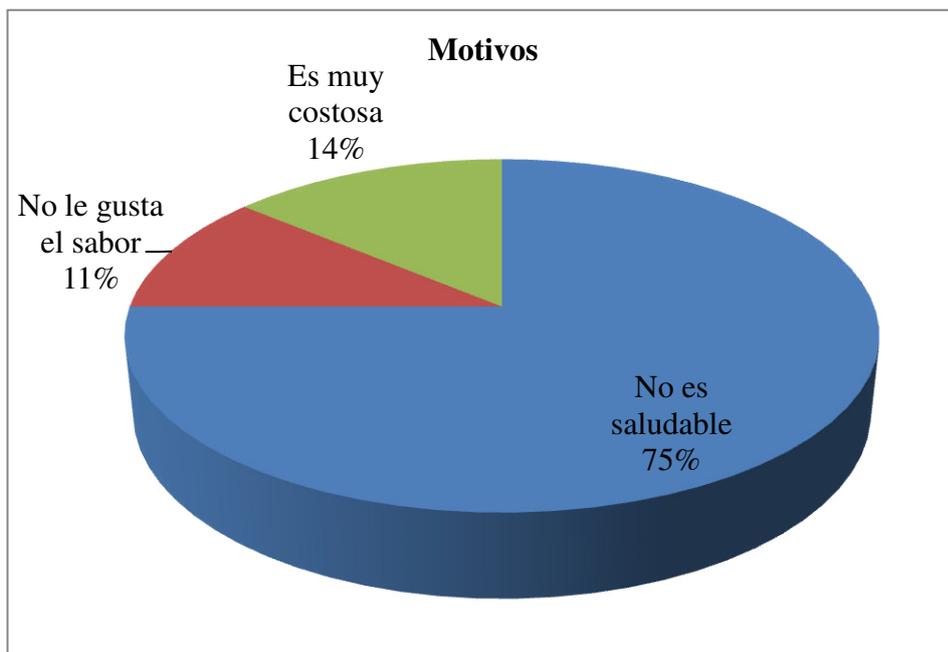


Ilustración 10: Motivos por lo que no consume

Autor y fuente: Sebastián Pérez

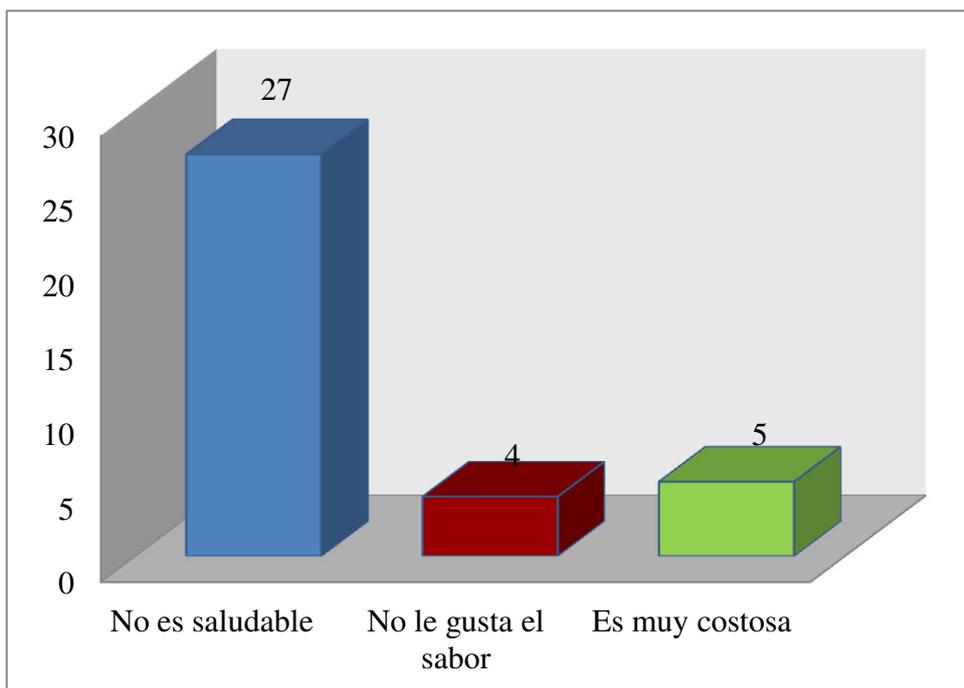


Ilustración 11: Razones para no consumir

Autor y fuente: Sebastián Pérez

Pregunta 4: ¿Consumiría una bebida energizante hecha con hierbas naturales y sin químicos nocivos para el organismo?

<u>Respuesta</u>	<u># Personas</u>	<u>Porcentaje</u>
Sí	93	93%
NO	7	7%
Total	100	100%

Tabla 6: Pregunta 4



Ilustración 12: Consumo del "Zunfo"

Autor y fuente:
Sebastián Pérez

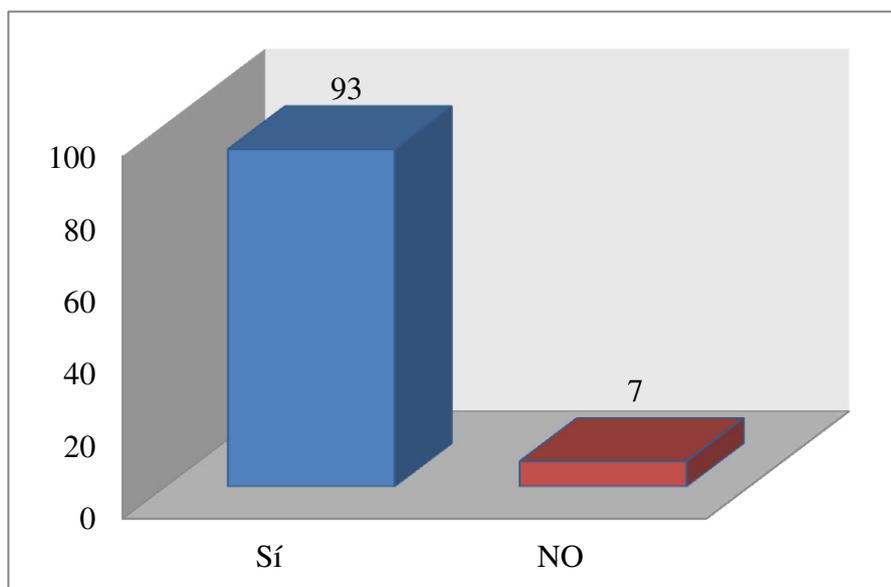


Ilustración 13: Consumo del "Zunfo"

Autor y fuente: Sebastián Pérez

¿Por qué si? ((93 personas = 100%))

<u>Respuesta</u>	<u># Personas</u>	<u>Porcentaje</u>
Por ser saludable	41	44 %
Por ser novedoso	26	27,9 %
Por ser natural	26	27,9 %
Total	93	100 %

Tabla 7: Pregunta 4.1



Ilustración 14: Razones para probar el nuevo producto

Autor y fuente:
SebastiánPérez

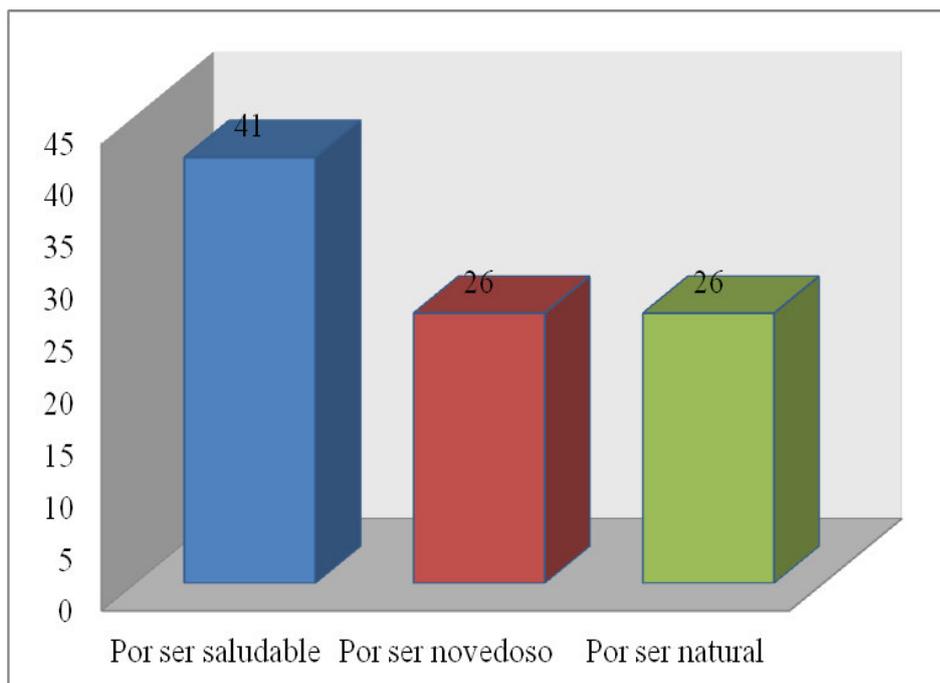


Ilustración 15: Personas que probarían el nuevo producto

Autor y fuente:
Sebastián Pérez

¿Por qué no? (7 personas = 100%)

<u>Respuesta</u>	<u># Personas</u>	<u>Porcentaje</u>
No le gustaría	6	85,7 %
No vale la pena	1	14.3 %
Total	7	100%

Tabla 8: Pregunta 4.2

Autor y fuente: Sebastián Pérez

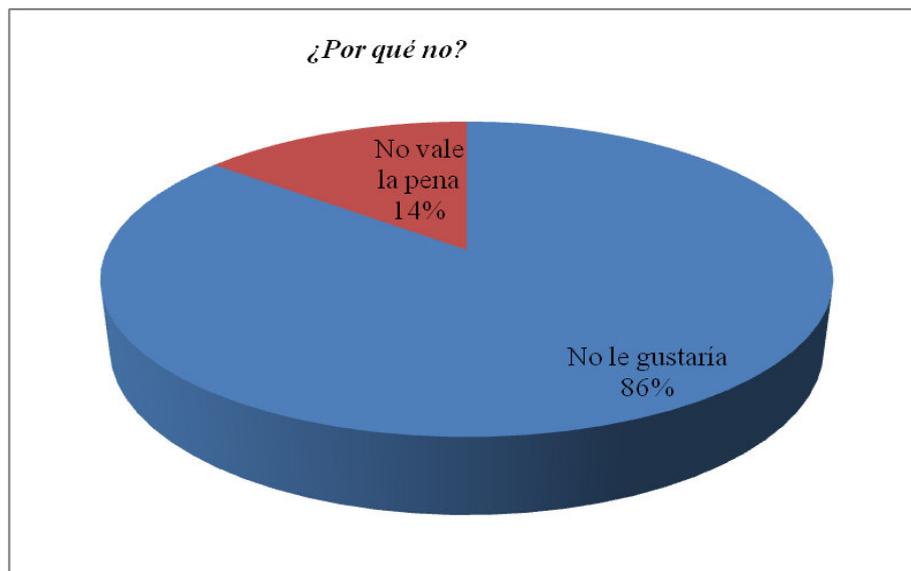


Ilustración 16: Personas que no probarían

Autor y fuente: Sebastián Pérez

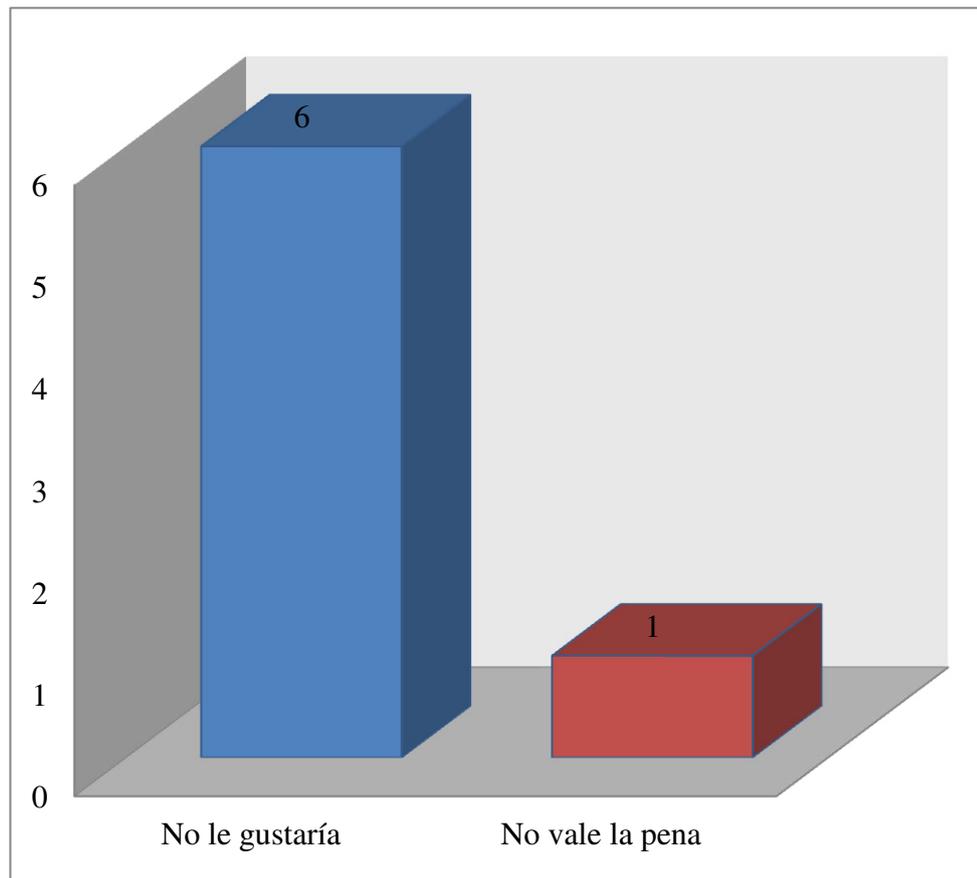


Ilustración 17: Personas que no degustarían

Autor y fuente: Sebastián Pérez

2.3. Análisis competitivo

2.3.1. Competencia directa

Para poder analizar y determinar la competencia directa que se tendrá para la nueva bebida energizante se realizó anteriormente una investigación al igual que una encuesta. En el cuadro presentado a continuación se detallarán las marcas que tendrán competencia directa con la nueva bebida energizante.

COMPETENCIA DIRECTA			
<u>NOMBRE</u>	<u>PRODUCTORA</u>	<u>PRESENTACIÓN</u>	<u>IMAGEN³</u>
V220	The Tesalia Spring Company	Envase plástico	
Red Bull	Red Bull GmbH	Envase de lata	
Ciclón	Ciclón Internacional S.A.	Envase de lata	
Monster	Hansen Natural Corporation	Envase de lata	

Tabla 9: Competencia directa

³ Imágenes obtenidas de google images: <http://www.google.com.ec/imghp?hl=es-419&tab=wi>

2.3.2. Competencia indirecta

Durante los últimos años en el Ecuador, el mercado de las bebidas no alcohólicas se ha ido incrementando constantemente, por lo que hoy en día existe gran variedad de marcas de bebidas; estas sean gaseosas, jugos, bebidas hidratantes, té, aguas etc. es por eso que se ha determinado que la competencia indirecta tendrá como bebidas más importantes:

<u>COMPETENCIA INDIRECTA</u>	
<u>BEBIDAS</u>	<u>NOMBRES O MARCAS</u>
GASEOSAS	Coca Cola
	Sprite
	Fioravanti
	Fanta
	Big cola
	Pepsi
JUGOS	Sunny
	Jugos del valle
	Natura
BEBIDAS HIDRATANTES	Powerade
	Gatorade

TÉS	Fuze tea
	Nestea
Aguas	Güitig
	Dasani
	Tesalia

Tabla 10: Competencia Indirecta

CAPITULO III: CREACIÓN DE LA MICRO-EMPRESA

3.1. Constitución legal de la micro-empresa

Para poder constituir una micro-empresa es necesario seguir rigurosamente los pasos establecidos por la superintendencia de compañías; los cuales se detallaran cada uno de ellos a continuación:

- 1.** Tipo de compañía se va a constituir.
 - El tipo de compañía que se va a constituir será limitada.
- 2.** Escoger el nombre de su empresa.
 - El nombre de la empresa será Zunfo Cía. Ltda.
- 3.** Reservar el nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías.
- 4.** Abrir la cuenta de integración de capital en una institución bancaria.
 - Debido a que la compañía será ilimitada el monto mínimo requerido es de 400 dólares.
- 5.** Elevar a escritura pública la constitución de la compañía (Esto puede ser realizado en cualquier notaría)
- 6.** Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
- 7.** Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas)
- 8.** Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- 9.** Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
- 10.** Inscribir en el Municipio de Quito las patentes y solicitar certificado de no estar en la Dirección Financiera Tributaria.
- 11.** Establecer quiénes van a ser el Representante Legal y el administrador de la empresa.
- 12.** Inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de Representante Legal y Administrador.
- 13.** Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro mercantil, un ejemplar del periódico donde se publicó la

creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la CI de los mismos, formulario de RUC lleno y firmado por el representante; y copia de pago de luz, agua o teléfono.

14. Esperar a que la Superintendencia posterior a la revisión de los documentos entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.

15. Entregar en el SRI toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.

16. Acercarse al IESS para registrar la empresa en la historia laboral con copia de RUC, copia de C.I, y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en ministerio de trabajo y copia de último pago de agua, luz o teléfono⁴.

3.1.2 Gastos de constitución

Descripción	Costo
Cuenta de apertura en institución bancaria	400,00
Elevar a escritura pública la constitución de la compañía	114,00
Publicación en un periódico	60,00
Inscripción de patentes	20,00
Inscripción de nombramientos	30,00
Inscripción de escritura en el registro mercantil	70,00
Copias y formularios	250,00
Honorarios abogado	600,00
TOTAL⁵	1.544,00

Tabla 11: Gastos de constitución

⁴ Pasos para la constitución de una empresa obtenidos de la página web <http://www.conquito.org.ec>

⁵ Costos obtenidos del Dr. Manuel Pérez, casillero judicial 1865, matrícula 7475.

3.2 Registro de nombre y marca

Para poder iniciar el registro de nombre y marca de cualquier tipo de negocio es necesario seguir cada uno de los pasos descritos por el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) los cuales serán descritos a continuación:

1.- Como primer paso se debe realizar la búsqueda fonética del nombre con el respectivo formulario (ver anexo G); esto quiere decir que en el IEPI buscan todos los nombres que están registrados, en este caso la búsqueda se realizara con el nombre que se va a colocar a la bebida el cual será Zunfo.

2.- Si el nombre no está registrado, se procederá con el respectivo trámite para registrar el nombre y marca de la bebida.

3.- Se debe presentar el formulario llamado Formato único de registro de signos distintivos (Ver anexo H) llenado únicamente a computadora con dos copias de respaldo, 5 tickets del nombre y logo del que se quiere registrar de 5x5 y una copia a color de la cedula de identidad y papeleta de votación del solicitante.

4.- Ya presentado todos estos documentos se deberá esperar alrededor de un mes para que el logo y nombre aparezca en la página del IEPI, posteriormente transcurrirán 30 días de espera con el motivo de que alguna persona se vea perjudicada con el nombre y logo que se quiere registrar.

5.- Si no existe ningún problema dentro de los pasos anterior la marca y logo empezará el proceso de ser inscrita en el IEPI⁶.

⁶ Pasos para registrar la marca y nombre obtenidos en www.iepi.gob.ec/

3.2.1 Imagen del logotipo y nombre

La denominación consiste en Zunfo energizante natural, conformada por un fondo negro donde el nombre es de color blanco; hojas de color verde y amarillo que representan a la naturaleza y frescura; al igual que a las hierbas medicinales manzanilla y cedrón que compondrán la bebida.



3.2.2 Gastos de registro de nombre y marca

Descripción	Costo
Pago búsqueda fonética	16,00
Pago de registro de nombre	116,00
Tickets de 5*5	3,00
Copias	2,00
Firma de abogado en formulario	50,00
TOTAL⁷	187,00

Tabla 12: Gastos de registro de nombre y marca

3.3. Requerimientos de funcionamiento

3.3.1 Permiso de salud otorgado por el Ministerio de Salud Pública el Ecuador

1. Solicitud de Inspección. (Esta solicitud se obtiene en la Dirección Provincial de Salud de Pichincha).
2. Certificado de Registro definitivo y Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF).

⁷ Costos obtenidos del Instituto Ecuatoriano De Propiedad Intelectual (IEPI)

3. Copias de carnets de Salud ocupacional. (Este carnet se lo adquiere en cualquier centro de salud).
4. Original y Copia de la cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal.
5. Escritura de Constitución legalizada en caso de ser persona jurídica
6. Copia del RUC.
7. Copia del certificado del Cuerpo de Bomberos de Quito⁸.

3.3.2 Permiso de Funcionamiento otorgado por el cuerpo de bomberos

Existen varios tipos de permisos de bomberos, en este caso es necesario el tipo A: Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

Requisitos:

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC⁹.

3.3.3 Permiso de funcionamiento otorgado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

Existen varios y diferentes requisitos para el funcionamiento de distintos tipos de empresas; para plantas procesadoras de alimentos, bebidas y aditivos alimentarios se necesita los siguientes:

1. Primeramente se debe sacar la licencia de funcionamiento (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE), para la cual se necesita presentar los siguientes requisitos:
 - Llenar correctamente el formulario que se lo puede descargar en la página web de municipio.

⁸ Pasos para obtener el permiso de salud obtenidos de la página web <http://www.captur.travel/>

⁹ Pasos para obtener el permiso de bomberos obtenido de la página web www.bomberosquito.gob.ec

- Copia de escritura de constitución de la empresa.
 - Copia del nombramiento del actual representante legal.
 - Copia de Cédula de Ciudadanía y Papeleta de Votación del representante legal.
 - Copia de estatutos y acuerdo ministerial (entidades sin fines de lucro)
 - Copia de la Resolución emitida por la Dirección Metropolitana Financiera
 - Tributaria, aprobando la exoneración del impuesto de patente municipal para las entidades sin fines de lucro
 - Original de la declaración del 1.5 X mil sobre los activos totales del año inmediato anterior.
2. Es necesario sacar la patente municipal por lo que es necesario reunir los requisitos descritos a continuación:
- Formulario de inscripción de Patente Municipal debidamente llenado.
 - Copia de la cédula de identidad del representante legal
 - Copia del certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal
 - Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica¹⁰.

3.3.4 Registro sanitario

Uno de los requisitos principales para poder adquirir el registro sanitario es el análisis previo del producto, los parámetros que se deben realizar en la bebida son análisis microbiológicos el cual se lo puede realizar en cualquier laboratorio de alimentos y bebidas.

Posterior a dicho análisis se debe proceder a realizar el debido procedimiento de solicitud de registro de productos alimenticios nacionales para la cual se necesita llenar correctamente los siguientes formularios:

¹⁰ Pasos para obtener el permiso de funcionamiento obtenidos en la página web <http://www.quito.gob.ec>

- 1.- Formulario único de solicitud de registro sanitario para productos alimenticios Nacionales por producto (Ver Anexo I).
- 2.- Formulario de control de documentación de inscripción de alimentos procesados nacionales (Ver Anexo J) el cual estará detallado cada uno de los requerimientos necesarios a presentar.
- 3.- Tras conseguir el registro sanitario y de haber transcurrido un año es necesario la reinscripción del producto¹¹ (Ver anexo K).

3.3.5 Gastos de permisos de funcionamiento

Descripción	Costo
Permiso de Salud	72,00
Permiso de bomberos	30,00
Permiso de funcionamiento	32,00
Registro sanitario	385,00
TOTAL¹²	519,00

Tabla 13: Gastos de permisos de funcionamiento.

3.4. Organigrama

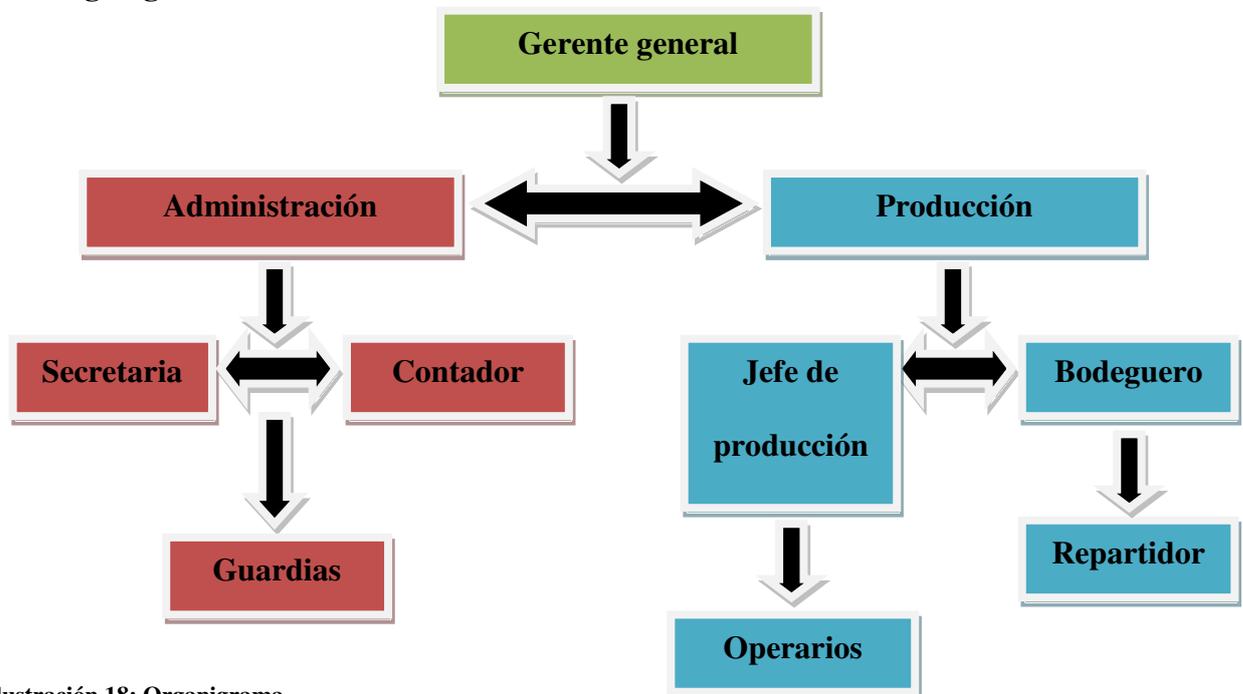


Ilustración 18: Organigrama

¹¹ Pasos para obtener el registro sanitario obtenidos en la página web <http://www.salud.gob.ec/>

¹² Gastos obtenidos de las siguientes entidades: Ministerio de Salud Pública, Cuerpo de Bomberos del distrito metropolitano de Quito y Municipio de Quito.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Localización del proyecto

El proyecto de realización de una microempresa a base de hierbas naturales, se lo realizará en la ciudad de Quito, es por eso que gracias a un correcto estudio de mercado que se realizó anteriormente en dicha ciudad, se logró determinar que hay una gran cantidad de personas que consumen bebidas energizantes, donde se destaca la clase social media; por esta razón se decidió que el producto será dirigido a este estrato.

Para poder determinar una tendencia de consumo de bebidas energéticas por parte de la clase media en la ciudad de Quito, a continuación se realizará un proceso estadístico donde se determinara el número de habitantes al igual que las diferentes clases sociales existentes en la ciudad, donde gracias a éstas estadísticas y las realizadas en el estudio de mercado se establecerán cuantas personas consumirían la nueva bebida energizante.

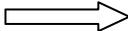
HABITANTES POR CIUDAD	
CIUDAD	NUMERO DE HABITANTES
QUITO	2.239.199

Tabla 14: Habitantes por ciudad

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)

Según el INEC a nivel nacional el 83% de personas son de clase social media, el 15% de estrato alto y el 2% de clase baja; en las siguientes tablas y grafico se detallarán numérica y porcentualmente la división de estratos sociales en la ciudad de Quito.

Clase media en Quito

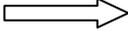
Habitantes Quito: 2.239.199  100%

Clase media: 83%  1.858.535

Tabla 15: Clase media en Quito

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)

Clase alta en Quito

Habitantes Quito: 2.239.199  100%

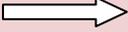
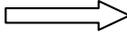
Clase alta: 15%  353.880

Tabla 16: Clase alta en Quito

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)

Clase baja en Quito

Habitantes Quito: 2.239.199  100%

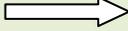
Clase baja: 2%  44.784

Tabla 17: Clase baja en Quito

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)

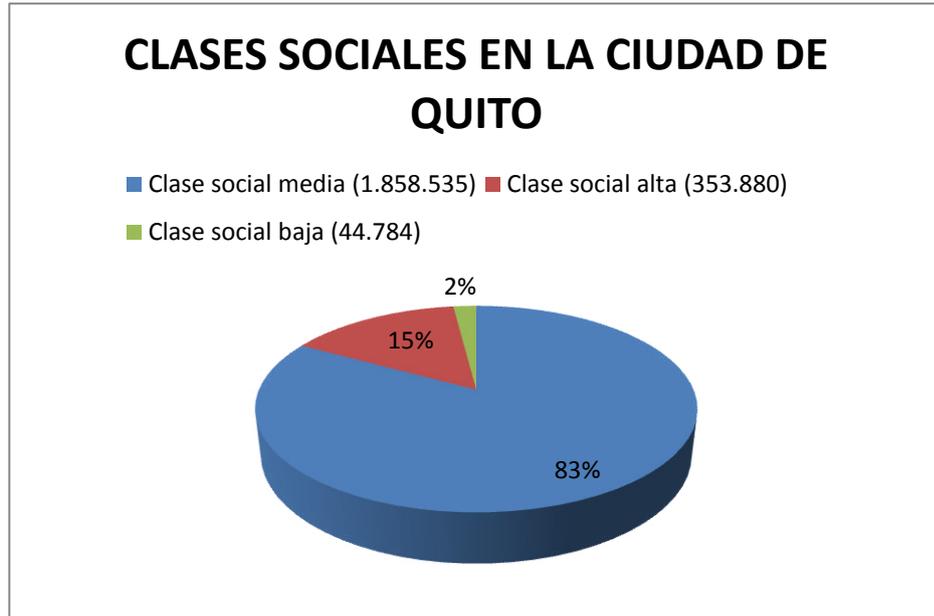


Ilustración 19: Clases sociales en la ciudad de Quito
Autor: Sebastián Pérez
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)

De acuerdo al resultado que arrojo la encuesta realizada, el 62% de las personas de clase media consumen bebidas energizante, esto quiere decir que del 1.858.535 de habitantes de la clase media en la ciudad de Quito, 1.189.462 personas podrían ser clientes potenciales para consumir la nueva bebida energizante; al igual que 706.243 habitantes no consumirían.

Consumidores Potenciales		
Clase media Quito: 1.858.535	➔	100%
Consumirían bebidas energizantes: 64%	➔	1.189.462

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)
Tabla 18: Consumidores potenciales

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)

No consumo de bebidas energizantes

Clase media Quito: 1.858.535	→	100%
No consumirían bebidas energizantes: 36%	→	704.243

Tabla 19: No consumo de bebidas energizantes

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)

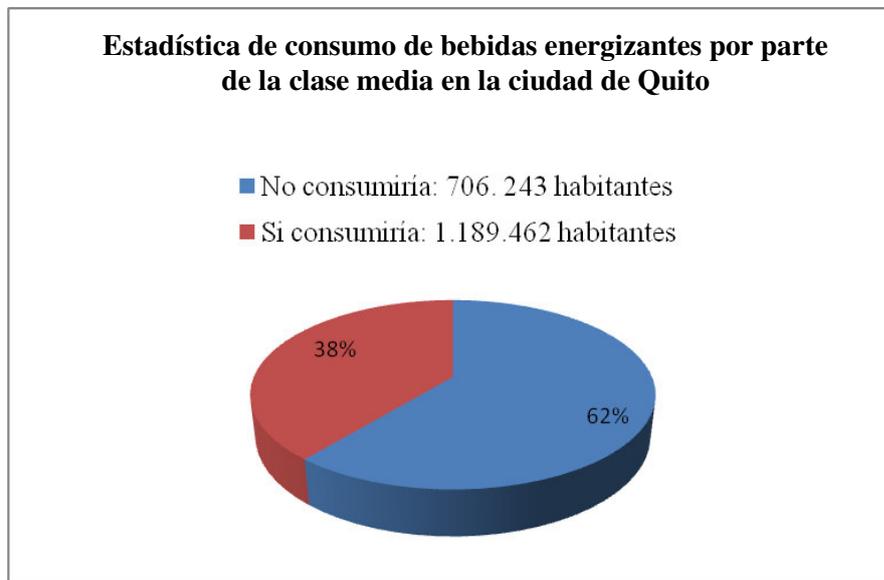


Ilustración 20: Estadística de consumo de bebidas energizantes por parte de la clase media en la ciudad de Quito

Autor: Sebastián Pérez

4.2. Productos y servicios ofertados

4.2.1. Producto ofertado

Debido a que el nuevo producto que se quiere elaborar es a base de infusión de hierbas naturales tendrá un nombre que indique al consumidor dicho propósito. De acuerdo al estudio de mercado realizado anteriormente se determinó que existe un alto porcentaje que consumiría una bebida energizante que sea natural, por lo que el diseño de la botella tendrá colores naturales que indiquen al consumidor una idea de naturaleza.

Se determinó que el nombre de la nueva bebida será “ZUNFO”, el motivo que se colocó dicho nombre, es por la planta que se va a utilizar en la bebida, ya que es la que da energía, al igual que dicha planta no es muy conocida por las personas, por lo que llamará la atención a los consumidores. Posteriormente del nombre seguirán las palabras “energizante natural” especificando así al consumidor exactamente el producto que se va a expender

En la ciudad de Quito existen varias presentaciones para bebidas, éstas sean en lata, botella, plástico o tetra pack. Las personas siempre han estado más acostumbradas a consumir cualquier tipo de bebida en envase plástico, por lo que la presentación de la bebida “ZUNFO” tendrá envase plástico siendo así la tercera bebida energizante que tendrá este tipo de envase ya que 220V y VÓLCAN utilizan ésta presentación y las demás bebidas energizantes expandidas en la ciudad tienen como presentación envases de lata.

Para que la bebida pueda ser expandida, primeramente se debe realizar una correcta información nutricional, recomendaciones, entre otros, para que el producto esté acorde a las especificaciones técnicas de productos manufacturados.

A continuación se detallarán cada uno de los parámetros que se colocará en la parte posterior de la botella; mismos que han sido obtenidos después de los respectivos análisis microbiológicos y de estructura del producto. En la tabla nutricional se especificarán cada uno de los porcentajes diarios que están basados en una dieta de 2000 calorías, en la siguiente descripción se presentará el precio de venta al público, junto con su fecha de elaboración y caducidad, posteriormente se indicará algunas recomendaciones para poder consumir la bebida de una manera adecuada y para finalizar es indispensable detallar quien y en donde se fabrica el producto.

INFORMACION NUTRICIONAL		
Tamaño por Porción	1 vasos de 240 ml	
Porciones por envase	2 porciones aproximadamente	
Calorías	120 (Energía 500 KJ)	
% VALOR DIARIO*		
Grasa Total	0 g	0%
Sodio	35 mg	1.5%
Carbohidratos Totales	30 g	10%
Azúcares	30 g	
Proteínas	0 g	0%
Vitamina B2	0.8 mg	50%
Vitamina B3	4.5 mg	25%
Vitamina B5	5 mg	50%
Vitamina B6	1.0 mg	50%
Vitamina B12	1.0 mcg	20%
*Los porcentajes de los valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías		

LOTE	001
FECHA DE ELABORACIÓN	06/03/2013
FECHA DE CADUCIDAD	06/06/2013
P.V.P	\$ 1,10
REGISTRO SANITARIO	3445-INHG-AN-12-05

CONSERVAR A TEMPERATURA AMBIENTE EN LUGARES FRESCOS Y SECOS
CONSUMIR ANTES DE LA FECHA INDICADA EN EL ENVASE
ENVASE NO RETORNABLE

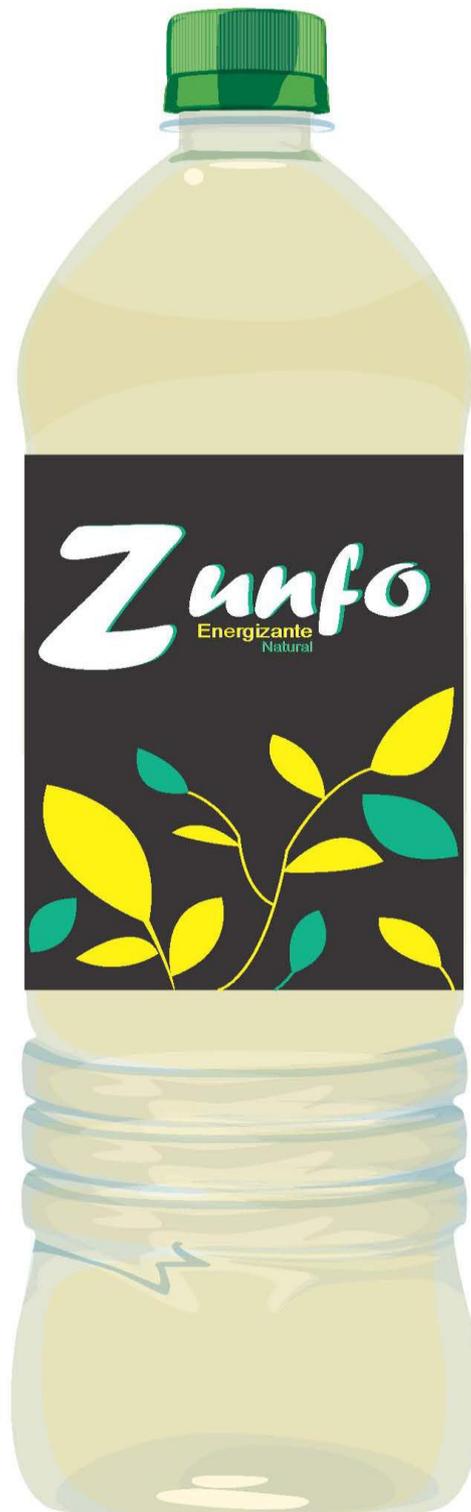
FABRICADO POR
Zunfo S.A.
Av. De la Prensa 3570 y Vasco de Contreras
INDUSTRIA ECUATORIANA

Tabla 20: Información necesaria de la bebida

"Zunfo", energizante natural es una bebida que combina las propiedades medicinales de diversas plantas, con los beneficios energéticos del sunfo. La botella plástica posee un diseño amigable a la vista. Los colores verde y amarillo de la etiqueta representan la naturaleza y las propiedades medicinales de las plantas medicinales, principal ingrediente de esta bebida.

A continuación se presentará el diseño con cada uno de los detalles gráficos

de la nueva bebida energizante al igual que en la parte posterior la etiqueta nutricional con su debida información:

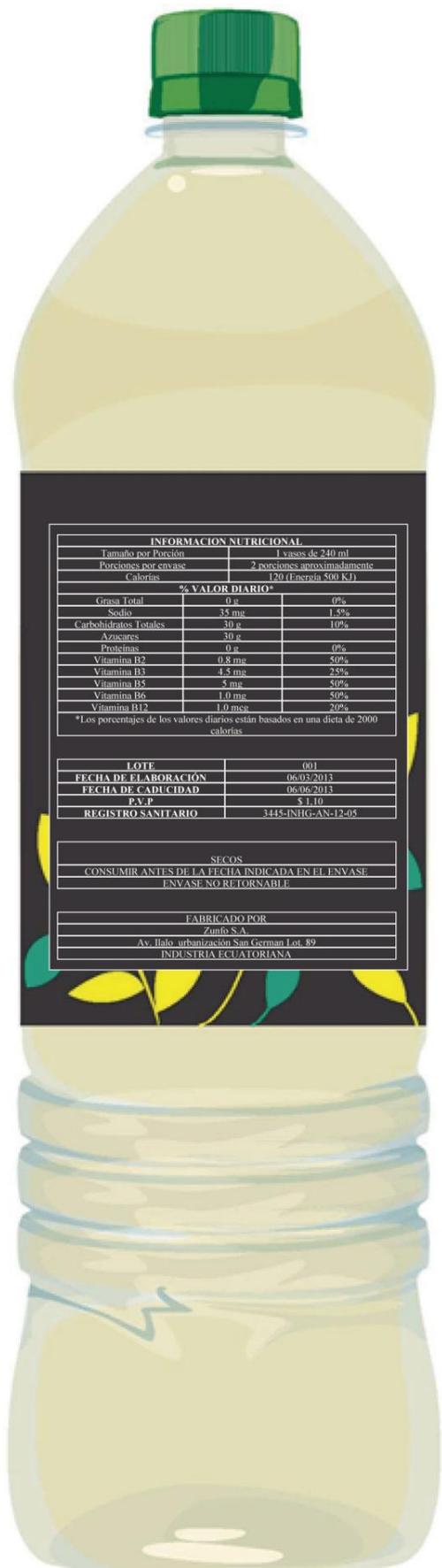


Digital Print
Ilustración 21: Diseño frontal de la botella

INFORMACION NUTRICIONAL		
Tamaño por Porción	1 vasos de 240 ml	
Porciones por envase	2 porciones aproximadamente	
Calorías	120 (Energía 500 KJ)	
% VALOR DIARIO*		
Grasa Total	0 g	0%
Sodio	35 mg	1.5%
Carbohidratos Totales	30 g	10%
Azúcares	30 g	
Proteínas	0 g	0%
Vitamina B2	0.8 mg	50%
Vitamina B3	4.5 mg	25%
Vitamina B5	5 mg	50%
Vitamina B6	1.0 mg	50%
Vitamina B12	1.0 mcg	20%
*Los porcentajes de los valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías		
LOTE	001	
FECHA DE ELABORACIÓN	06/03/2013	
FECHA DE CADUCIDAD	06/06/2013	
P.V.P	\$ 1,10	
REGISTRO SANITARIO	3445-INHG-AN-12-05	
SECOS		
CONSUMIR ANTES DE LA FECHA INDICADA EN EL ENVASE		
ENVASE NO RETORNABLE		
FABRICADO POR		
Zunfo S.A.		
Av. Ilalo urbanización San German Lot. 89		
INDUSTRIA ECUATORIANA		

Ilustración 22: Diseño de la etiqueta nutricional

Digital Print



INFORMACION NUTRICIONAL		
Tamaño por Porción	1 vasija de 240 ml	
Porciones por envase	2 porciones aproximadamente	
Calorías	120 (Energía 500 KJ)	
% VALOR DIARIO*		
Grasa Total	0 g	0%
Sodio	35 mg	15%
Carbohidratos Totales	30 g	10%
Azúcares	30 g	
Proteínas	0 g	0%
Vitamina B2	0.8 mg	50%
Vitamina B3	4.5 mg	25%
Vitamina B5	8 mg	50%
Vitamina B6	1.0 mg	50%
Vitamina B12	1.0 mcg	20%
*Los porcentajes de los valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías		
LOTE	001	
FECHA DE ELABORACIÓN	06/03/2013	
FECHA DE CADUCIDAD	06/06/2013	
P.V.P	\$ 1.10	
REGISTRO SANITARIO	3445-INHG-AN-12-05	
SECO		
CONSUMIR ANTES DE LA FECHA INDICADA EN EL ENVASE		
ENVASE NO RETORNABLE		
FABRICADO POR		
Zunfo S.A.		
Av. Italo urbanización San German Lot. 89		
INDUSTRIA ECUATORIANA		

Digital Print

Ilustración 23: Diseño posterior de la botella

4.2.2. Proceso de producción

- **Recepción y control de calidad de materia prima:** Debido a que las hojas de las plantas tanto de manzanilla, cedrón y sunfo necesitan que sean frescas, éstas tienen que ser revisadas cuidadosamente, pasar por el control de calidad respectivo e inmediatamente iniciar su proceso de elaboración.
- **Infusión:** Después de haber escogido correctamente la materia prima, se realiza una infusión, donde el agua potable es calentada en un intercambiador de calor, se introducen la hierba de manzanilla, de cedrón y la hoja de sunfo.
- **Filtración:** En este proceso el agua en la que se realizó la infusión, pasa por un filtro, de esta manera se elimina completamente las hojas y cualquier clase de sedimento o impureza que contenga el agua.
- **Mezcla de ingredientes:** Con el agua completamente limpia de impurezas se procede a colocar la panela con las medidas exactas al igual que el respectivo conservante.
- **Inspección:** En este punto se procede a controlar si el nivel de panela en la bebida es adecuado.
- **Ajuste o corrección:** Consiste en regular las variaciones de panela contenidas en el líquido, así como para realizar la respectiva mezcla de conservantes, la cual no se la realiza instantáneamente, sino que es necesario un tiempo de agitación, por lo que es necesario la ayuda de un motor agitador.

- **Envasado:** Tras un correcto enfriamiento del líquido, éste es introducido en envases con las medidas respectivas y es cerrado inmediatamente.
- **Pasteurización:** Este proceso es realizado por medio de una autoclave donde el producto es introducido. La pasteurización se realiza en un corto tiempo a temperaturas altas.
- **Enfriado:** El producto es colocado en el área de enfriamiento, para que baje a temperatura ambiente para poder facilitar su manejo y empaque final.
- **Etiquetado:** En este proceso el envase plástico es rotulado con su respectivo logotipo en la parte delantera y en la parte trasera su debida información de la botella; se lo realiza mediante una maquina etiquetadora.
- **Control de calidad:** El producto antes de que sea empaquetado, se lo realiza un control de calidad, para verificar si la bebida esta adecuada para su consumo.
- **Empaquetado:** Ultimo proceso en el cual las bebidas son colocadas en empaques de cartón para que puedan ser distribuidas.

DIAGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN



Ilustración 24: Diagrama del proceso de producción

4.3. Plan de comunicación

4.3.1. Público objetivo

Como se había mencionado anteriormente, el producto va ir dirigido específicamente a la clase social media de la ciudad de Quito, por lo que para que un producto pueda lanzarse al mercado de una manera adecuada se necesita varios medios en los cuales se pueda ofertar el producto y más cuando es algo nuevo para el consumidor; es por estas razones que a continuación se determinarán los medios de comunicación que se presentará el producto y así poder llegar al público objetivo:

Medios de comunicación
Revistas
Radios
Televisión
Vallas publicitarias
Contacto directo con el cliente

Tabla 21: Medios de comunicación

4.3.2. Objetivos comunicacionales

Antes de lanzar el producto por los medios de comunicación, previamente se realizará una campaña para poder dar a conocer a los consumidores que va a existir un nuevo producto, por lo que se distribuirá volantes en sectores estratégicos de la ciudad de Quito, en donde se detallará en qué consiste el producto y así obtener por parte de los clientes potenciales una idea de lo que se va a ofertar.

Para poder presentar un nuevo producto se deben detallar correctamente los medios en los que se va a ofertar el nuevo producto, por lo que a continuación se

explicará cada uno de los medios mencionados anteriormente en los que se va a lanzar y dar a conocer la nueva bebida energizante.

En todos los medios que se va a lanzar la nueva bebida energizante “ZUNFO” se dará a conocer lo novedoso de esta bebida, el de ser un producto completamente natural.

1. **Revistas:** En Quito las revistas no son tan aceptadas por la clase media, por lo que solo se presentará el producto en dos de las revistas más aceptadas por los consumidores, la primera será juvenil, para que así las personas jóvenes que son las que más consumen bebidas energéticas dentro de la clase media pueden saber de qué se trata el producto y que es lo que lo hace novedoso. En la segunda revista que se colocará la publicidad será para las personas adultas quienes también son principales consumidores de bebidas energéticas

- **Nombre de las revistas:**

- Generación 21
- Vistazo

2. **Radios:** Éste medio de comunicación es sumamente importante para lanzar el producto debido a que en la ciudad de Quito la mayor parte de personas de la clase media disponen de por lo menos un vehículo por lo que constantemente están sintonizando la radio, al igual que en sus lugares de trabajo mantienen las radios encendidas. Se presentará el producto con el slogan de “Zunfo”, el primer energizante natural” llamando así la atención de los consumidores.

- **Nombre de las radios:**

- Radio la bruja (107,3 FM)
- Radio la red (102.1 FM)
- Radio Disney (90.5 FM)

3. **Televisión:** Al igual que la radio la televisión es de gran importancia para poder lanzar cualquier clase de producto. La bebida se presentará destacando que es natural y las imágenes que se proyectarán serán lo posiblemente más natural, esto debido a que durante los últimos años han existido campañas para no consumir productos artificiales y hoy en día las personas han tomado conciencia y poco a poco están consumiendo productos que sean en su gran totalidad naturales. La publicidad será presentada en distintos canales de televisión y en programas que observan personas de clase media

- **Canales y programas de televisión:**

- **Ecuavisa:** Panorama internacional
- **Gamavisión:** La televisión
- **Red Telesistema (RTS):** Copa
- **Teleamazonas:** Día a día

Vallas publicitarias: En la ciudad de Quito existen grandes cantidades de vallas publicitarias colocadas en puntos estratégicos para que las personas puedan observar claramente. Estas sirven de gran ayuda a cualquier tipo de producto que se exhiba, es por esta razón que se colocarán en varios sectores de la ciudad, presentado el producto con imágenes y colores que llamen la atención. La ubicación de las vallas será de acuerdo al público que se está dirigido en este caso la clase media.

- **Ubicación de las vallas publicitarias:**

- Afueras del centro comercial Quicentro (Av. Naciones Unidas)
- Redondel del coliseo Rumiñahui (Av. Toledo)
- Alrededores de la Universidad Católica (Av.12 de Octubre)
- Afueras de la plaza de las Américas (Av. América)

4. **Contacto directo con el potencial cliente:** Para poder presentar un producto y más cuando lo es nuevo, es sumamente importante tener contacto directo con el cliente ya que de esta manera será mucha más factible explicar todos los beneficios del producto. Es por esto que en un inicio se colocarán pequeñas islas dentro de eventos de alimentos y bebidas, al igual que en centro comerciales, donde se obsequiara muestras gratis a las personas que visiten dichas islas, donde podrán degustar y al mismo tiempo se expenderá a los clientes que les haya atraído y gustado la nueva bebida energética. Ejemplos de potenciales ferias y centros comerciales dirigidos a la clase media.

- **Ferias alimenticias y centros comerciales:**

- Centro comercial El Jardín
- Centro comercial El Recreo
- Centro comercial El Condado
- Afueras de la plaza de las Américas (Av. América)
- Feria expo alimentar
- Feria Sabe

4.4. Descripción y costeo de infraestructura, muebles y equipamiento

Para poder que una microempresa o cualquier tipo de proyecto de alimentos o bebidas es fundamental saber en dónde va a funcionar o va a ser la planta de producción, por lo que es necesario conocer cuáles van a ser cada uno de los muebles y equipamiento que se van a ser utilizados, al igual que los costos de cada uno de ellos, para posteriormente saber el total económico de lo que se necesita para que la microempresa pueda funcionar con normalidad.

El lugar donde va a funcionar la microempresa de la bebida energética “ZUNFO” está localizado en el sector del valle de los chillos, específicamente en el barrio de Conocoto, es un terreno propio por lo que no se necesitará realizar gastos en arriendo, dentro del terreno existe una construcción de 900 metros cuadrados donde estará ubicada la planta de producción. En dicha construcción es necesario realizar algunos cambios para que pueda existir una adecuada producción de la bebida. Por esta razón se realizaran gastos de 13.000 dólares en cambios de pisos e adecuación interna (iluminación y seguridad) para que cada uno de los muebles y equipamiento puedan caber de una forma cómoda y fácil para su funcionamiento de igual forma para la buena práctica de los trabajadores.

Dentro de la construcción aparte de la planta de producción y almacenamiento de la bebida también se establecerán espacios para el área administrativa, por lo que existirán diversas oficinas, donde estarán distribuidos en los siguientes sectores:

Departamentos
Marketing
Control de calidad
Contabilidad
Recursos humanos
Gerencia

Tabla 22: Departamentos

Después de realizar una investigación y cotización de los muebles, encerres y equipamiento necesario para que la microempresa pueda funcionar sin ningún inconveniente; a continuación se detallarán cada uno de ellos con sus respectivas cantidades y valores económicos.

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Computadora	5	800	4.000
Escritorio	5	250	1.250
Impresora	5	150	750
Alarma centralizada	1	2.000	2.000
Silla de escritorio	5	120	600
Canceles	2	400	800
Sistema acondicionado	1	3.000	3.000
Archivadores	4	500	2.000
Sistema de contabilidad	1	1.000	1.000
TOTAL	29	5.520	\$ 15.400

Tabla 23: Muebles y Encerres

Fuente: Jara alarmas, Super Paco, Climatización firmeza.

4.5 DISTRIBUCIÓN ARQUITECTÓNICA.

A continuación se presentará el diseño arquitectónico de la planta de producción con su debida distribución de cada uno de las áreas necesarias para poder realizar un correcto funcionamiento de manera organizada y precisa.

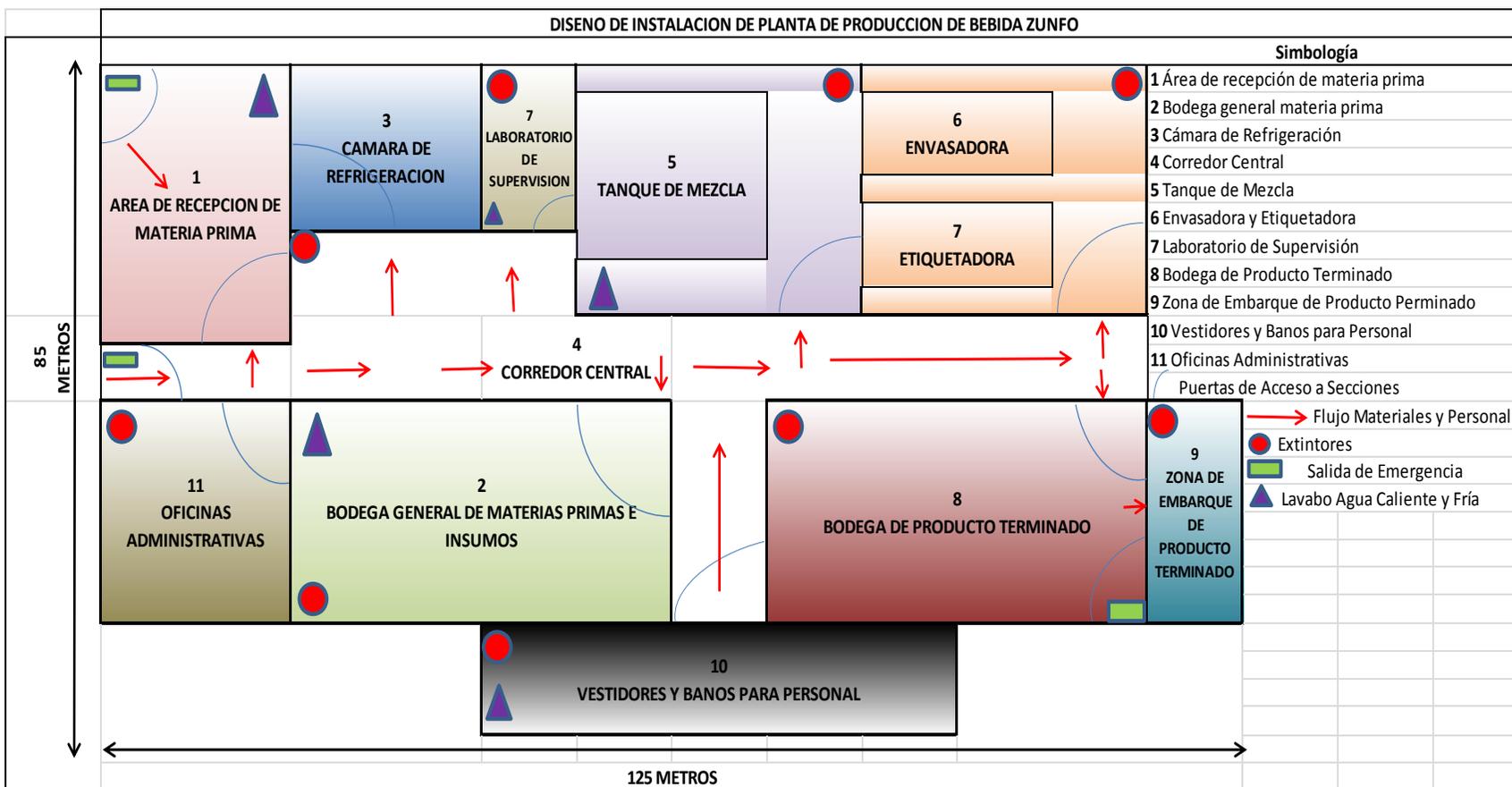


Ilustración 25: Distribución arquitectónica

4.5.1 Descripción de las áreas

1.- Área de recepción de materia prima: Dicha área está designada específicamente para el momento en que la materia prima llegue, tenga su debido espacio para poder ser descargada sin ningún inconveniente y se puedan realizar las correctas revisiones.

2.- Bodega general de materia prima e insumos: La bodega tendrá un espacio suficiente donde se almacenarán todos los productos e insumos necesarios para la elaboración de la bebida de una manera adecuada y organizada.

3.- Cámara de refrigeración: Es indispensable tener una cámara de refrigeración ya que en ésta área, se pondrán toda clase de productos que necesiten estar en niveles bajos de temperatura para que no corran el riesgo de dañarse.

4.- Corredor central: Es un área que tiene que ser completamente amplia, ya que por dicha zona se transportará toda clase de materiales necesarios para la producción de la bebida, al igual que será un sitio transitado por todo el personal de trabajo.

5.- Tanque de mezcla: Es una zona, la cual debe estar en constante observación, ya que aquí se realizará el proceso de mezcla de ingredientes específicos para la elaboración de la bebida al igual que su debida pasteurización, proceso el cual se debe controlar minuciosamente para que no exista ningún error.

6.- Envasadora: El área donde se va a colocar la envasadora debe ser controlada continuamente ya que pueda que exista alguna falla en la maquina y esto alterará el ritmo integral de la producción.

7.- Etiquetadora: Al igual que la zona de envasado del producto la etiquetadora corre el riesgo de tener fallas técnicas, por lo que en cada instante que la máquina etiquetadora entre en funcionamiento debe estar presente un trabajador que esté en las capacidades de resolver cualquier inconveniente.

8.- Bodega de producto terminado: La zona en la que se colocará el producto terminado debe ser sumamente amplia, debido a que el producto debe estar correctamente organizado, de manera que al momento de ser ingresado se pueda contabilizar y entregar al repartidor fácilmente.

9.- Zona de embarque de producto terminado: Como paso final el producto debe ser distribuido; en el área de embarque del producto terminado, existirá un espacio considerable para que pueda entrar el camión repartidor rápidamente, de esta manera se evita una pérdida de tiempo, al igual que el producto será colocado correctamente y no sufrirá golpes durante su traslado.

10.- Vestidores y baños para personal: Es indispensable que el personal de trabajo, para poder iniciar su jornada laboral esté equipado y desinfectado correctamente, por este motivo el área de vestidores y baños, al igual que todas las áreas de trabajo deben estar en constante limpieza y orden.

11.- Oficinas administrativas: Para poder llevar un debido control administrativo de la micro-empresa, el área de oficinas tendrá cada uno de los materiales y puestos de trabajo necesarios para cumplir un adecuado desenvolvimiento administrativo.

4.6. RESUMEN DE INVERSIÓN

Para poder obtener un total de lo que se va a necesitar e iniciar la microempresa de bebida energética es necesario saber correctamente todos los gastos que se van a realizar tanto de inmobiliaria, equipamiento, cambios estructurales en el área de construcción y todo lo que compete al lanzamiento del producto, es decir todos los gastos de publicidad; es por eso que a continuación se especificará cada uno de los rubros para que así posteriormente determinar si es o no necesario realizar algún tipo de préstamo.

GASTOS EN PUBLICIDAD			
Tipo de publicidad	Unidades	Costo Unidad	TOTAL
Afiches	10.000	0.22	2.200
Vasos	15.000	0.14	2.100
Personal impulsador	20	300	6.000
Degustación	15.000	0.32	4.800
Evento por temporadas	3	1.500	4.500
Radio	5	1.200	6.000
Televisión	5	2.800	14.000
Vallas publicitarias	4	1.200	4.800
TOTAL	40.037	7.000.68	\$ 44.400

Tabla 24: Gastos en publicidad

EQUIPAMIENTO			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Cámara frigorífica	1	3.200	3.200
Tanque de mezcla	1	1.100	1.100
Envasadora (ver anexo L)	1	17.000	17.000
Etiquetadora (ver anexo M)	1	16.000	16.000
Caldera para generar vapor	1	8.000	8.000
Camión transportador de materia prima	1	15.000	15.000
Filtro	1	850	850
Mesón de acero inoxidable	2	1.400	2.800
Laboratorio de Supervisión (Incluye menaje y equipos para realizar pruebas de control de calidad) (Ver Anexo N)	1	4.500	4.500
TOTAL	9	67.050	\$ 68.450

Tabla 25: Equipamiento

TOTAL DE INVERSIÓN	
Muebles y enseres	15.400
Equipamiento	68.450
Publicidad	44.400
Reestructuración de construcción	13.000
Permisos de funcionamiento y constitución de la empresa	2.250
TOTAL	\$ 143.500

Tabla 26: Total de Inversión

De acuerdo a la suma de todo lo que se requiere para poder empezar con la microempresa de bebida energizante se necesita la cantidad de \$ 143.500 dólares, los cuales se dividirá de la siguiente manera:

CAPITAL	
Venta de terreno	73.500
Préstamo bancario	70.000
TOTAL	143.500

Tabla 27: Capital

4.5.1 Tabla de amortización

El préstamo que se va a realizar será en una entidad bancaria. El monto requerido es de 70.000 dólares a pagar en 4 años con un interés del 10 por ciento anual. Para poder acceder al préstamo se va a hipotecar una vivienda ubicada en el valle de los chillos avaluada en 85.000 dólares. A continuación se detallará la tabla de amortización¹³¹⁴.

Mes (48)	pagadero	Capital (70000)	Interés (10 %)	capital residual
1	1775.38	1192.05	583.33	68807.95
2	1775.38	1201.98	573.40	67605.97
3	1775.38	1212.00	563.38	66393.97
4	1775.38	1222.10	553.28	65171.88
5	1775.38	1232.28	543.10	63939.59
6	1775.38	1242.55	532.83	62697.04
7	1775.38	1252.91	522.48	61444.14
8	1775.38	1263.35	512.03	60180.79
9	1775.38	1273.87	501.51	58906.92
10	1775.38	1284.49	490.89	57622.43
11	1775.38	1295.19	480.19	56327.23

¹³ **Tabla de amortización:** "La tabla de amortización de un préstamo hipotecario detalla mes por mes, pago por pago, cómo se irá reduciendo o repagando la deuda contraída el día del cierre de tu transacción hipotecaria" (Mortgage, 2012: pag.1).

¹⁴ La tabla de amortización se la obtuvo de la página web <http://www.pichincha.com>

12	1775.38	1305.99	469.39	55021.25
13	1775.38	1316.87	458.51	53704.38
14	1775.38	1327.84	447.54	52376.53
15	1775.38	1338.91	436.47	51037.62
16	1775.38	1350.07	425.31	49687.55
17	1775.38	1361.32	414.06	48326.24
18	1775.38	1372.66	402.72	46953.57
19	1775.38	1384.10	391.28	45569.47
20	1775.38	1395.64	379.75	44173.84
21	1775.38	1407.27	368.12	42766.57
22	1775.38	1418.99	356.39	41347.58
23	1775.38	1430.82	344.56	39916.76
24	1775.38	1442.74	332.64	38474.02
25	1775.38	1454.76	320.62	37019.26
26	1775.38	1466.89	308.49	35552.37
27	1775.38	1479.11	296.27	34073.26
28	1775.38	1491.44	283.94	32581.82
29	1775.38	1503.87	271.52	31077.96
30	1775.38	1516.40	258.98	29561.56
31	1775.38	1529.03	246.35	28032.52
32	1775.38	1541.78	233.60	26490.75
33	1775.38	1554.62	220.76	24936.12
34	1775.38	1567.58	207.80 €	23368.54
35	1775.38	1580.64	194.74	21787.90
36	1775.38	1593.82	181.57	20194.08
37	1775.38	1607.10	168.28	18586.99
38	1775.38	1620.49	154.89	16966.50
39	1775.38	1633.99	141.39	15332.50
40	1775.38	1647.61	127.77	13684.89
41	1775.38	1661.34	114.04	12023.55
42	1775.38	1675.18	100.20	10348.37
43	1775.38	1689.14	86.24	8659.23
44	1775.38	1703.22	72.16	6956.01
45	1775.38	1717.41	57.97	5238.59
46	1775.38	1731.73	43.65	3506.87
47	1775.38	1746.16	29.22	1760.71
48	1775.38	1760.71	14.67	-0.00
Total	85218.28	70000.00	15218.28	0.00

Tabla 28: Tabla de amortización

CAPÍTULO V: ESTUDIO COMPLEMENTARIO

5.1. Organización administrativa

5.1.2. Descripción de puestos de trabajo

En cualquier clase de microempresa es fundamental distribuir y designar cada puesto de trabajo necesario, para que de esta manera se pueda realizar una correcta producción y manejo administrativo; es por esta razón que a continuación se realizará un listado de cada puesto de trabajo que se necesita para la microempresa de bebidas energéticas designando su respectiva función, tareas y actividades. El horario de trabajo de todo el personal será de 8 de la mañana a 5 de la tarde con una hora de almuerzo.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

GERENTE GENERAL

Personas requeridas

1

Función

Controlar, dirigir, planificar y velar por el buen funcionamiento de la microempresa

Tareas

- Controlar y verificar el pago realizado a fin de mes a cada uno del personal que labora.
- Verificar ventas que se han realizado a lo largo de mes.
- Realizar pruebas cada 2 meses al personal, para confirmar su correcto funcionamiento.
- Aceptar o rechazar al personal interesado en laborar.

Actividades

- Diariamente verificar que todo el personal este laborando adecuadamente.
- Asistir a reuniones que se han determinado con tiempo de anticipación.
- Constantemente atender cualquier tipo de inquietud o problema que exista dentro de la microempresa.
- Semanalmente asistir al control de calidad para poder confirmar el buen manejo del proceso de producción.

Título y/o conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería en administración de alimento y bebidas. • Tener experiencia de un mínimo de 3 años en el área de producción de bebidas.
---------------------------------	--

Tabla 29: Gerente General

SECRETARIA	
Personas requeridas	2
Función	Asistir a cualquier tipo de requerimiento necesario dentro de la microempresa.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Mensualmente archivar cualquier tipo de documento, mail u escrito que tenga que ver con la microempresa. • Llevar un archivo de las tareas designadas. • Actualizar todos los contactos del personal que labora. • Actualizar la base de datos de todos los proveedores. • Realizar y controlar todos los contratos de los trabajadores. • Realizar pagos de servicios básicos. • Semanalmente realizar llamadas a tiendas y supermercados para realizar tomar pedidos

	para distribuir la bebida.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Estar en constante comunicación con el gerente general, para poder asistir cualquier tipo de necesidad. • Coordinar cada una de las actividades diarias que realice el gerente general. • Recibir llamadas y asignar agendas diarias. • Realizar la redacción de la correspondencia recibida y enviada • Distribuir diariamente la correspondencia al personal que la ha recibido. • Archivar y entregar cualquier tipo de factura al contador de la microempresa.
Título y/o conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller en contabilidad. • Conocimientos de informática. • Tener experiencia laboral.

Tabla 30: Secretaria

CONTADOR	
Personas requeridas	1
Función	Llevar el control, estadísticas y todo lo que tenga que ver con el manejo de dinero.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Mensualmente realizar rol de pagos para los trabajadores. • Realizar los pagos de toda clase de impuestos que la microempresa requiera cancelar. • Mensualmente dar a conocer al gerente general todos los movimientos que se han realizado con respecto al dinero. • Realizar el pago a todos los proveedores que se maneja con la microempresa.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Recaudar todas las facturas diarias. • Controlar las ventas diarias que se han realizado. • Verificar que todos los pagos estén correctamente cancelados
Título y/o conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller en contabilidad.

	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia laboral de 3 años en el área de contabilidad.
--	---

Tabla 31: Contador

JEFE DE PRODUCCIÓN	
Personas requeridas	1
Función	Llevar correctamente y de manera organizada el proceso de producción de la microempresa.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> Semanalmente revisar que la materia prima que llega para ser procesada sea la adecuada. Cada quince días realizar una revisión de todas las maquinas para que de esta manera funcionen correctamente. Realizar una calificación mensual a las personas que están laborando en la microempresa Calificar pruebas del personal que va a ingresar a operar la maquinaria. Solucionar cualquier tipo de problema que se presente en las maquinas que producen la bebida energética. Realizar cada quince días reuniones con el gerente general.

	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar costos de los proveedores.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar la que la vestimenta sea la adecuada de los operarios para poder laborar. • Al finalizar el día realizar una inspección minuciosa de todas las maquinas que sean correctamente apagadas al igual que la planta de producción termine completamente limpia. • Revisar que las mezclas realizadas para las bebidas sean las adecuadas. • Al terminar el proceso de producción realizar una inspección de la bebida, para saber si está en las condiciones adecuadas para la distribución y venta. • Autorizar la distribución de las bebidas.
Título y/o conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero en alimentos y bebidas. • Tener un mínimo de experiencia de 5 años en empresas de producción de bebidas.

Tabla 32: Jefe de Producción

OPERARIOS	
Personas requeridas	16
Función	Realizar correcta y ordenadamente cada paso que se efectúa durante el proceso de producción.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Cada quince días realizar limpieza profunda de la planta de producción • Si es necesario, mensualmente cambiar de uniforme para evitar cualquier tipo de contaminación. • En caso de falla de la maquinaria informar inmediatamente al jefe de producción. • Realizar mensualmente un inventario de todos los instrumentos que se utiliza dentro de la planta de producción.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar contabilizado la materia prima que se va a procesar al igual que las bebidas que se han elaborado. • Cumplir con el respectivo proceso o función que se le ha establecido a cada personal de operación. • Durante toda la producción cada operario debe mantener ordenado y limpio su puesto de

	<p>trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener constante comunicación entre todos los operarios para que el proceso de producción se realiza correctamente.
Título y/o conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller. • Haber realizado por los menos un curso de producción de bebidas • Tener experiencia de 2 años en el campo de bebidas.

Tabla 33: Operarios

BODEGUERO	
Personas requeridas	2
Función	Recibir, verificar y ordenar correctamente la materia prima y toda clase de equipamiento e insumo que se requiera para la producción de la bebida energética.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Mensualmente entregar a las secretarias todas las facturas que se han recibido. • Realizar cada quince días una limpieza profunda de toda el área de bodega para evitar la

	<p>presencia de animales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mensualmente realizar un informe de la correcta o no responsabilidad de los proveedores.
<p>Actividades</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar que toda la materia prima, implemento e insumos que ha llegado a bodega sea acorde al pedido y a la factura. • Ingresar al sistema todo lo que ha ingresado a bodega. • Archivar todas las facturas de todo lo que ha ingresado a bodega • En el momento que se recibe cualquier tipo de producto que se requiera para la planta, se debe verificar minuciosamente que este en excelente estado. • Si el producto que se recibe estuviese en mal estado, principalmente la materia prima debe ser devuelto inmediatamente e informar al jefe de producción para que de esta manera se decida cambiar o no de proveedor. • Estar a las órdenes para cualquier tipo de ayuda que requiera con respecto a productos existentes dentro de la bodega el jefe de producción. • Realizar pedidos a los proveedores. • Ordenar correctamente todos los productos que ingresan a bodega.

	<ul style="list-style-type: none"> • Constantemente verificar que la bodega esté organizada. • Realizar el conteo de la bebida para que pueda ser distribuida.
Título y/o conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller. • Tener conocimiento en computación. • Haber trabajado en cualquier tipo de bodegas durante un año.

Tabla 34: Bodeguero

REPARTIDOR	
Personas requeridas	4
Función	Realizar un correcto proceso de distribución del producto.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar quincenalmente limpieza del vehículo en el que labora. • Realizar cada semana un reporte de comportamiento de las personas que reciben el producto.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Asegurarse de recibir las facturas por parte de las secretarías para poder presentar al

	<p>bodeguero.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar el conteo correcto del producto de acuerdo a la factura para que en el momento de la recepción no ocurra inconvenientes. • Colocar el producto ordenadamente en los vehículos. • Tras finalizar la distribución cada repartidor tendrá que entregar cada una de las facturas con su respectiva firma a las secretarias. • Distribuir el producto en la fecha y hora establecida. • Reportar al jefe de producción cualquier tipo de queja que se reciba con respecto al producto.
Título y/o conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller. • Tener licencia de conducir profesional.

Tabla 35: Repartidor

GUARDIAS	
Personas requeridas	2
Función	Mantener la seguridad del personal que está laborando, al igual que estar pendiente de que no exista ninguna clase de hurto.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un informe de cualquier tipo de novedad que se haya presentado en el transcurso del mes.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Tanto en el turno de día como el de noche el guardia debe realizar caminatas cada una hora por el alrededor de la microempresa. • Informar a las secretarias la existencia de personas que necesitan comunicarse con cualquier personal que labore dentro de la empresa. • Al momento de terminar el día, el guardia debe revisar las maletas de los trabajadores. • Informar al gerente general cualquier altercado entre los trabajadores. • Entregar cualquier tipo de documento que se encuentre en el buzón de la microempresa
Título y/o conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller. • Haber realizado curso de manejo de armas.

Tabla 36: Guardias

5.2. ORGANIZACIÓN OPERATIVA

5.2.1. Descripción de procesos

5.2.1.1. Proceso de recursos humanos

- **Llamamiento del personal:** Mediante un anuncio en diversos medios escritos se realiza un llamado de requerimiento de personal para que labore en la microempresa, donde primeramente se reúne todas las hojas de vida, se las revisa y se realiza un llamado a las personas que han sido seleccionadas.
- **Selección del personal:** Las personas que han sido escogidas mediante la hoja de vida tendrán que asistir a una reunión con el gerente general, donde realizará preguntas de rigor. Posteriormente a cada uno de los postulantes para laborar, se los someterá a pruebas que serán.
- **Calificación de pruebas:** El gerente general será la persona quién califique las pruebas; dónde no solo el resultado de éstas determinará si la persona será la escogida para laborar o no, también se escogerá al personal determinando sus diferentes actitudes y aptitudes observadas durante el transcurso de las pruebas realizadas. Obteniendo el resultado de las pruebas, el personal que no fue aceptado será registrado en una base de datos y se terminará el proceso.
- **Reunión del personal calificado:** Para poner informar al personal aceptado, se realizará una reunión, para que de esta manera puedan conocer a todos sus compañeros; al igual que

reúnan todos los documentos que la microempresa necesita para que puedan iniciar el contrato respectivo.

- **Entrega de documentos:** Posteriormente que el personal calificado haya entregado todos sus documentos, se realizará la entrega del contrato para que esté sea firmado y así pueda iniciar a laborar.
- **Asignación de horarios:** Con los papeles en orden, a cada uno de las personas que iniciara a laborar se le entregará su respectivo horario de trabajo para que de esta manera puedan tener una organización adecuada.

5.2.1.2. Proceso de compras

- **Calificación de proveedores:** Para poder determinar que un proveedor pueda satisfacer las necesidades de la microempresa de bebidas energizantes es necesario realizar un proceso arduo de calificación a distintos proveedores que puedan expender los productos necesarios para la producción de la bebida; por esta razón mediante una reunión entre el gerente general y el jefe de producción procederá a calificar a los proveedores.
- **Selección de proveedores:** Tras realizar la calificación de los distintos proveedores el gerente general y el jefe de producción, decidirán qué proveedores fueron los escogidos para que realicen una adecuada distribución tanto de la materia prima como de los productos que necesita la planta de producción; dichos proveedores serán comunicados inmediatamente para así iniciar

acuerdos de precios. Los proveedores que no fueron escogidos se los archivará en la base de datos para que en caso de emergencia o falla de los proveedores seleccionados se pueda recurrir a ellos para realizar cualquier tipo de pedido.

- **Listado de precios:** Para poder iniciar un acuerdo con los proveedores seleccionados, es necesario que cada uno de ellos presente una lista de precios, ya que de esta manera mediante una reunión entre el jefe de producción y un representante de la empresa que pretende proveer los productos lleguen a un acuerdo de precios y así puedan finiquitar un contrato.
- **Compra del producto:** La compra del producto, especialmente de la materia prima se lo realizará de acuerdo a la necesidad de la planta de producción, ya que de esta manera se evitará tener mucho tiempo almacenado en bodega. El pedido de compra se lo realizará directamente entre el bodeguero y el proveedor.
- **Evaluación:** Durante los primeros meses, los proveedores serán sometidos a evaluaciones constantemente; de esta forma la microempresa se asegurará que todo el proceso con los proveedores sea el correcto.
- **Reevaluación:** Cada seis meses el jefe de producción realizará una reevaluación a los proveedores para poder asegurar su correcto desempeño de distribución que realiza a la planta de producción, posteriormente relazará un informe con todos los aspectos positivos y negativos que ha encontrado.

5.2.1.3. Proceso de bodega

- **Recepción de materia prima y productos:** La recepción de cualquier clase de producto que va a ser destinado para bodega, debe ser primeramente establecida a una hora determinada donde el bodeguero y los proveedores hayan establecido, de esta manera se logrará puntualidad y orden.
- **Verificación de calidad y cantidad:** Tras la respectiva llegada de la materia prima y distintos productos, se procede a verificar la calidad de ellos, especialmente de la materia prima, si por algún motivo se encuentra en mal estado, ésta debe ser devuelta e informar de inmediatamente a la empresa que provee el producto dicho acontecimiento. La cantidad debe ser la correcta con forme a la factura que el proveedor ha presentado.
- **Firma de recibimiento:** Posteriormente que el bodeguero haya revisado correctamente, tanto él como el proveedor deben firmar en las facturas lo cual indicara que el proceso de recibimiento fue correcto.
- **Distribución a cuartos de almacenamiento:** El bodeguero debe inmediatamente colocar ordenadamente la materia prima y los productos, existirán algunos que deberán ser ingresados inmediatamente al cuarto frío para evitar que el producto se dañe y otros al medio ambiente.
- **Distribución a áreas de trabajo:** Una vez que todo el proceso de recepción y almacenamiento en los cuartos tanto fríos como calientes, el jefe de producción debe realizar un listado de todo

lo que se necesitará en el día, de esta manera el bodeguero podrá realizar una debida distribución del producto necesario a cada una de las áreas de trabajo que se va a producir, logrando de esta manera una organización adecuada.

5.2.1.4. Proceso de distribución

- **Control de calidad del producto a despachar:** Tras haber finalizado todo el proceso de producción y envasado de la bebida, antes de que ésta empiece su proceso de distribución, debe someterse a controles de calidad, donde se realizarán pruebas para determinar si la bebida es apta o no para su distribución y posteriormente para su consumo; es por esta razón que el control de calidad es un punto muy importante y crítico dentro de este proceso.
- **Confirmación:** El jefe de producción será la única persona que autorice que la bebida pueda ser distribuida; ya que él será la persona que realice las pruebas de la bebida.
- **Conteo:** Una vez que la bebida sea confirmada para poder ser distribuida, las secretarias tras haber realizado la toma de pedidos a las diferentes tiendas y supermercados, enviarán facturas a cada uno del personal que procederá a la repartir el producto, informándoles así el número de bebidas que deberán ser despachadas al igual que los lugares donde serán dirigidas. Posteriormente, el personal de distribución deberá presentar las facturas al bodeguero, donde tendrá que revisarlas

minuciosamente y realizar el respectivo reparto de bebidas de acuerdo a la lectura de las facturas.

- **Salida del producto:** Tras una segunda verificación de la correcta repartición del número de bebidas a cada uno del personal de distribución, el producto podrá tener la validación para salir de la microempresa para posteriormente ser distribuido.
- **Distribución del producto:** Cada uno del personal que distribuye el producto será designado a un sector en específico para entregar el producto donde deberá dirigirse inmediatamente. Existirán dos lugares en donde se distribuirá la bebida, en tiendas y supermercados.
- **Recepción del producto:** Tras la llegada de las bebidas a cada uno de los canales de distribución, el representante que entregará las bebidas deberá presentar la factura conjuntamente con el producto que se expenderá; si existe algún problema con el pedido sea por golpes en los envases o que el número de bebidas no sea el correcto de acuerdo a la factura, el producto será devuelto y el proceso finalizará teniendo que empezar nuevamente.
- **Liberación del producto:** El producto será completamente liberado cuando el receptor de las bebidas realice la aceptación mediante la firma en la factura, de esta manera el proceso de distribución llegara a su fin.

5.2.2. Diagramación de procesos

5.2.2.1. Proceso de recursos humanos

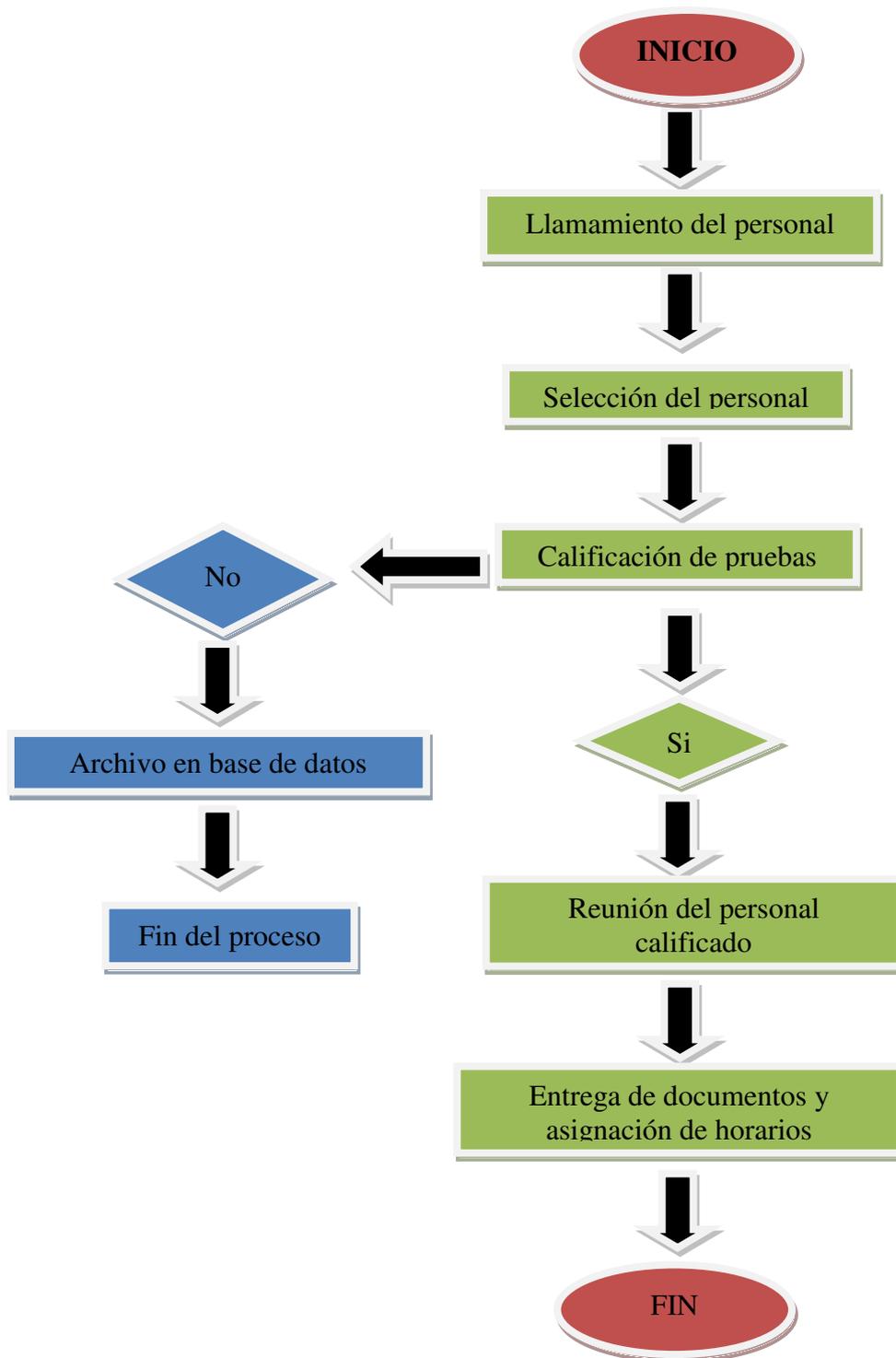


Ilustración 26: Proceso de recursos humanos

5.2.2.2. Proceso de compras

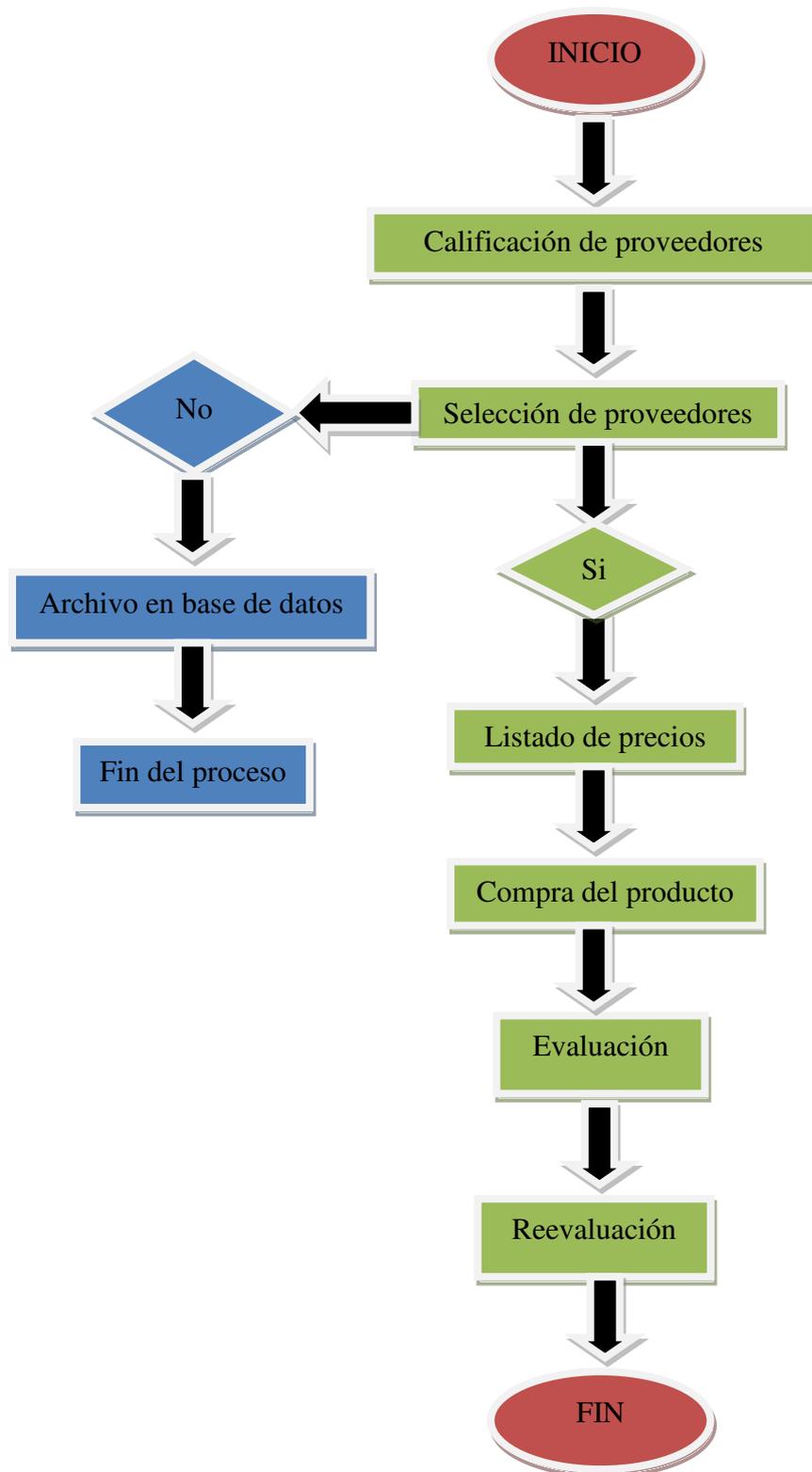


Ilustración 27: Proceso de compras

5.2.2.3. Proceso de bodega

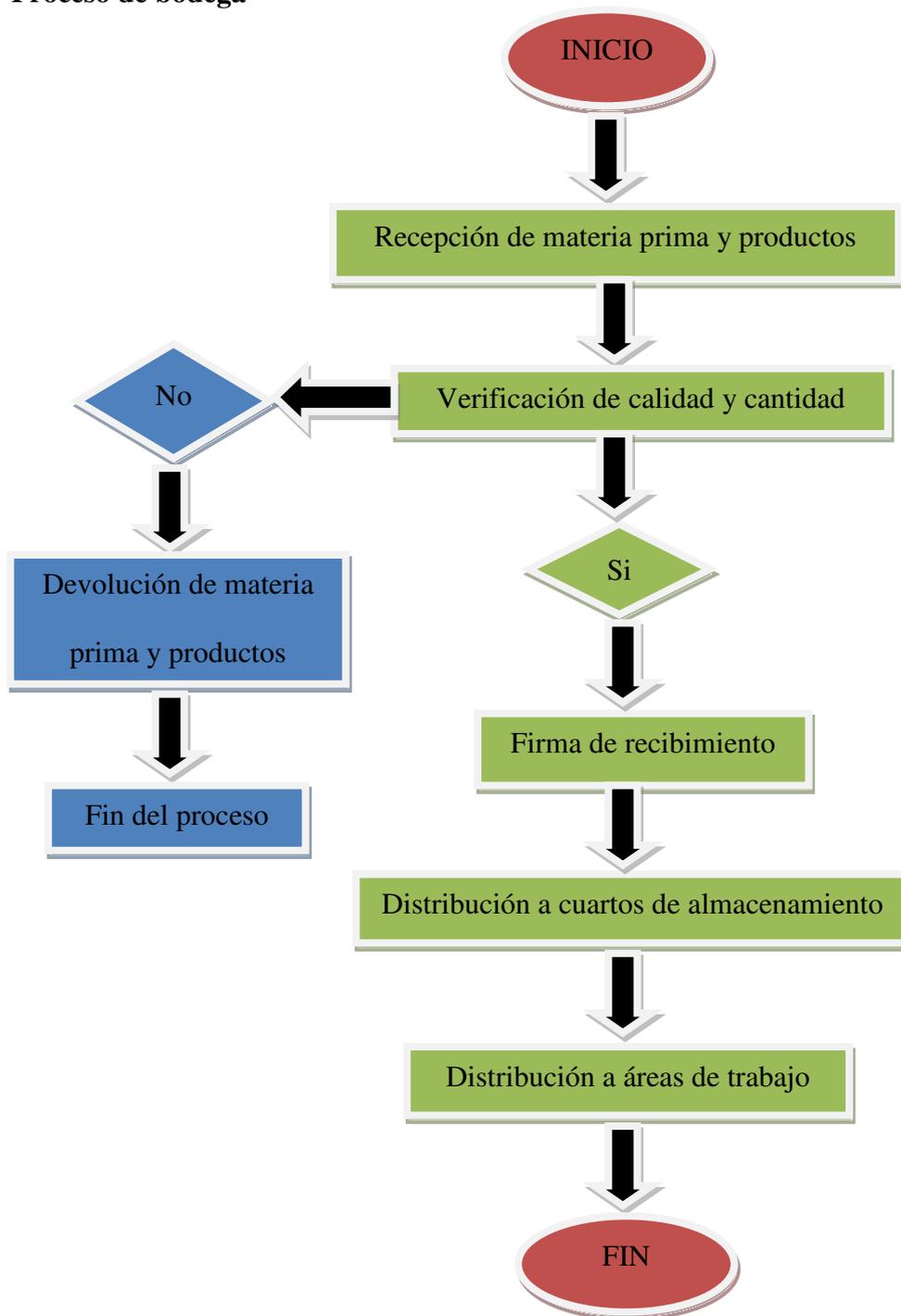


Ilustración 28: Proceso de bodega

5.2.2.4. Proceso de distribución

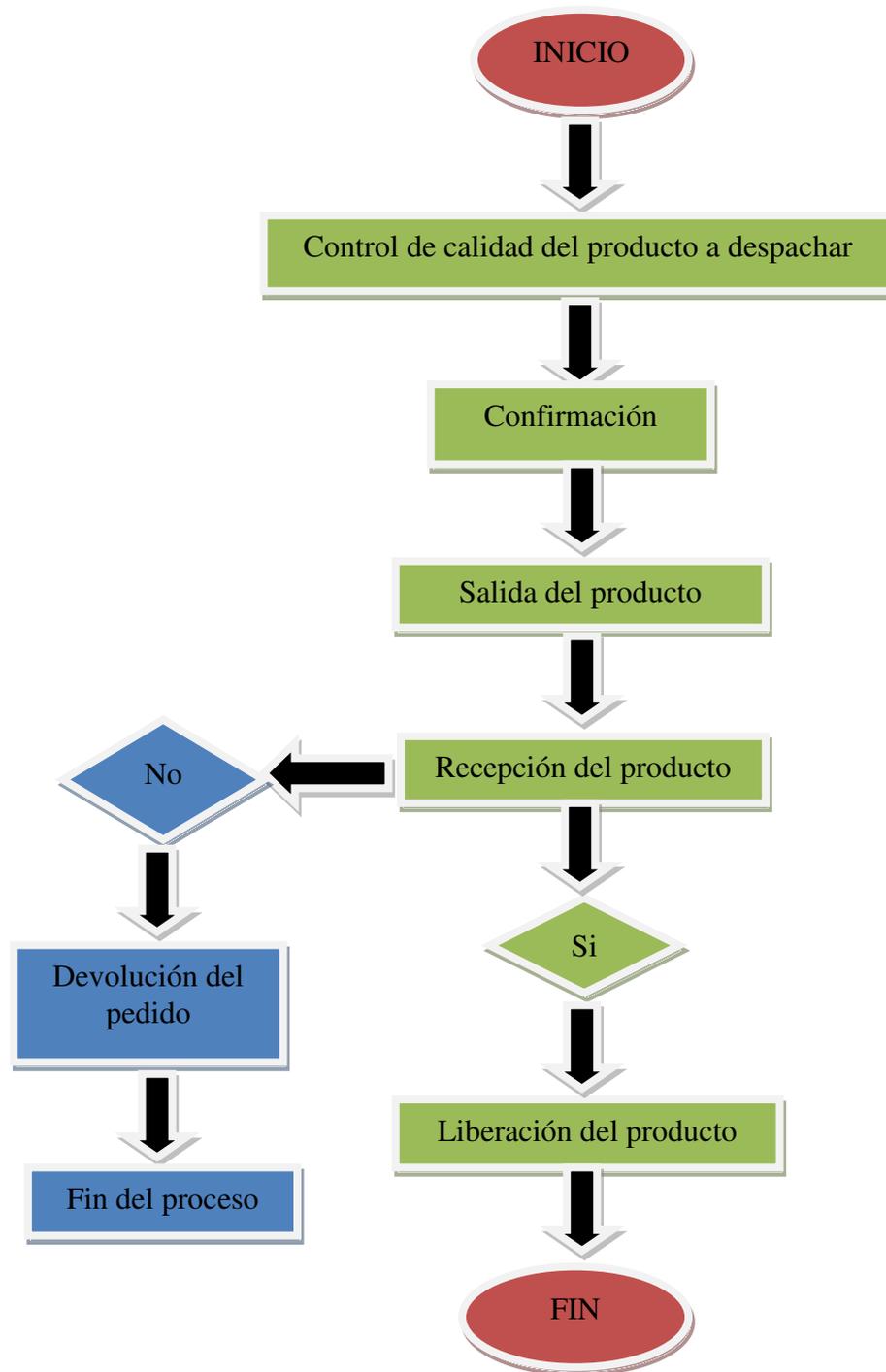


Ilustración 29: Proceso de distribución

CAPÍTULO VI - ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Presupuesto de ventas

6.1.1. Establecimiento de precios y costos de producción para la duración del proyecto

FICHA DE PRESENTACIÓN	
Nombre	ZUNFO
Fecha de elaboración	15/12/12
Rendimiento	500 ml
Presentación	

Tabla 37: Ficha de presentación

COSTO Y PRECIO DE LA BEBIDA			
INGREDIENTE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Panela	Kg.	0.013	0,01
Sunfo (ver anexo O)	Kg.	0.10	0.04
Cedrón (ver anexo P)	Kg.	0,002	0,01
Manzanilla (ver anexo Q)	Kg.	0,002	0.01
Agua	kg.	0,585	0.11
Botella plástica	Un. (500 ml)	1	0.04
Etiqueta impresa	Un.	1	0.33
Total			0,55
Margen de error (10 %)			0,05 (0,60)
Gastos Indirectos (25 %)			0,15 (0,75)
Rentabilidad (30 %)			0,23 (0,98)
I.V.A (12%)			0,12 (1,10)
P.V.P (precio de venta al público)			\$ 1,10

Tabla 38: Costo y precio de la bebida

De acuerdo a los costos operativos de materia prima, mano de obra, gastos indirectos e impuestos incluidos se ha determinado que el precio de venta inicial es de \$1,10 la botella de 500 ml.

6.2. Estudio de factibilidad del proyecto

6.2.1. Flujo de caja

Entiéndase al flujo de caja como la diferencia entre los ingresos netos y los desembolsos netos, descontados a la fecha de aprobación de un proyecto de inversión con la técnica de "valor presente", esto significa tomar en cuenta el valor del dinero en función del tiempo.

Es así que los ingresos presupuestados para el presente proyecto son:

Ventas estimadas: Se ha definido que el 64% de la población de Quito (1'189.462 personas) está dispuesta a comprar una bebida energizante, por lo que son cliente potenciales de nuestro producto, y como proyección de la empresa luego de una intensa campaña, se espera llegar a un 40% de esa población potencial en forma anual.

Para el cuadro detallado a continuación se ha establecido que el 40% de los 64% de la población de la ciudad de Quito, mismos que son clientes potenciales es 475.784 habitantes, que representa la venta anual proyectada. De la misma manera dividiendo este último rubro para 12 meses nos dará el valor mensual de ventas proyectadas. El valor monetario se lo obtiene de multiplicar por el precio de venta del producto (\$ 1,10)

VENTAS ESTIMADAS			
Ventas de producto Mensual	Valor Mensual de Ventas	Ventas de producto Anual	Valor Anual de Ventas
39.648 unidades	\$ 43.612,8	475.784 unidades	\$ 523.353,6

Tabla 39: Ventas estimadas

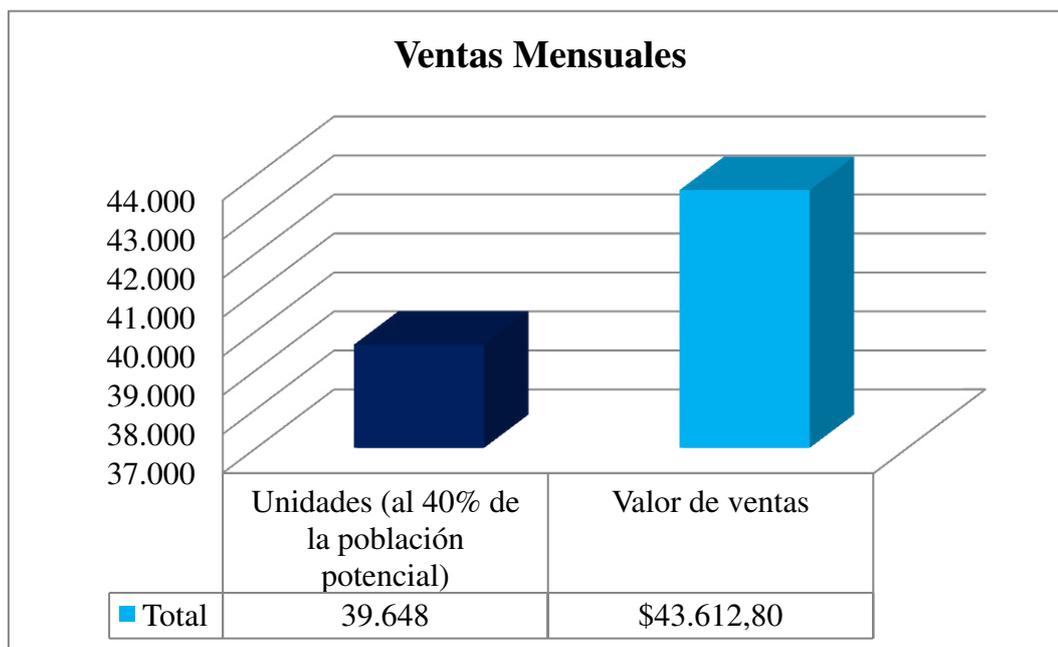


Ilustración 30: Ventas mensuales

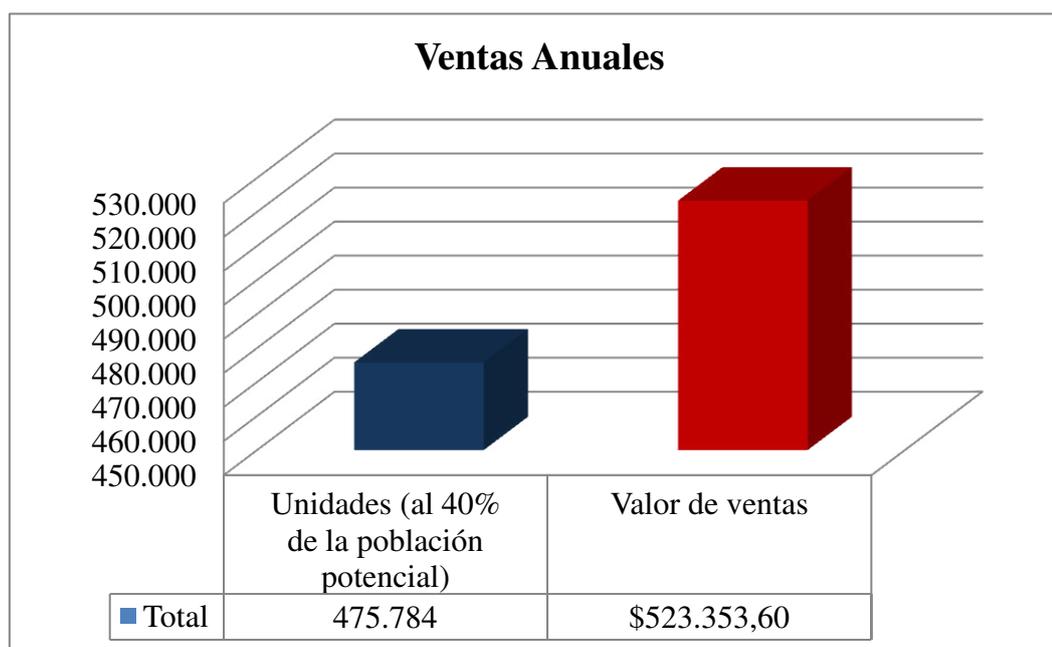


Ilustración 31: Ventas anuales

Materia Prima Estimada: Luego de haber hecho la receta estándar de la bebida energizante y haber determinado que se requiere \$ 0,60 por unidad fabricada se presenta a continuación el detalle de valores para la fabricación de acuerdo al estimado de ventas:

COSTO MATERIA PRIMA		
Costo Materia Prima Unitario	Costo Materia Prima Mensual de acuerdo a ventas estimadas (39.648 unidades)	Costo Materia Prima anual de acuerdo a ventas estimadas (12 meses)
\$ 0,60	\$ 23.788,8	\$ 285.465,6

Tabla 40: Costo materia prima

El costo de materia prima mensual se lo obtiene de multiplicar el costo de materia prima por el número de unidades que se estima vender. El resultado anterior se lo multiplica por doce para obtener el costo de materia prima anual de acuerdo a las ventas estimadas.

Mano de Obra Estimada: De acuerdo a las necesidades de la empresa para la producción del volumen estipulado para el presente proyecto se ha determinado que la mano de obra necesaria para el efecto es la siguiente:

SUELDOS						
Empleado	Sueldo Base Mensual	Sueldo Base Anual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Horas Extras Anuales	Total Anual
<i>Gerente</i>	\$ 600,00	\$ 7.200	\$600,00	\$ 318,00	0	\$ 8.118,00
<i>Secretaria 1</i>	\$ 380,00	\$ 4.560	\$ 380,00	\$ 318,00	\$ 50,00	\$ 5.308,00
<i>Secretaria 2</i>	\$ 380,00	\$ 4.560	\$ 380,00	\$ 318,00	\$ 50,00	\$ 5.308,00
<i>Contador</i>	\$ 450,00	\$ 5.400	\$ 450,00	\$ 318,00	\$ 50,00	\$ 6.218,00
<i>Jefe de Producción</i>	\$ 450,00	\$ 5.400	\$ 450,00	\$ 318,00	\$ 50,00	\$ 6.218,00

<i>Operario 1</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 2</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 3</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 4</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 5</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 6</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 7</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 8</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 9</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 10</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 11</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 12</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 13</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 14</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 15</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Operario 16</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Bodeguero 1</i>	\$ 350,00	\$ 4.200	\$ 350,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.968,00
<i>Bodeguero 2</i>	\$ 350,00	\$ 4.200	\$ 350,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.968,00
<i>Repartidor 1</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Repartidor 2</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Repartidor 3</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Repartidor 4</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00

<i>Guardia 1</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
<i>Guardia 2</i>	\$ 318,00	\$ 3.816	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 4.552,00
Total Anual						\$141.250,00

Tabla 41: Sueldos

Servicios Básicos Estimados: Para el óptimo funcionamiento de la planta de producción se ha estimado lo siguientes valores para servicios básicos:

COSTOS FIJOS ESTIMADOS (Servicios Básicos)		
Servicio Básico	Costo Mensual	Costo Anual
Luz	\$ 200,00	\$ 2.400
Agua	\$ 200,00	\$ 2.400
Teléfono	\$ 100,00	\$ 1.200
Internet	\$ 80,00	\$ 960
Gas	\$ 500,00	\$ 6.000
Gasolina	\$ 250,00	\$ 3.000
Total Anual		\$15.960,00

Tabla 42: Costos fijos estimados

Otros Gastos e Imprevistos: Dentro de este rubro constan todos los gastos adicionales que genere la producción de las bebidas, así como gastos imprevistos que pueden surgir por cualquier motivo dentro de la empresa. A continuación un cuadro con los valores de otros gastos e imprevistos:

OTROS GASTOS		
Rubro	Valor Mensual	Valor Anual
Otros Gastos e Imprevistos	\$1.500,00	\$ 18.000,00
Valor Anual		\$ 18.000,00

Tabla 43: Otros gastos

A continuación se detalla el consolidado de ingresos y egresos del proyecto con la finalidad de obtener el flujo de caja para el posterior cálculo del Valor actual Neto y la Tasa Interna de Retorno y analizar si el proyecto es factible o no:

FLUJO DE CAJA		
Ítem	Ingresos	Egresos
Ventas Estimadas	\$ 523.353,6	
Materia Prima Estimada		\$ 285.465,6
Mano de Obra Estimada		\$141.250,00
Servicios Básicos Estimados		\$15.960,00
Otros Gastos e Imprevistos		\$ 18.000,00
TOTAL	\$ 523.353,6	\$ 460.675,6
Flujo de Caja	\$ 62.678,00	

Tabla 44: Flujo de caja

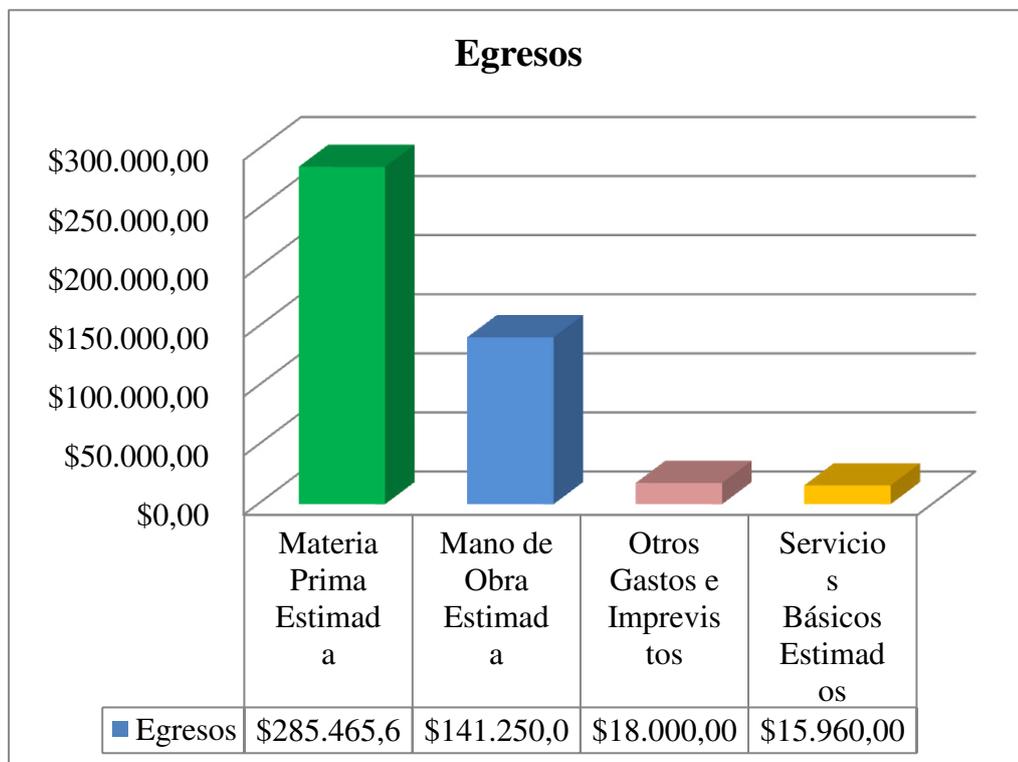


Ilustración 32: Egresos

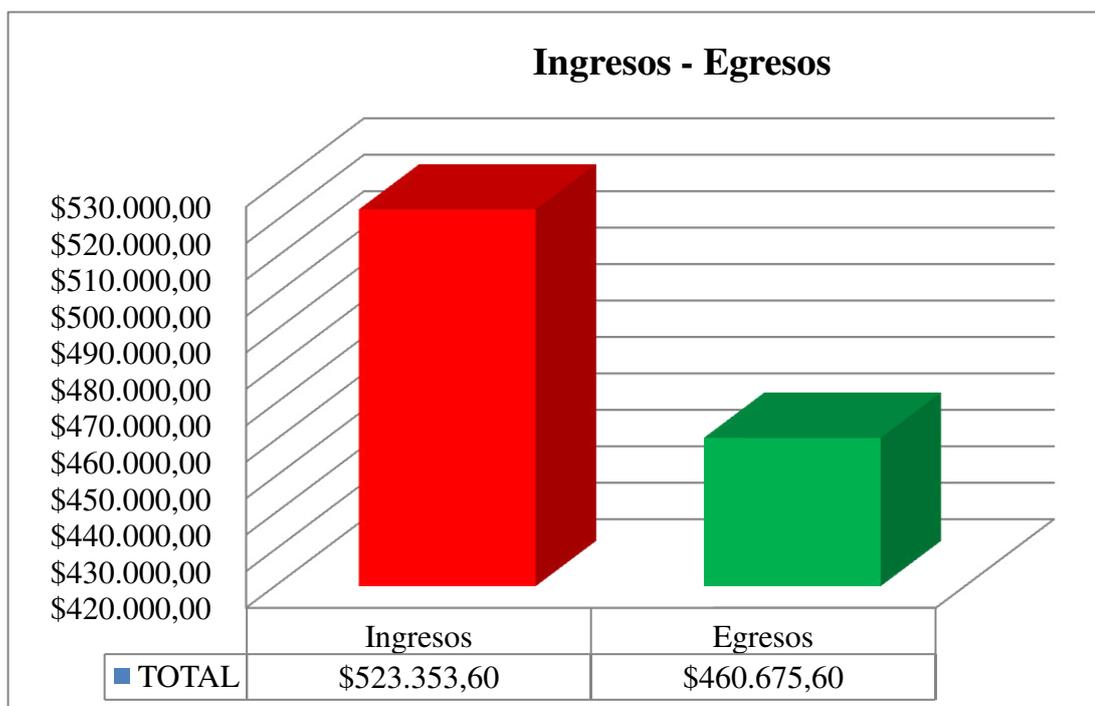


Ilustración 33: Ingresos - Egresos

Autor: Sebastián Pérez

6.2.2. Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Para poder comprobar la factibilidad del presente proyecto a continuación se detalla el cálculo del Valor Actual Neto (VAN), donde se demuestra la idoneidad de la propuesta planteada en el presente trabajo:

CÁLCULO DEL VAN	
Datos	Valor
Inversión Inicial	\$ 143.500,00
Flujo de Caja	\$ 62.678,00
Tiempo	3 años
Tasa de Descuento	5 %
Recuperación Adicional al Tercer año	\$ 10.000,00

Tabla 45: Cálculo del VAN

Autor: Sebastián Pérez

Fórmula de Cálculo: A continuación se detalla la fórmula de cálculo para el Valor actual Neto (VAN) del presente proyecto:

$$\text{VAN} = \frac{-\text{II} + \text{FC}}{(1+\%)^1} + \frac{\text{FC}}{(1+\%)^2} + \frac{\text{FC}}{(1+\%)^3}$$

II: Inversión Inicial

FC: Flujo de Caja de cada período

%: Tasa de Descuento

N: Tiempo

$\text{VAN} = - 143.500 + \frac{62.678,00}{(1+0,05)^1} + \frac{62.678,00}{(1+0,05)^2} + \frac{72.678,00}{(1+0,05)^3}$
$\text{VAN} = - 143.500 + \frac{62.678,00}{1,05} + \frac{62.678,00}{1,1025} + \frac{72.678,00}{1,157625}$
$\text{VAN} = - 143.500 + 59.693,33 + 56.850,79 + 62.781,98$
$\text{VAN} = \$ 35.826,1$

Cálculo del VAN:

Una vez realizado el cálculo del Valor Actual Neto se ha determinado que el proyecto si es viable al dar un valor positivo, lo que determina la factibilidad para la instalación de la microempresa que elaborará bebidas energizantes a base de hierbas naturales.

6.2.3. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

A continuación se detalla el cálculo de la Tasa Interna de Retorno del presente proyecto.

Fórmula de Cálculo: A continuación se detalla la fórmula de cálculo para el Valor actual Neto (VAN) del presente proyecto:

$$VAN = -II + \frac{FC}{(1+\%)^1} + \frac{FC}{(1+\%)^2} + \frac{FC}{(1+\%)^3} = 0$$

II: Inversión Inicial

FC: Flujo de Caja de cada período

%: Tasa de Descuento

N: Tiempo

10%
$VAN = -143.500 + \frac{62.678,00}{(1+0,10)^1} + \frac{62.678,00}{(1+0,10)^2} + \frac{72.678,00}{(1+0,10)^3}$
$VAN = -143.500 + \frac{62.678,00}{1,10} + \frac{62.678,00}{1,21} + \frac{72.678,00}{1,331}$
$VAN = -143.500 + 56.980 + 51.800 + 54.604,05$
$VAN = \$ 19.884,05$

15%
$\text{VAN} = -143.500 + \frac{62.678,00}{(1+0,15)^1} + \frac{62.678,00}{(1+0,15)^2} + \frac{72.678,00}{(1+0,15)^3}$
$\text{VAN} = -143.500 + \frac{62.678,00}{1,15} + \frac{62.678,00}{1,3225} + \frac{72.678,00}{1,520875}$
$\text{VAN} = -143.500 + 54.502,60 + 47.393,57 + 47.786,96$
VAN= \$ 6.183,13

20%
$\text{VAN} = -143.500 + \frac{62.678,00}{(1+0,20)^1} + \frac{62.678,00}{(1+0,20)^2} + \frac{72.678,00}{(1+0,20)^3}$
$\text{VAN} = -143.500 + \frac{62.678,00}{1,20} + \frac{62.678,00}{1,44} + \frac{72.678,00}{1,728}$
$\text{VAN} = -143.500 + 52.231,66 + 43.526,38 + 42.059,02$
VAN= \$ -5.682,94

17,518%
$\text{VAN} = -143.500 + \frac{62.678,00}{(1+0,20371)^1} + \frac{62.678,00}{(1+0,20371)^2} + \frac{72.678,00}{(1+0,20371)^3}$
$\text{VAN} = -143.500 + \frac{62.678,00}{1,17518} + \frac{62.678,00}{1,3810480324} + \frac{72.678,00}{1,622980026715832}$
$\text{VAN} = -143.500 + 53.334,80 + 45.384,37 + 44.780,58$
VAN= \$ 0,2419 TIR

Cálculo del TIR:

TASA INTERNA DE RETORNO	
Tasa de Descuento	Valor
5 %	\$ 35.826,1 (VAN del Proyecto)
10 %	\$ 19.884,05
15 %	\$ 6.183,13
17,518%	\$ 0,2419 (TIR del Proyecto)
20 %	\$ -5.682,94

Tabla 46: Taza interna de retorno

Una vez determinada la tasa interna de retorno (TIR), se ha llegado a la conclusión de que la tasa de descuento mínima para el presente proyecto es de 17,518%, misma con la cual nos da un valor de \$ 0,2419, es decir, no existe ni ganancia ni pérdida con dicha tasa. Los otros valores presentados en la tabla son

referenciales para darnos cuenta con que tasa de descuento obtenemos ganancias y pérdidas para el proyecto.

6.2.4 Punto de Equilibrio

Se denomina Punto de Equilibrio al punto donde todos los ingresos que tiene una empresa se igualan a los costos que se encuentran asociados con la venta de dichos productos. Se lo utiliza básicamente para determinar la rentabilidad o no que puede generar un determinado proyecto.

La fórmula para calcular el punto de equilibrio es:

$$\mathbf{P.E. = C.F.T. / (P.V.P.- C.V.)}$$

P.E.: Punto de Equilibrio

C.F.T.: Costos Fijos Totales

P.V.P.: Precio de Venta

C.V.: Costos Variables

Costos y Gastos Fijos Anuales	
Nómina Administrativa anual	\$ 24.952
Depreciación de Infraestructura (Método utilizado en línea recta a 5 años)	\$ 3.080
Depreciación de Herramientas (Método utilizado en línea recta a 10 años)	\$ 8.145
Total Costos y Gastos Fijos Anuales	\$ 36.177

Tabla 47: Costos y gastos fijos anuales

Costos y Gastos Variables por Unidad Producida	
Materia Prima	\$ 0,55
Gastos Indirectos	\$ 0,15
Mano de Obra	\$ 0,05
Total	\$ 0,75

Tabla 48: Costos y gastos variables por unidad vendida

Precio de Venta al Público por Unidad Producida	
Precio de Venta por Unidad	\$ 1,10

Tabla 49: Precio de venta al público por unidad producida

Es así que para el presente proyecto se ha determinado el punto de equilibrio de la siguiente forma:

$$P.E. = C.F.T. / (P.V.P.- C.V.)$$

$$P.E. = 36.177 / (1,10-0,75)$$

Punto de Equilibrio= 103.362,85 unidades / \$ 113.699,13

Análisis: El punto de equilibrio de la empresa es de 103.362 unidades anuales, mismas que servirán para cubrir los costos y gastos operativos, a partir de ese número de unidades se empezará a percibir utilidades.

Punto de equilibrio	
P.E (dinero)	\$ 113.699,14
P.E (unidades)	103.362,85
Costos fijos	\$ 36.117,00
Costos variables por botella	\$ 0,75

Tabla 50: Punto de equilibrio

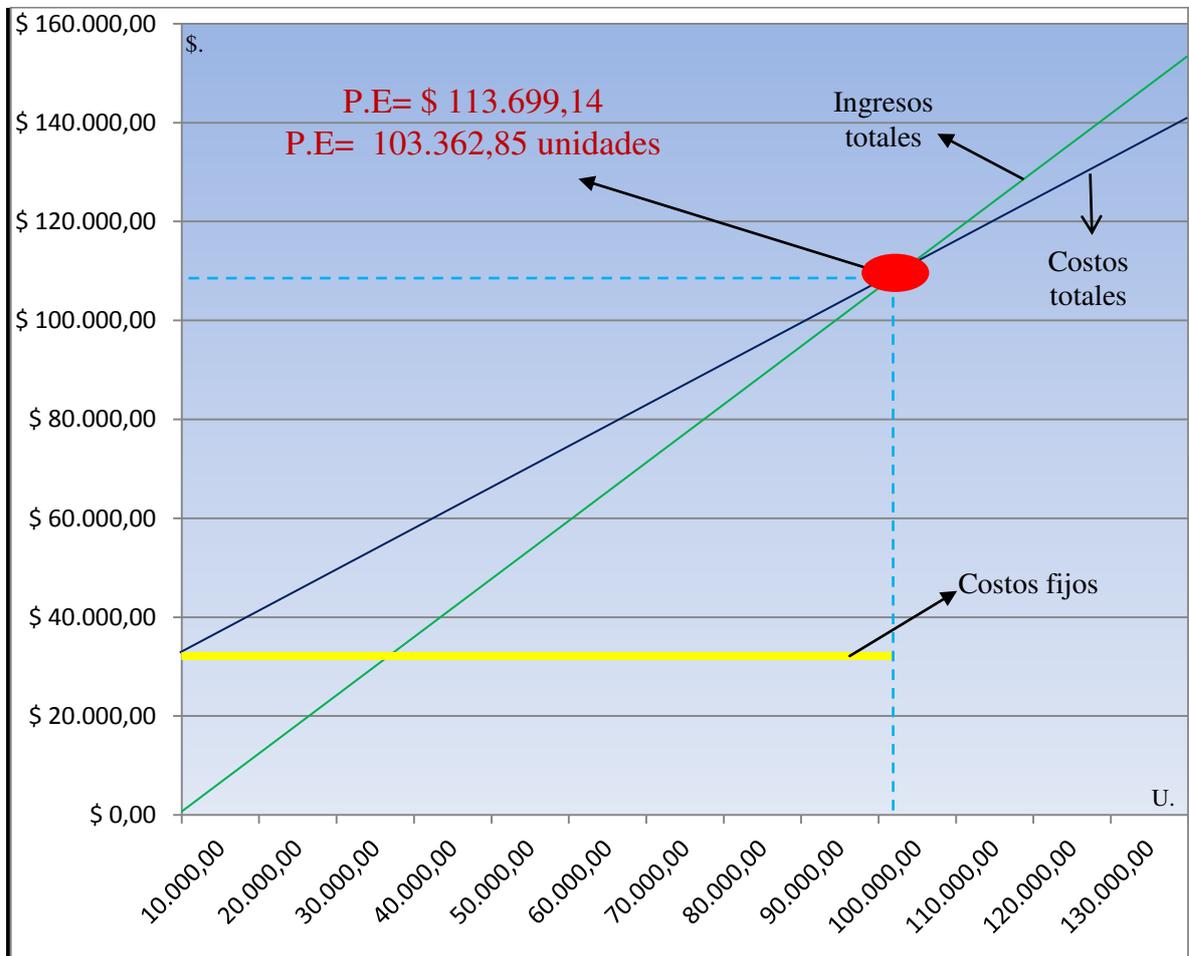


Ilustración 34: Gráfico punto de equilibrio

7. CONCLUSIONES

- El estudio financiero realizado demuestra que es factible y viable la creación de una microempresa productora y comercializadora de bebidas energéticas naturales. Este estudio permitió fijar un precio accesible para que las personas puedan consumir la bebida; igualmente ayudó a determinar que la inversión que se requiere para poner en marcha la micro-empresa se podrá recuperar en un corto plazo; todo esto gracias a las adecuadas ventas estimadas que se realizó, respaldado de un porcentaje de consumidores potenciales dentro de la ciudad de Quito que se logró establecer mediante el estudio de mercado.
- Durante la investigación se descubrió que en la ciudad de Quito el mercado de las bebidas energizantes no ha sido aprovechado de la mejor manera. La iniciativa de producir una bebida con estas características, a la que se suman los beneficios de las plantas medicinales resulta atractivo. Las encuestas que se realizaron principalmente a la clase social media, demostraron que la bebida energética natural "Zunfo", es una idea que llamó la atención de las personas, lo que demuestra que existe un alto grado de probabilidades que el producto será bien recibido por los consumidores logrando así que la microempresa con el transcurso del tiempo tenga una mayor producción.
- Una de las ventajas principales con las que cuenta esta bebida energética natural son sus bajos costos de producción, lo que lo vuelve un negocio rentable. La principal materia prima, sunfo, manzanilla y cedrón, con la que se va a realizar la bebida energética natural "Zunfo", puede ser fácilmente encontrada principalmente en la serranía ecuatoriana y puede ser adquirida en grandes cantidades en cualquier época del año sin ningún inconveniente, por lo que esto no resultaría un problema al momento de adquirirla.

- La encuesta realizada a diferentes personas de clase social media demuestra que el 62% de las 100 personas encuestadas consume bebidas energéticas a la semana porcentualmente entre 3 y 4. Lo que significa que en la ciudad de Quito el mercado de las bebidas energéticas es altamente potencial; y más aun cuando se ha demostrado en la encuesta que las personas sí consumirían una nueva bebida energética que sea a base de hierbas naturales y medicinales.

8. RECOMENDACIONES

- Se recomienda emplear tecnología de punta para optimizar los procesos de producción en la fábrica. Esto permitirá operar de manera más eficiente y encontrar el punto óptimo de producción de la bebida energética. El empleo de tecnología permite también reducir los costos de personal y obtener un margen más alto de ganancia, pero esto no significa que se deba descuidar la capacidad organizacional de la microempresa, pues es necesario e indispensable contar con personal completamente capacitado y eficiente para obtener mejores resultados de ventas.
- En el Ecuador existe gran variedad de hierbas medicinales al igual que energéticas, que la gran mayoría de personas jamás las han escuchado y más aun visto, por lo que se recomienda explotar el mercado mediante la promoción de los beneficios de las hierbas aromáticas autóctonas, principal componente de la bebida energética "Zunfo". Una vez que el producto esté posicionado en el mercado, la empresa podría aumentar más sabores de bebidas.
- La capacidad organizacional consiste en uno de los pilares fundamentales dentro una empresa, por lo que se recomienda la constante capacitación del personal en las áreas técnicas, administrativas y de recursos humanos. Esto permitirá tener una empresa más competitiva y un personal comprometido con su trabajo ayudando a que la microempresa esté en constante crecimiento.
- Se recomienda a la empresa expandir su mercado hacia el resto del país para propagar el negocio y llegar a diversos lugares. La masificación de la distribución del producto generará mayores ingresos y que la empresa crezca. Esto permitirá también la generación de plazas de trabajo y un compromiso social.

9. BIBLIOGRAFÍA

Bibliográfica Documental

- Agencia Municipal de Desarrollo Económico CONQUITO. (s/f). “Emprendimiento”. Disponible en http://www.conquito.org.ec/prueba/index.php?option=com_content&view=article&step-by-step&catid=40&Itemid=196, ingresado el 22/07/2012.
- Agestic. (2009). "Estudio de mercado y definición de objetivos y estrategias". Asociación Gallega de Empresas de Tecnologías de la Información y la Comunicación. Disponible en <http://www.agic.org/content/2-estudio-mercado-y-definicion-objetivos-y-estrategias>, visitado el 07/02/ 2012.
- Agroecuador. (s/f). “Resúmenes monográficos de plantas medicinales”. Disponible en <http://www.agroecuador.com/HTML/angendaInter/estplantasmedicinal/Resumenes%20monograficos.pdf>, visitado el 10/10/2012.
- Alimentación sana. (s/f). "Hierbas naturales". Disponible en <http://www.alimentacion-sana.com.ar/portal%20nuevo/actualizaciones/hierbas%20naturales1.htm>, visitado el 07/02/ 2012.
- Arteaga Edwin. (2010). “Construcción de un modelo econométrico para estimar las ventas mensuales de las cuatro marcas principales de bebidas gaseosas de la empresa Ecuador Bottling Company Corp”. Facultad de ciencias de la Escuela Politécnica Nacional. Disponible en <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/am/15000/1824/1/CD-2781.pdf>, visitado el 17/09/2012.
- Banco del pichincha. (s/f). “Simuladores, tabla de amortización”. Disponible en <http://wwwh1.pichincha.com/bancopichincha/jsp/mca/ecuhabitacrediCalcMiamiPrueba.jsp>, visitado el 23/03/2013.

- Bosmediano A. (2008). "Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa importadora y distribuidora del energizante "ENERGY 69" en el cantón Quito. Escuela de ingeniería de empresas de la Universidad Tecnológica Equinoccial. Disponible en http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6380/1/35521_1.pdf, visitado el 24/09/2012.
- Caicedo E. y Otavalo S. (2007). "Determinación de la temperatura y tiempo de deshidratación para la elaboración de té de sunfo. *Clinopodium nubigenum* (Kunth) Kuntze". Disponible en <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/242/1/03%20AGI%20197%20TESIS.pdf>, visitado el 08/20/2012.
- Cámara Provincial de Turismo (CAPTUR). (s/f). "Permisos de funcionamiento de una empresa o micro-empresa". Disponible en <http://www.captur.travel>, visitado el 29/03/2013.
- Cámara provincial de turismo (CAPTUR) (s/f). "Requisitos para obtener el permiso de salud". Disponible en <http://www.quito.gob.ec/servicios/guia-declaracion-impuesto-patente.html>, visitado el 23/03/2013.
- Cano Bedoya Victor Hugo, "Las bebidas energizantes", Universidad de San Buenaventura, Colombia, 2003, Revista Universidad De San Buenaventura ISSN: 0121-7887, v.9 fasc. 19, sección: Salud Humana. Disponible en web.usbmed.edu.co/ciaf/compartidos/.../articulo_energy_drinks.doc, visitado el 06/25/2012.
- Cerón C. (2006). "Plantas medicinales de los andes ecuatorianos". Escuela de Biología de la Universidad Central del Ecuador. Disponible en <http://www.beisa.dk/Publications/BEISA%20Book%20pdfer/Capitulo%2018.pdf>, visitado el 07/10 2012.

- Gorab A. y Andrade M. (2009). "Las bebidas energizantes". Disponible en <http://www.cpnlac.org/memoriasacademicasinteramericano2009/files/BEBIDAS%20ENERGIZANTES%20MEDICOS%5B1%5D%20-%20alicia%20Gorab%20Ram%EDrez.pdf>, visitado el 07/25/ 2012.
- Cuerpo de bomberos del distrito metropolitano de quito. (s/f). "Permisos de funcionamiento". Disponible en http://www.bomberosquito.gob.ec/bomberos/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-funcionamiento&catid=2:guia-de-tramites&Itemid=6mid=6, visitado el 23/03/2013.
- Garzón Mario. (s/f). "Nuevos datos para la reconstrucción de la historia cultural de Ingapirca". Disponible en http://canar.cce.org.ec/uploads/media/ENCUENRO_DE_ARQUEOLOGOS.pdf, visitado el 10/10/2012.
- Herbotecnia. (2004). "Tecnologías de cultivo y poscosecha de plantas medicinales, aromáticas y tintóreas". Disponible en <http://www.herbotecnia.com.ar/>, visitado el 08/17/2012.
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI). (s/f). "Registro de signos distintivos". Disponible en <http://www.iepi.gob.ec/index.php/formularios>, visitado el 23 de marzo del 2013.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC). (2008). " Estadística poblacional en Quito" Disponible en <http://www.inec.gob.ec/home/>, visitado el 11/12/2012.
- Malgarejo Martha. (2004). "El verdadero poder de las bebidas energéticas". Revista Énfasis Alimentación N° 6. Disponible en <http://www.oxygensportclub.com/articulo%20red%20bull.pdf>, visitado el 01/10/2012.

- Macrovision Media. (s/f). "Güitig un milagro de la naturaleza". Superbrands. Disponible en http://macrovisio nmedia.com/superbra ndse cuador/p df_casos/g uitig.pdf, visitado el 12/09/2012.
- Ministerio de salud pública. (s/f). "Permisos de salud y registro sanitario". Disponible en <http://www.salud.gob.ec/>, visitado el 29/03/2013.
- Municipio metropolitano Quito. (s/f). "Costo de permiso de funcionamiento". Disponible en <http://www.quito.gob.ec/>, visitado el 26/03/2013.
- Municipio metropolitano de Quito. (s/f). "Patente municipal y licencia de funcionamiento". Disponible en <http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>, visitado el 23/03/2013.
- Mortgage S. (2012). "Qué es una tabla de amortización". Disponible en <http://www.realtyrealtyp.com/blog/2012/04/%C2%BFque-es-una-tabla-de-amortizacion/>, visitado el 23/03/2013.
- Océano Ambar. (2009). Gran diccionario de los alimentos para la salud, 1ra. Edición, Barcelona, Océano, S.L.
- Revista Food Insight. (s/f). "Las bebidas energéticas, las modas y los hechos" (en línea). sección: zona alimentaria. Disponible en [http://www. Alimentosec u ad or.com/descargas/bt4bccbe70ee190_bebidas_energizantes.pdf](http://www.Alimentosecuador.com/descargas/bt4bccbe70ee190_bebidas_energizantes.pdf) visitado el 06/01/ 2012.
- Solórzano, H. (s/f). "El hexafosfato de inositol y el cáncer". Disponible en <http://hector.solorzano.com.mx/articulos/hexafosfato.html>, visitado el 07/02/ 2012.
- Thompson I. (2007). "La pequeña empresa". Pronegocios.net. Disponible en <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>, visitado el 07/10/2012.

- Torres M. (s/f). “Tamaño de la muestra para una investigación de mercado”. Facultad de ingeniería - Universidad Rafael Landívar. Disponible en http://www.fsalazar.bizland.com/URL_INGENIERIA_PRIMERO/URL_02_BAS02.pdf, visitado el 15/03/2013.
- Vargas M. Quineche S. y Tulio M. (s/f). “Proyecto de producción y comercialización de una bebida energizante natural a base de borojo para el mercado nacional”. Disponible en <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1187/1/2341.pdf>, visitado el 07/25/2012.
- Webworks. (2012). “Entrevista con Luis Eduardo Alarcón. El éxito de 220V en el mercado ecuatoriano”. The Tesalia Spring Co. en las noticias. Consultado en http://www.tesalia.ec/noticias_amp.php?id_noticia=45, visitado el 24/09/2012.

Entrevistas

- Reyes Karina, Control de calidad de Sumesa S.A. “Historia de la empresa Sumesa S.A. y de la bebida energizante Volcán”. 01/10/2012.
- Pérez Manuel. Abogado registro de la propiedad. “Costos y trámites para constituir una empresa”. 23/03/2013.

ANEXOS

Anexo A



Fuente: Google imágenes, http://www.google.com.ec/search?um=1&hl=es-419&new window=1&tbo=d&biw=1517&bih=741&tbm=isch&sa=1&q=sunfo+planta&oq=sunfo+planta&gs_l=img.3..0i24.9293.11365.0.11481.9.3.1.5.6.0.183.436.1j2.3.0...0.0...1c.1.2PLijVncYbg

Anexo B



Fuente: Google imágenes, http://www.google.com.ec/search?um=1&hl=es-419&new window=1&tbo=d&biw=1517&bih=741&tbm=isch&sa=1&q=chuquiragua&oq=chuquiragua&gs_l=img.3..0i2j0i2418.7793.12307.0.12498.15.13.1.1.1.0.373.1779.5j3j3j1.12.0...0.0...1c.1.TZXomY1D7IM

Anexo C



Fuente: Google imágenes, http://www.google.com.ec/search?um=1&hl=es-419&newwindow=1&tbo=d&biw=1517&bih=741&tbm=isch&sa=1&q=the+tesalia+springs+company&oq=the+tesal&gs_l=img.1.0.0i2416.4553.8479.0.9455.11.10.1.0.0.0.329.1272.6j1j2j1.10.0...0.0...1c.1.q6HPNrN0mok

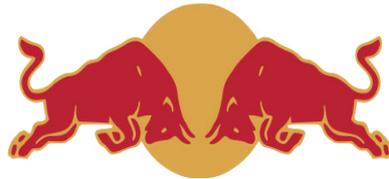
Anexo D



Fuente: Google imágenes, http://www.google.com.ec/search?um=1&hl=es-419&newwindow=1&tbo=d&biw=1517&bih=741&tbm=isch&sa=1&q=ecuador+bottling+company&oq=ecuador+bot&gs_l=img.1.0.0i2416.1950.3826.0.5765.11.6.0.0.0.0.304.854.3j1j1j1.6.0...0.0...1c.1.O8nDNA8nf1s

Anexo E

Red Bull



Fuente: Google imágenes, http://www.google.com.ec/search?um=1&hl=es-419&newwindow=1&tbo=d&biw=1517&bih=741&tbm=isch&sa=1&q=red+bull&oq=red+bull&gs_l=img.3..0110.6436.7942.0.8240.8.4.0.0.0.190.385.1j2.3.0...0.0...1c.1.YIYfJa6E2LA

Anexo F



Fuente: Google imágenes, http://www.google.com.ec/search?um=1&hl=es-419&newwindow=1&tbo=d&biw=1517&bih=741&tbm=isch&sa=1&q=sumesa+sa&oq=sumesa+sa&gs_l=img.3...6540.6786.0.7429.9.2.0.0.0.0.0.0.0.0...0.0...1c.1.u1CQjCkOTJE

Anexo G

SOLICITUD DE BÚSQUEDA FONÉTICA

 <p>República del Ecuador Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI– Dirección de Documentación y Estadística</p>  <p>IEPI <small>INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL</small></p>	<p>* Fe de presentación</p> <p>Solicitud N°: _____</p>				
<p>A: Director de Documentación y Estadística. Solicito se me certifique si en la base de signos distintivos consta lo que a continuación detallo:</p>					
<p>Solicitante : _____</p>					
<p>Abogado patrocinador : _____ Matrícula N°: _____</p>					
<p style="text-align: center;">Tipo de signo</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;"> Marca de fábrica <input type="checkbox"/> </td> <td style="width: 50%;"> Marca de servicios <input type="checkbox"/> </td> </tr> <tr> <td> Nombre Comercial <input type="checkbox"/> </td> <td> Lema Comercial <input type="checkbox"/> </td> </tr> </table>		Marca de fábrica <input type="checkbox"/>	Marca de servicios <input type="checkbox"/>	Nombre Comercial <input type="checkbox"/>	Lema Comercial <input type="checkbox"/>
Marca de fábrica <input type="checkbox"/>	Marca de servicios <input type="checkbox"/>				
Nombre Comercial <input type="checkbox"/>	Lema Comercial <input type="checkbox"/>				
<p>Registrada <input type="checkbox"/> En tramite de registro <input type="checkbox"/></p>					
<p>Clase Internacional N°: _____ y sus clases relacionadas según el caso</p>					
<p>Denominación: _____</p>					
<p>Recaudos anexos:</p> <p><input type="checkbox"/> Comprobantes pago N°: _____</p> <p>Otro sí: _____</p>	<p style="text-align: center;">_____ Firma solicitante</p> <p style="text-align: center;">_____ Firma abogado patrocinador</p> <p>Casillero IEPI : _____ Casillero judicial : _____ Estudio jurídico : _____ Teléfonos : _____ Correo electrónico: _____</p>				

Favor llenar el presente formulario a máquina o con letra legible

* Para uso IEPI

Formato N° 05-2005-DNPI-IEPI

Fuente: <http://www.iepi.gob.ec/index.php/formularios>

Anexo H

 INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL IEPI FORMATO UNICO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS			
(1) Nº. de Solicitud		(2) Fecha de Presentación	
(3) Denominación del Signo			
Buskers Pub & Restaurant mas logotipo			
(4) Naturaleza del signo		(5) Tipo de signo	
Denominativo	<input type="checkbox"/>	Marca de Producto	<input type="checkbox"/>
Figurativo	<input type="checkbox"/>	Marca de Servicios	<input checked="" type="checkbox"/>
Mixto	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre Comercial	<input type="checkbox"/>
Tridimensional	<input type="checkbox"/>	Lema Comercial	<input type="checkbox"/>
Sonoro	<input type="checkbox"/>	Índica Geog./denominación or.	<input type="checkbox"/>
Olfativo	<input type="checkbox"/>	Apariencia Distintiva	<input type="checkbox"/>
Táctil	<input type="checkbox"/>	Marca Colectiva	<input type="checkbox"/>
		Marca de Certificación	<input type="checkbox"/>
		Rótulo Enseña	<input type="checkbox"/>
(6) Identificación del(os) solicitante(s)			
Nombre(s):			
Dirección:			
Ciudad:		E-mail:	
Teléfonos:		Fax:	
Nacionalidad del Signo:			
Nacionalidad del Solicitante:			
(7) Quien(es) actúa(n) a través de			
Representante	<input type="checkbox"/>	Apoderado	<input type="checkbox"/>
Nombre:			
Dirección:			
Teléfono:		E-mail:	
Registro de poder Nº:		Fax:	
(8) Interés real para oposición Andina Art.- 147 - Decisión 486 CAN (llenar solo de ser el caso)			
Esta solicitud se presenta para acreditar			
(9) E espacio reservado para la reproducción del		(10) Descripción clara y completa del signo	
<i>*Clasificación del elemento figurativo</i>			
(11) Enumeración detallada de los productos, servicios o actividades			
Servicios de alimentación (restaurant)			
(12) Clasificación Internacional Nº.		43	
(13) Signo que acompaña al lema comercial			
Denominación		Año h	Vigente hasta
Registro Nº		Fecha y Año	
Solicitud Nº			
Clase Internacional de la solicitud o registro al que acompaña al lema comer			
(14) Prioridad			
Solicitud Nº:		Fecha:	/ / País:
(15) Abogado patrocinador			
Nombre:			
Casillero IEPI:	Quito	Guayaquil	Cuenca
(16) Anexos			
<input checked="" type="checkbox"/> Comprobante pago tasa <input checked="" type="checkbox"/> 6 etiquetas en papel adhesivo 5x5 c. m. <input checked="" type="checkbox"/> Copia cédula ciudadanía para personas naturales <input type="checkbox"/> Copia de la primera solicitud si se reivindica prioridad <input type="checkbox"/> Poder <input type="checkbox"/> Nombramiento de representante legal <input type="checkbox"/> Reglamento de uso, (marcas de certificación, colectivas) <input type="checkbox"/> Designación de zona geográfica, (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Reseña de calidades, reputación y características de los productos (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Documento en el que se demuestre el legítimo interés, (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Copia de estatutos de solicitante, (marcas colectivas, certificación, indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Lista de integrantes, (marcas colectivas o de certificación)			
(17)		(18)	
		Abogado patrocinador	
Firma Solicitante (s)		Matrícula:	7475
		E-mail:	

Fuente: <http://www.iepi.gob.ec/index.php/formularios>

Anexo I

REPUBLICA DEL ECUADOR		
INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN SALUD PÚBLICA		
FORMULARIO UNICO DE SOLICITUD DE REGISTRO SANITARIO PARA PRODUCTOS ALIMENTICIOS NACIONALES POR PRODUCTO		
No. de trámite: _____		
1. CIUDAD Y FECHA: _____		
2. DATOS DEL FABRICANTE:		
	Persona natural	Persona jurídica
Nombre o razón social:	_____	
CI o CC:	_____	RUC: _____
Dirección.- Provincia:	_____	Ciudad: _____
Parroquia:	_____	Sector: _____
Calle(s):	_____	
Teléfono(s):	_____	Fax: _____
Correo electrónico:	_____	
3. DATOS DEL SOLICITANTE:		
	Persona natural	Persona jurídica
Nombre o razón social:	_____	
CI o CC:	_____	RUC: _____
Dirección.- Provincia:	_____	Ciudad: _____
Parroquia:	_____	Sector: _____
Calle(s):	_____	
Teléfono(s):	_____	Fax: _____
Correo electrónico:	_____	
4. DESCRIPCION DEL PRODUCTO		
Nombre completo:	_____	
Marca(s) comercial(es):	_____	
Fórmula cuali-cuantitativa:	_____	
(Porcentual y en orden decreciente)	_____	

Código de lote (como lo va a describir, interpretación):	
Fecha de elaboración:	Fecha de vencimiento: Tiempo para el consumo:
Formas de presentación	Envase interno:
	Envase externo:
Contenido (en Unidades del Sistema Internacional):	
Condiciones de conservación:	
f) PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA FABRICANTE RECIBIDO POR (Nombre y firma):	f) RESPONSABLE TECNICO Reg. Título MSP..... Fecha de recepción:

Fuente: <http://www.salud.gob.ec/>

Anexo J

CIUDAD Y FECHA:	
NÚMERO DE TRÁMITE:	
INFORMACIÓN DEL TRÁMITE	
SE INSCRIBE POR PRIMERA VEZ:	SE INSCRIBE POR () VEZ
TIPO DE SOLICITUD: INSCRIPCIÓN	
INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	
NOMBRE:	
MARCA(S):	
INFORMACIÓN DEL FABRICANTE	
NOMBRE DEL FABRICANTE:	
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:	
NOMBRE DEL REPRESENTANTE TECNICO:	
INFORMACION DEL SOLICITANTE	
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:	

SE ADJUNTA LA SIGUIENTE DOCUMENTACIÓN CONFORME LO DISPONE LA LEY ORGANICA DE SALUD, EL REGLAMENTO DE REGISTRO Y CONTROL SANITARIO DE ALIMENTOS Y REGLAMENTO DE ALIMENTOS VIGENTES.

REQUISITOS	VERIFICACION INSPI SOLICITANTE	VERIFICACION INSPI	REQUISITOS	VERIFICACION INSPI SOLICITANTE	VERIFICACION INSPI
1. Dos originales del formulario de la Solicitud (según Modelo de Solicitud de Trámite de Registro Sanitario de Productos Alimenticios Nacionales), con firmas originales.			2. Cumple formulario de control de documentación: con firmas de responsabilidad del representante legal y del responsable técnico y fecha actualizada.		

<p>3. 1 CD con:</p> <p>a) Fórmula de composición cualitativa y cuantitativa en orden decreciente y de manera porcentual incluyendo aditivos, tomando en consideración que el total de la formulación se ajuste al 100%. (Documento Excel)</p> <p>b) Documentos técnicos (Documento PDF)</p>			<p>4.</p> <p>1 CD con los documentos legales escaneados (Documento PDF)</p>		
<p>5.</p> <p>Escaneado del original del Certificado de Análisis de Control de Calidad e Inocuidad del producto, otorgado por los laboratorios del INSPI Guayaquil, Quito y Cuenca o por cualquier laboratorio acreditado por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE). (Documento PDF)</p>			<p>6.</p> <p>Escaneado del original de descripción del producto: proceso de elaboración del producto.(Documento PDF)</p>		
<p>7.</p> <p>Escaneado del original del Estudio de Estabilidad Microbiológica y Bromatológico que acredite el tiempo máximo de consumo con la firma del técnico responsable. (Documento PDF)</p>			<p>8.</p> <p>Escaneado del Original de las especificaciones químicas del material utilizado en la manufactura del envase (en papel membretado) emitidas por el proveedor al fabricante, con descripción de la naturaleza del envase primario y/o secundario. Con nombre, firma y cargo del técnico responsable. (Documento PDF)</p>		
<p>9.</p> <p>Dos proyectos de etiquetas externa e interna con las que se comercializará en el país, para área Legal y Técnica, de acuerdo a lo que estable la norma técnica de rotulado vigente.</p>			<p>10.</p> <p>Copia del comprobante de pago (factura) por el importe de Registro Sanitario establecido en la Ley y Reglamento correspondiente.</p>		

11. Escaneado del original de la Certificación de Producto Orgánico otorgada por la Autoridad correspondiente, para el caso de productos orgánicos. (Documento PDF)			12. Escaneado del original del Permiso de Funcionamiento vigente del fabricante y solicitante, otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional. (Documento PDF)		
13. Escaneado del original de la constitución de la compañía con aprobación por parte de la Superintendencia de Compañías e inscrito en el Registro Mercantil. (Documento PDF)			14. Escaneado del original del nombramiento del representante legal para persona jurídica e inscrito en el Registro Mercantil. (Documento PDF)		
15. Escaneado del original de la cédula de ciudadanía para personas naturales. (Documento PDF)					

Contestar sí, si adjunta el documento.
 Contestar no, si no adjunta el documento.
 Contestar n/a, si no aplica

Dando cumplimiento a lo dispuesto, toda la documentación técnica, legal y CD adjuntos están completos y cumplen con todos los requisitos mencionados en el Reglamento vigente para la obtención de Registro Sanitario.

Declaro bajo juramento y con pleno conocimiento de las penas de perjurio que los documentos presentados escaneados han sido tomados de sus respectivos originales y no han sufrido alteración alguna.

Representante Legal del Producto

**Responsable Técnico
 N° de Registro Profesional (MSP)**

Fuente: <http://www.salud.gob.ec/>

Anexo K

DIRECTOR NACIONAL DEL INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN SALUD PÚBLICA.

PRESENTE

Yo, _____ como representante legal de _____; de conformidad con el artículo 137 de la Ley Orgánica de Salud vigente y amparado en el Art. 3 del Decreto Presidencial No 618, del 13 de Enero del 2013, solicito a Usted la REINSCRIPCIÓN AUTOMÁTICA, en el Registro Sanitario Ecuatoriano, del producto _____, marca _____, con número de Registro Sanitario _____.

Además declaro que durante la vigencia del Registro Sanitario no se ha realizado cambio alguno en la información inicialmente presentada en el proceso de Registro Sanitario que amerite la emisión de un nuevo Registro Sanitario.

Los cambios que no ameritan la emisión de un nuevo Registro Sanitario, se han comunicado oportunamente al Instituto.

ATENTAMENTE

(FIRMA Y NOMBRES DEL REPRESENTANTE LEGAL)

Fuente: <http://www.salud.gob.ec/>

Anexo L



Fuente: Google imágenes, http://www.google.com.ec/search?hl=es-419&newwindow=1&site=imghp&tbn=isch&source=hp&biw=1517&bih=741&q=envasadora&oq=envasadora&gs_l=img.3..0110.2193.3526.0.3598.10.6.0.2.2.0.240.855.1j3j1.5.0...0.0...1ac.1.W1yo2hxxels

Anexo M



Fuente: Google imágenes, http://www.google.com.ec/search?hl=es-419&newwindow=1&tbo=d&biw=1517&bih=741&site=imghp&tbn=isch&sa=1&q=etiquetadora&oq=etiquetadora&gs_l=img.3..0110.7994.10058.0.10115.12.8.0.2.2.1.393.1792.0j2j3j2.7.0...0.0...1c.1.r2AsHkbomGE&biw=1517&bih=741&sei=toQIUfPOC4iy0QHBh4CACg

Anexo N

Ítem	Cantidad	Observaciones
Microscopio	1	Trinocular Profesional
Refrigerador para muestras de laboratorio	1	Pequeño
Tubos de ensayo	10	Medianos y pequeños
Mechero de Bunsen	1	Estándar
Pipetas	5	estándar
Termómetro digital	2	Profesional
Buretas	5	Estándar
Balanza granataria	1	Estándar
Mortero con agitador	1	Estándar de Porcelana
Vidriería Común	1	Juego completo básico
Vidriería Volumétrica	1	Juego completo básico

Anexo O



Fuente: Google imágenes, [http://www.google.com.ec/search?um=1&hl=es-419 &ne_wwindow=1&tbo=d&biw=1517&bih=741&tbm=isch&sa=1&q=sunfo+planta&oq=sunfo+planta&gs_l=img.3..0i24.9293.11365.0.11481.9.3.1.5.6.0.183.436.1j2.3.0...0.0...1c.1.2PLijVncYbg](http://www.google.com.ec/search?um=1&hl=es-419&ne_wwindow=1&tbo=d&biw=1517&bih=741&tbm=isch&sa=1&q=sunfo+planta&oq=sunfo+planta&gs_l=img.3..0i24.9293.11365.0.11481.9.3.1.5.6.0.183.436.1j2.3.0...0.0...1c.1.2PLijVncYbg)

Anexo P



Fuente: http://www.google.com.ec/search?hl=es-419&newwindow=1&tbo=d&biw=1517&bih=741&site=imghp&tbm=isch&sa=1&q=cedron&oq=cedron&gs_l=img.3..0110.27235.28260.0.28408.6.6.0.0.0.0.201.640.2j2j1.5.0...0.0...1c.1.oPWkMhFiQ24

Anexo Q



Fuente: Google imágenes, http://www.google.com.ec/search?hl=es-419&newwindow=1&tbo=d&biw=1517&bih=741&site=imghp&tbm=isch&sa=1&q=manzanilla&oq=manzanilla&gs_l=img.3..0110.7594.8907.0.9122.10.8.0.1.1.1.244.1290.1j2j4.7.0...0.0...1c.1.LPmlgxUzP_8

CAPITULO I: ANTECEDENTES HISTORICOS DE BEBIDAS NO

ALCOHÓLICAS Y ENERGIZANTES EN EL ECUADOR 1

- 1.1. BEBIDAS ENERGÉTICAS CONSUMIDAS PREVIO A LA CONQUISTA ESPAÑOLA 1
- 1.2. HISTORIA DE LAS EMPRESAS DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS EN EL ECUADOR..... 1
 - 1.2.1. *The Tesalia Springs Company*.....2
 - 1.2.2. *Ecuador Botling Company Corporation*.....3
- 1.3. HISTORIA DE LAS EMPRESAS DE BEBIDAS ENERGÉTICAS EN EL ECUADOR..... 4

CAPITULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO 7

- 2.1. ANÁLISIS DEL SECTOR 7
- 2.2. ESTUDIO DE LA DEMANDA 8
 - 2.2.1. *Modelo de la encuesta*.....8
 - 2.2.3. *Tabulación de la encuesta*..... 11
- 2.3. ANÁLISIS COMPETITIVO23
 - 2.3.1. *Competencia directa* 23
 - 2.3.2. *Competencia indirecta* 25

CAPITULO III: CREACIÓN DE LA MICRO-EMPRESA.....27

- 3.1. CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA MICRO-EMPRESA27
 - 3.1.2 *Gastos de constitución*..... 28
- 3.2 REGISTRO DE NOMBRE Y MARCA29
 - 3.2.1 *Imagen del logotipo y nombre*..... 30
 - 3.2.2 *Gastos de registro de nombre y marca*..... 30
- 3.3. REQUERIMIENTOS DE FUNCIONAMIENTO.....30
 - 3.3.1 *Permiso de salud otorgado por el Ministerio de Salud Pública el Ecuador*..... 30
 - 3.3.2 *Permiso de Funcionamiento otorgado por el cuerpo de bomberos* 31
 - 3.3.3 *Permiso de funcionamiento otorgado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito*..... 31

3.3.4	<i>Registro sanitario</i>	32
3.3.5	<i>Gastos de permisos de funcionamiento</i>	33
3.4.	ORGANIGRAMA.....	33
CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO.....		34
4.1.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	34
4.2.	PRODUCTOS Y SERVICIOS OFERTADOS.....	37
4.2.1.	<i>Producto ofertado</i>	37
4.2.2.	<i>Proceso de producción</i>	43
4.3.	PLAN DE COMUNICACIÓN.....	46
4.3.1.	<i>Público objetivo</i>	46
4.3.2.	<i>Objetivos comunicacionales</i>	46
4.4.	DESCRIPCIÓN Y COSTEO DE INFRAESTRUCTURA, MUEBLES Y EQUIPAMIENTO	50
4.5.	DISTRIBUCIÓN ARQUITECTÓNICA.....	52
4.5.1	<i>Descripción de las áreas</i>	53
4.6.	RESUMEN DE INVERSIÓN	55
4.5.1	<i>Tabla de amortización</i>	57
CAPÍTULO V: ESTUDIO COMPLEMENTARIO.....		59
5.1.	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	59
5.1.2.	<i>Descripción de puestos de trabajo</i>	59
5.2.	ORGANIZACIÓN OPERATIVA	72
5.2.1.	<i>Descripción de procesos</i>	72
5.2.2.	<i>Diagramación de procesos</i>	78
CAPÍTULO VI - ESTUDIO FINANCIERO.....		82
6.1.	PRESUPUESTO DE VENTAS.....	82
6.1.1.	<i>Establecimiento de precios y costos de producción para la duración del proyecto</i>	82

6.2.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO.....	84
6.2.1.	<i>Flujo de caja</i>	84
6.2.2.	<i>Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)</i>	90
6.2.3.	<i>Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)</i>	92
6.2.4	<i>Punto de Equilibrio</i>	95
7.	CONCLUSIONES	98
8.	RECOMENDACIONES	100
9.	BIBLIOGRAFÍA	101
ANEXOS	106

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: ESTRATOS SOCIALES.....	7
ILUSTRACIÓN 2: CONSUMO DE BEBIDAS	12
ILUSTRACIÓN 3: PORCENTAJE DE CONSUMO DE BEBIDAS ENERGIZANTES.....	12
ILUSTRACIÓN 4: BEBIDAS ENERGIZANTES	13
ILUSTRACIÓN 5: BEBIDAS ENERGIZANTES	14
ILUSTRACIÓN 6: FRECUENCIA DE CONSUMO.....	15
ILUSTRACIÓN 7: CONSUMO DE BEBIDAS	15
ILUSTRACIÓN 8: CIRCUNTANCIAS DE CONSUMO.....	16
ILUSTRACIÓN 9: RAZONES DE CONSUMO	17
ILUSTRACIÓN 10: MOTIVOS POR LO QUE NO CONSUME	18
ILUSTRACIÓN 11: RAZONES PARA NO CONSUMIR	18
ILUSTRACIÓN 12: CONSUMO DEL "ZUNFO"	19
ILUSTRACIÓN 13: CONSUMO DEL "ZUNFO"	20
ILUSTRACIÓN 14: RAZONES PARA PROBAR EL NUEVO PRODUCTO.....	21
ILUSTRACIÓN 15: PERSONAS QUE PROBARÍAN EL NUEVO PRODUCTO	21
ILUSTRACIÓN 16: PERSONAS QUE NO PROBARÍAN	22
ILUSTRACIÓN 17: PERSONAS QUE NO DEGUSTARÍAN.....	23
ILUSTRACIÓN 18: ORGANIGRAMA.....	33
ILUSTRACIÓN 19: CLASES SOCIALES EN LA CIUDAD DE QUITO.....	36
ILUSTRACIÓN 20: ESTADÍSTICA DE CONSUMO DE BEBIDAS ENERGIZANTES POR PARTE DE LA CLASE MEDIA EN LA CIUDAD DE QUITO.....	37
ILUSTRACIÓN 21: DISEÑO FRONTAL DE LA BOTELLA.....	40
ILUSTRACIÓN 22: DISEÑO DE LA ETIQUETA NUTRICIONAL	41
ILUSTRACIÓN 23: DISEÑO POSTERIOR DE LA BOTELLA	42
ILUSTRACIÓN 24: DIAGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	45
ILUSTRACIÓN 25: DISTRIBUCIÓN ARQUITECTÓNICA	52

ILUSTRACIÓN 26: PROCESO DE RECURSOS HUMANOS	78
ILUSTRACIÓN 27: PROCESO DE COMPRAS	79
ILUSTRACIÓN 28: PROCESO DE BODEGA	80
ILUSTRACIÓN 29: PROCESO DE DISTRIBUCIÓN	81
ILUSTRACIÓN 30: VENTAS MENSUALES	85
ILUSTRACIÓN 31: VENTAS ANUALES.....	85
ILUSTRACIÓN 32: EGRESOS	89
ILUSTRACIÓN 33: INGRESOS - EGRESOS	90
ILUSTRACIÓN 34: GRÁFICO PUNTO DE EQUILIBRIO	97

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: ENCUESTA	11
TABLA 2: PREGUNTA 1	13
TABLA 3: PREGUNTA 1.1	14
TABLA 4: PREGUNTA 2	16
TABLA 5: PREGUNTA 3	17
TABLA 6: PREGUNTA 4	19
TABLA 7: PREGUNTA 4.1	20
TABLA 8: PREGUNTA 4.2	22
TABLA 9: COMPETENCIA DIRECTA	24
TABLA 10: COMPETENCIA INDIRECTA	26
TABLA 11: GASTOS DE CONSTITUCIÓN	28
TABLA 12: GASTOS DE REGISTRO DE NOMBRE Y MARCA.....	30
TABLA 13: GASTOS DE PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO.....	33
TABLA 14: HABITANTES POR CIUDAD	34
TABLA 15: CLASE MEDIA EN QUITO.....	35
TABLA 16: CLASE ALTA EN QUITO.....	35

TABLA 17: CLASE BAJA EN QUITO	35
TABLA 18: CONSUMIDORES POTENCIALES	36
TABLA 19: NO CONSUMO DE BEBIDAS ENERGIZANTES	37
TABLA 20: INFORMACIÓN NECESARIA DE LA BEBIDA	39
TABLA 21: MEDIOS DE COMUNICACIÓN	46
TABLA 22: DEPARTAMENTOS	50
TABLA 23: MUEBLES Y ENCERES	51
TABLA 24: GASTOS EN PUBLICIDAD	55
TABLA 25: EQUIPAMIENTO	56
TABLA 26: TOTAL DE INVERSIÓN	56
TABLA 27: CAPITAL	57
TABLA 28: TABLA DE AMORTIZACIÓN	58
TABLA 29: GERENTE GENERAL	61
TABLA 30: SECRETARIA	62
TABLA 31: CONTADOR	64
TABLA 32: JEFE DE PRODUCCIÓN	65
TABLA 33: OPERARIOS	67
TABLA 34: BODEGUERO	69
TABLA 35: REPARTIDOR	70
TABLA 36: GUARDIAS	71
TABLA 37: FICHA DE PRESENTACIÓN	82
TABLA 38: COSTO Y PRECIO DE LA BEBIDA	83
TABLA 39: VENTAS ESTIMADAS	85
TABLA 40: COSTO MATERIA PRIMA	86
TABLA 41: SUELDOS	88
TABLA 42: COSTOS FIJOS ESTIMADOS	88
TABLA 43: OTROS GASTOS	88

TABLA 44: FLUJO DE CAJA	89
TABLA 45: CÁLCULO DEL VAN	90
TABLA 46: TAZA INTERNA DE RETORNO	94
TABLA 47: COSTOS Y GASTOS FIJOS ANUALES	95
TABLA 48: COSTOS Y GASTOS VARIABLES POR UNIDAD VENDIDA	96
TABLA 49: PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO POR UNIDAD PRODUCIDA	96
TABLA 50: PUNTO DE EQUILIBRIO.....	97