



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR EXTENSION-LOJA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA**

**OBTENCION DE TITULO DE LICENCIATURA EN NEGOCIOS**

**INTERNACIONALES.**

***TEMA:***

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE SUPLEMENTOS DEOPORTIVOS EN LA CIUDAD DE**

**HUAQUILLAS- EL ORO”**

***AUTOR:***

***LIMBERG MAYKEL HIDALGO APONTE***

***DIRECTORA:***

**ING. NANCY MARIA ARMIJOS DELGADO**

**LOJA-ECUADOR**

**2020**

Yo, **LIMBERG MAYKEL HIDALGO APONTE**, 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**, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en Ley de Propiedad Intelectual, reglamentos y leyes.



---

Limberg Maykel Hidalgo Aponte

**C.C: 0750361446**

Yo, **NANCY MARÍA ARMIJOS DELGADO**, certifico que conozco al autor del presente trabajo siendo la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



Ing. Nancy María Armijos Delgado

**DIRECTORA DE TESIS**

*Agradezco en primer lugar a Dios por sus inmensas bendiciones, por permitir tener con vida a las personas que me rodean como a mis padres, familiares y amigos.*

*En segundo lugar, quiero agradecer a mi madre Nery Aponte y a mi padre Gonzalo Hidalgo, quienes han sido mis pilares fundamentales en cada paso de mi trayecto de vida, quienes son mi motor y motivación para seguir adelante en este trayecto.*

*En tercer lugar, agradezco a la prestigiosa Universidad Internacional del Ecuador, por permitirme formar parte de la familia universitaria. A sus docentes por impartir sus enseñanzas y así enriquecerme de conocimientos.*

***Limberg Maykel Hidalgo Aponte***

*El presente trabajo de grado lo dedico primero a mi padre  
celestial por permitirme culminar una etapa de mi vida  
personal y profesional.*

*A mis padres, por el cariño y amor que me brindan, el trabajo,  
sacrificio que han realizado y realizan para permitir la culminación  
de mis estudios, la confianza que ofrecen para la toma de  
decisiones que hago en mi vida. Quienes me han inculcado  
“que una persona rica no es aquella que tiene buenos ingresos  
económicos sino aquella que goza de conocimientos” y “la  
mejor herencia que una madre y un padre deja a sus hijos  
es una profesión”*

*Mi hermano, es mi familia y un gran amigo, es la persona  
que ha estado conmigo desde pequeños y sigue conmigo hasta la actualidad,  
dándome su apoyo en todo momento de mi existencia.*

***Limberg Maykel Hidalgo Aponte***

## Resumen

El presente trabajo de investigación es el estudio efectuado en la ciudad de Huaquillas en el sector deportivo, la frontera es conocida por sus habitantes trabajadores y deportistas reconocidos a nivel nacional e internacional en los deportes (Gimnasio, CrossFit, Centros deportivos de Futbol, Box y Atletismo), cada día que pasa es una nueva oportunidad de mejorar tu condición física y de salud, realizando la ejecución de una micro empresa dedicada a la comercialización de suplementos deportivos.

Este trabajo de investigación se necesitó realizar encuestas a los habitantes de la ciudad de Huaquillas y los intermediarios que son las personas que se convierten en mi competencia para poder conocer si la micro empresa a va tener buen desenvolvimiento en sus ventas para obtener buenos ingresos para medir la rentabilidad.

Con el presente trabajo de investigación se lo está realizando pensando en la actualidad, los deportes no son muy empleados por las personas y para tener una vida sana y una correcta condición física se necesita de involucrarse en el mundo del deporte para obtener una mente sana en un cuerpo sano.

**Palabras clave:** Deporte – Suplementos Deportivos – Salud.

## **Abstract**

The present research work is the study carried out in the city of Huaquillas in the sports sector, the border is known for its workers, workers and athletes recognized nationally and internationally in sports (Gymnasium, CrossFit, Soccer sports centers, Box and Athletics), each day that passes is a new opportunity to improve your physical and health condition, running a micro company dedicated to the marketing of sports supplements.

This research work requires surveys of the inhabitants of the city of Huaquillas and the intermediaries who are the people who become my competition in order to know if the micro company is going to have a good performance in its sales to obtain good income to measure profitability.

With the present research work, he is doing it thinking about today, sports are not very used by people and to have a healthy life and a correct physical condition, it is necessary to get involved in the world of sports to obtain a healthy mind in a healthy body.

**Key words:** Sport - Sports Supplements - Health.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE SUPLEMENTOS DEOPORTIVOS EN LA CIUDAD DE  
HUAQUILLAS- EL ORO''

<b>Resumen.....</b>	<b>v</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>vi</b>
<b>Indice de cuadros .....</b>	<b>xiv</b>
<b>Indice de gráficos .....</b>	<b>xviii</b>
<b>Indice de Anexos .....</b>	<b>xxi</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>Fundamentación teórica.....</b>	<b>4</b>
φ Marco Referencial.....	4
φ Marco Conceptual.....	14
<b>Metodología de la investigación.....</b>	<b>28</b>
φ Métodos.....	28
φ Técnicas .....	29
φ Población y tamaño de la muestra .....	31
<b>Capítulo 1.....</b>	<b>34</b>
1. Análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a las familias y a la competencia de la ciudad de Huaquillas.....	35

1.1.	Análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Huaquillas. ....	35
1.2.	Análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a la competencia de la ciudad de Huaquillas. ....	54
<b>Capítulo 2.....</b>		<b>61</b>
2.	Estudio de Mercado .....	61
2.1.	Demandantes (mercado objetivo) .....	61
2.2.	Proyección de la población .....	61
2.3.	Análisis de la demanda .....	63
2.3.1.	Demanda Potencial .....	63
2.3.2.	Demanda Real.....	64
2.4.	Consumo Per cápita .....	64
2.4.1.	Demanda Efectiva.....	66
2.5.	Análisis de la Oferta.....	67
2.6.	Promedio de Ventas .....	67
2.7.	Proyección de la Oferta.....	68
2.8.	Análisis de la Demanda Insatisfecha .....	68
2.9.	Plan de Comercialización .....	69
2.9.1.	Producto.....	69
2.9.1.1.	Slogan.....	70



2.9.1.2. Logotipo .....	71
2.9.2. Precio .....	71
2.9.3. Plaza.....	72
2.9.4. Promoción – Publicidad.....	73
2.9.4.1. Publicidad.....	73
2.9.4.2. Promoción .....	75
<b>Capítulo 3.....</b>	<b>76</b>
3. Estudio técnico.....	76
3.1. Tamaño del proyecto.....	76
3.2. Tamaño de la planta .....	77
3.2.1. Capacidad instalada .....	77
3.2.2. Capacidad Utilizada.....	77
3.2.3. Participación en el mercado.....	78
3.3. Localización de la planta .....	78
3.3.1. Macro localización .....	79
3.3.2. Micro localización .....	79
3.4. Ingeniería del proyecto .....	80
3.5. Distribución de la planta .....	81
3.5.1. Instalaciones de la micro empresa.....	81
3.5.2. Instalaciones necesarias para la comercializacion.....	82

3.5.3. Equipo y materiales para la comercialización .....	82
3.6. Proceso de comercialización.....	85
3.6.1. Fases del proceso de comercialización.....	86
3.6.2. Flujograma de procesos.....	86
3.7. Aspectos ambientales.....	88
<b>Capítulo 4.....</b>	<b>89</b>
4. Estudio Organizacional.....	89
4.1. Organización Legal.....	90
4.2. Acta Constitutiva .....	90
4.2.1. Acta constitutiva de la micro empresa “MAYKEL’S SPORTS WORLD CÍA. LTDA.” .....	91
4.3. Razón Social .....	98
4.4. Domicilio de la micro empresa.....	99
4.5. Objetivos de la micro empresa.....	99
4.6. Capital Social.....	99
4.7. Tiempo de duración de la micro empresa.....	100
4.7.1. Trámites administrativos .....	100
4.8. Nacionalidad .....	101
4.9. Organización Administrativa .....	101
4.10. Niveles jerárquicos.....	101

4.10.1. Nivel legislativo .....	102
4.10.2. Nivel ejecutivo .....	102
4.10.3. Nivel asesor .....	102
4.10.4. Nivel auxiliar o de apoyo .....	102
4.10.5. Nivel operativo.....	102
4.10.6. Organigramas .....	102
4.11. Manual de Funciones .....	106
<b>Capítulo 5.....</b>	<b>110</b>
5. Estudio y Evaluación Financiera .....	110
5.1. Inversiones y Financiamiento .....	110
5.1.1. Inversiones en Activos Fijos.....	110
5.1.1.1. Herramientas, Muebles y Enseres .....	111
5.1.1.2. Equipo de Oficina.....	112
5.1.1.3. Equipo de Computación .....	113
5.1.1.4. Muebles y Enseres de Administración .....	114
5.1.1.5. Vehículo .....	115
5.2. Inversiones en Activos Diferidos.....	117
5.3. Inversiones en Activos Circulantes (Capital de Operación).....	117
5.3.1. Suplementos Deportivos:.....	118
5.3.2. Servicios Básicos:.....	118

5.3.3.	Indumentaria de Personal: .....	119
5.3.4.	Sueldos del Personal Administrativo.....	120
5.3.5.	Sueldo al Personal de Ventas: .....	121
5.3.6.	Útiles de Oficina:.....	122
5.3.7.	Útiles de Aseo:.....	123
5.3.8.	Publicidad.....	124
5.3.9.	Combustible y Mantenimiento: .....	124
5.3.10.	Arriendo .....	125
5.4.	Financiamiento.....	127
5.4.1.	Amortización .....	127
5.5.	Análisis de Costos.....	128
5.5.1.	Costos totales de Comercialización.....	128
5.6.	Ingreso por Ventas .....	130
5.7.	Costos Fijos y Variables .....	131
5.8.	Punto de Equilibrio .....	133
5.9.	Estado de Pérdidas y Ganancias .....	141
<b>Capítulo 6.....</b>	<b>.....</b>	<b>142</b>
6.	Flujo de Caja.....	142
6.1.	Valor Actual Neto.....	143
6.2.	Periodo de recuperación de Capital .....	144

6.3.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	146
6.4.	Relación Beneficio Costo .....	147
6.5.	Análisis de Sensibilidad.....	148
	<b>Conclusiones .....</b>	<b>153</b>
	<b>Recomendaciones .....</b>	<b>155</b>
	<b>Bibliografía .....</b>	<b>156</b>
	<b>Anexos .....</b>	<b>161</b>

**Indice de cuadros**

Cuadro N° 1 Intermediarios del cantón Huaquillas .....	31
Cuadro N° 2 Población Proyectada 2019.....	32
Cuadro N° 3 Sexo (Genero).....	35
Cuadro N° 4 Edad.....	36
Cuadro N° 5 Monto que percibe al mes.....	37
Cuadro N° 6 Consumo de suplementos deportivos .....	38
Cuadro N° 7 Preparación que consume suplementos alimenticios.....	39
Cuadro N° 8 Productos que consume de suplementos deportivos.....	40
Cuadro N° 9 Calidad de los suplementos deportivos.....	41
Cuadro N° 10 Características que elige al adquirir suplementos deportivos .....	42
Cuadro N° 11 Lugar de adquisición de suplementos deportivos .....	43
Cuadro N° 12 Consumiría los productos de la empresa .....	44
Cuadro N° 13 Cantidad requerida de suplementos deportivos .....	45
Cuadro N° 14 Lugar donde le gustaría encontrar el producto .....	46
Cuadro N° 15 Medios de comunicación para el producto .....	47
Cuadro N° 16 Emisoras de preferencia.....	48
Cuadro N° 17 Canales de preferencias .....	49
Cuadro N° 18 Diarios de preferencia.....	50
Cuadro N° 19 Hojas Volantes.....	51
Cuadro N° 20 Redes Sociales .....	52
Cuadro N° 21 Conoce empresas comercializadoras de suplementos deportivos .....	54
Cuadro N° 22 Vende derivados de suplementos deportivos.....	55

Cuadro N° 23 Productos de suplementos deportivos con mayor demanda .....	56
Cuadro N° 24 Cantidad de suplementos deportivos que vende .....	57
Cuadro N° 25 Precio de la proteína ISO HD de 5 libras .....	58
Cuadro N° 26 Lugar de adquisición.....	59
Cuadro N° 27 Medios de comunicación que emplea.....	60
Cuadro N° 28 Proyección de la población en estudio.....	63
Cuadro N° 29 Demanda Potencial .....	63
Cuadro N° 30 Demanda Real.....	64
Cuadro N° 31 Consumo Per cápita .....	65
Cuadro N° 32 Demanda Efectiva.....	66
Cuadro N° 33 Promedio de Ventas.....	68
Cuadro N° 34 Proyección de la Oferta .....	68
Cuadro N° 35 Demanda Insatisfecha.....	69
Cuadro N° 36 Presupuesto de publicidad .....	75
Cuadro N° 37 Capacidad Instalada.....	77
Cuadro N° 38 Capacidad Utilizada.....	78
Cuadro N° 39 Participación en el mercado.....	78
Cuadro N° 40 Herramientas, Muebles y Enseres.....	111
Cuadro N° 41 Equipo de Oficina.....	112
Cuadro N° 42 Equipo de Computación .....	113
Cuadro N° 43 Muebles y Enseres de Administración .....	114
Cuadro N° 44 Vehículo.....	115
Cuadro N° 45 Resumen de depreciaciones de Activos Fijos.....	116

Cuadro N° 46 Resumen de Activos Fijos .....	116
Cuadro N° 47 Activos Diferidos.....	117
Cuadro N° 48 Suplementos Deportivos.....	118
Cuadro N° 49 Servicios Básicos.....	119
Cuadro N° 50 Indumentaria de Personal .....	119
Cuadro N° 51 Sueldos del Personal Administrativo.....	120
Cuadro N° 52 Sueldo al Personal de Ventas.....	121
Cuadro N° 53 Útiles de Oficina.....	122
Cuadro N° 54 Útiles de Aseo.....	123
Cuadro N° 55 Publicidad .....	124
Cuadro N° 56 Combustible y Mantenimiento .....	125
Cuadro N° 57 Arriendo.....	125
Cuadro N° 58 Resumen de Activo Circulante o Capital de Trabajo .....	126
Cuadro N° 59 Resumen de Activos .....	126
Cuadro N° 60 Financiamiento .....	127
Cuadro N° 61 Tabla de Amortización .....	128
Cuadro N° 62 Presupuesto Proyectado o Proformado.....	129
Cuadro N° 63 Costo Unitario de Comercialización.....	130
Cuadro N° 64 Determinación de precio al Público.....	130
Cuadro N° 65 Ingreso por Ventas.....	131
Cuadro N° 66 Presupuesto de costos Fijos y costos Variables.....	132
Cuadro N° 67 Estado de Pérdidas y Ganancias .....	141
Cuadro N°68 Flujo de Caja.....	143



Cuadro N°69 Valor Actual Neto.....	144
Cuadro N°70 Periodo de recuperación de Capital .....	145
Cuadro N°71 Tasa Interna de Retorno.....	146
Cuadro N°72 Relación Beneficio Costo .....	148
Cuadro N°73 Análisis de Sensibilidad de Crecimiento de 47% en los Costos.....	149
Cuadro N° 74 Análisis de Sensibilidad con la disminución en los Ingresos de -41,57%.....	151

## Índice de gráficos

Ilustración 1 Sexo (Género) .....	35
Ilustración 2 Edad .....	36
Ilustración 3 Monto que percibe al mes .....	37
Ilustración 4 Consumo de suplementos deportivos .....	38
Ilustración 5 Preparación que consume suplementos alimenticios .....	39
Ilustración 6 Productos que consume de suplementos deportivos.....	40
Ilustración 7 Calidad de los suplementos deportivos.....	41
Ilustración 8 Características que elige al adquirir suplementos deportivos .....	42
Ilustración 9 Lugar de adquisición de suplementos deportivos .....	43
Ilustración 10 Consumiría los productos de la empresa .....	44
Ilustración 11 Cantidad requerida de suplementos deportivos .....	45
Ilustración 12 Lugar donde le gustaría encontrar el producto .....	46
Ilustración 13 Medios de comunicación para el producto .....	47
Ilustración 14 Emisoras de preferencia.....	48
Ilustración 15 Canales de preferencias .....	49
Ilustración 16 Diarios de preferencia.....	50
Ilustración 17 Hojas Volantes.....	51
Ilustración 18 Redes Sociales .....	52
Ilustración 19 Conoce empresas comercializadoras de suplementos deportivos.....	54
Ilustración 20 Vende derivados de suplementos deportivos.....	55
Ilustración 21 Productos de suplementos deportivos con mayor demanda .....	56
Ilustración 22 Cantidad de suplementos deportivos que vende .....	57

Ilustración 23 Precio de la proteína ISO HD de 5 libras.....	58
Ilustración 24 Lugar de adquisición.....	59
Ilustración 25 Medios de comunicación que emplea.....	60
Ilustración26 Slogan .....	70
Ilustración 27 Logotipo.....	71
Ilustración 28 Canal de comercialización.....	73
Ilustración 29 Diseño de la Cuña Radial.....	74
Ilustración 30 Diseño de la Cuña Radial.....	74
Ilustración 31 Mapa provincia de El Oro.....	79
Ilustración 32 Croquis de la Micro Empresa .....	80
Ilustración 33 Distribución de la Micro Empresa .....	81
Ilustración 34 Góndolas de pared .....	82
Ilustración 35 Góndolas Cabecera .....	83
Ilustración 36 Vitrina Doble .....	83
Ilustración 37 Caja check en C .....	84
Ilustración 38 Escalera con Plataforma.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 39 Balanza electrónica digital.....	85
Ilustración 40 Simbología.....	86
Ilustración 41 Diagrama de flujo de procesos de la comercialización.....	87
Ilustración 42 Organigrama estructural de Maykel's Sports World .....	103
Ilustración 43 Organigrama funcional de Maykel's Sports World.....	104
Ilustración 44 Organigrama posicional de Maykel's Sports World.....	105
Ilustración 45 Punto de equilibrio año 1 .....	134

Ilustración 46 Punto Equilibrio capacidad año 1 .....	135
Ilustración 47 Punto de equilibrio año 2 .....	135
Ilustración 48 Punto Equilibrio capacidad año 2 .....	136
Ilustración 49 Punto de equilibrio año 3 .....	137
Ilustración 50 Punto Equilibrio capacidad año 3 .....	137
Ilustración 51 Punto de equilibrio año 4 .....	138
Ilustración 52 Punto Equilibrio capacidad año 4 .....	139
Ilustración 53 Punto de equilibrio año 5 .....	140
Ilustración 54 Punto Equilibrio capacidad año 5 .....	140

**Indice de Anexos**

Anexos N 1Resumen del Proyecto .....	161
Anexos N 2Modelo de Encuesta a las familias.....	163
Anexos N 3 Modelo de encuesta a la competencia.....	167
Anexos N 4Inflación anual .....	168

## **Introducción**

La presente investigación está conformada por un plan de negocios para implementar una microempresa comercializadora de suplementos deportivos en la ciudad de Huaquillas, este plan se realizó con la finalidad de conocer a detalle la rentabilidad y viabilidad de la implementación de la microempresa, dentro de dicha ciudad.

Desde la existencia de los suplementos nutricionales, los alimentos naturales han visto la aparición de una inevitable “competencia”. Hay algunos suplementos que cumplen la función de suplir la alimentación que algunos especialistas consideran como natural o complementaria. Sin embargo, existen deportistas que siguen privilegiando mantenerse en óptimas condiciones a través de una buena rutina de ejercicios y en base a comidas sanas, siempre asesorados bajo el punto de vista de nutricionistas deportivos o especialistas en la materia. (Nuñez, 2018)

Debido a la gran demanda de suplemento deportivos que existe en la actualidad se ha analizado la posibilidad de implementar dentro de la ciudad de Huaquillas una microempresa comercializadora de Suplementos deportivos bajo el nombre de Maykel’s Sports World; con la finalidad de generar fuentes de empleo para la ciudadanía, dinamizar y cooperar con la economía local, ofertando precios accesibles para todas las familias.

Este trabajo de investigación consta de un Resumen y Abstract en el que se hace constar la metodología, técnicas e instrumentos, y los resultados obtenidos luego de aplicar dichos métodos en la investigación. Consta también de una introducción con la información oportuna que impulsaron la investigación.

En una de las secciones de este trabajo se encuentra redactado una fundamentación teórica, referencial y conceptual que ha permitido ir al margen y tomar como modelo y referencia para los resultados obtenidos en este estudio; se aborda también una metodología con los métodos

deductivo, inductivo y estadístico, y todas las técnicas empleadas, para la recolección de datos oportunos y veraces que serán usados para elaborar conclusiones de dicho trabajo.

Esta tesis de grado se encuentra estructurada por 6 apartados o capítulos, que contienen información relevante;

En el Capítulo 1, se encuentra la tabulación, interpretación y análisis de las encuestas aplicadas a las 100 de las 373 familias de la ciudad de Huaquillas (que por motivos de pandemia no fue posible aplicar las encuestas en su totalidad) ya que estas juegan el papel de consumidores y demandantes del mercado en esta investigación, también se encuentra explícita la información recopilada de las 9 entrevistas aplicadas a diferentes microempresas que representan mi competencia directa dentro de la ciudad.

En el capítulo 2 se realizó un estudio de mercado con las proyecciones de la población, el análisis de las demandas, potencial, real, efectiva, el consumo per cápita, y la oferta para determinar la demanda insatisfecha del mercado de suplementos deportivos.; además se elaboró un plan de comercialización basado en el realizó el marketing mix del proyecto y se colocó información con respecto al precio, producto, plaza y promoción.

En el tercer capítulo, se hizo un estudio técnico para describir el tamaño del proyecto, el tamaño de la planta, la capacidad instalada y utilizada, la participación del mercado con dicho producto, la localización a nivel macro y micro; todo esto para detallar y conocer minuciosamente los recursos necesarios para la correcta implementación de la microempresa, y su adecuado y óptimo funcionamiento.

Dentro del capítulo 4, está detallado el estudio organizacional para dar a conocer la organización legal como tal, con el acta constitutiva, la razón social de la microempresa, el domicilio dentro de la ciudad de Huaquillas, los objetivos que se han planteado para su correcto funcionamiento, el capital social requerido y los aportes de cada socio, el tiempo de duración y los diferentes niveles jerárquicos dentro de la microempresa.

En el capítulo 5 se encuentra el estudio es el financiero, que permite saber con datos numéricos exactos el valor de las inversiones que el proyecto requiere para un oportuno funcionamiento, por lo que dentro de este apartado se estudia el valor total de activo fijo, diferido, y circulante; el financiamiento del capital , el punto de equilibrio para conocer la cantidad de suplementos deportivos que deben ser vendidos para lograr cubrir sin inconveniente todos los costos fijos y variables, además se conoce el estado de pérdidas y ganancias, para que los socios inversionistas puedan analizar y tomar decisiones oportunas.

En el capítulo 6 se realiza la evaluación financiera de todo el proyecto para conocer los resultados de los ejercicios económicos de la empresa, aquí se abarcan los flujos de caja, los índices de liquidez, endeudamiento el VAN, la TIR, relación costo beneficio, análisis de sensibilidad, y todo en cuanto a ello compete para que los socios de la microempresa comercializadora puedan determinar si la inversión es o no rentable.



## Fundamentación teórica

### φ Marco Referencial

#### ¿Qué son los Suplementos Deportivos?

La suplementación nutricional en el deporte, según Williams (2002) se puede definir como: todo nutriente diseñado para influir en los procesos fisiológicos y psicológicos, y así incrementar la potencia física y la fuerza mental. Otra definición interesante, es la que nos ofrece González (2007): “Las ayudas ergogénicas son un conjunto de ingestas dirigidas a mantener y/o aumentar el nivel de prestación deportiva, minimizando las manifestaciones de la fatiga sin poner en peligro la salud del deportista ni violar el espíritu deportivo.

En el ámbito del deporte, esta definición crea ciertas incertidumbres acerca de su significado; algunas de estas ayudas no producen resultado beneficioso alguno, algunas son contraproducentes, o incluso pueden dar positivo en un control antidoping. Como nos indica la Australian Sports Commission (2005), hay sustancias como la universalmente conocido cafeína, donde los efectos de ayuda ergogénica y doping, se solapan; ya que, en deportes de fondo y medio fondo, se permite una cantidad de cafeína máxima, y de ahí para arriba es considerado dopaje.

Ya en la Antigua Grecia se decía que el famoso luchador de los Juegos Olímpicos, Milon de Crotona tomaba veinte libras de carne, otras tantas de pan y quince litros de vino (González Gallego et al, 2006 p.347). También en la mitología nórdica se describe cómo los guerreros aumentaban hasta doce veces su fuerza, utilizando el hongo Amanita muscaria. Su ingesta provoca cierta embriaguez delirante, con estimulación parasimpática. En la medicina china se

usa desde tiempos milenarios la raíz del ginseng por sus virtudes fortificantes y desfatigantes; también usaban sustancias extraídas del ma-huang o ephedra, para aumentar la resistencia cardíaca y la presión sanguínea. De la misma manera otros pueblos africanos masticaban hojas de mandrágora, que contienen una mezcla de principios activos narcóticos y tóxicos (González Gallego et al, 2006 p.373). Desde entonces los conocimientos científicos han avanzado extraordinariamente y se hizo evidente que los suplementos en la dieta, tenían influencias tanto positivas como negativas en el rendimiento deportivo.

Actualmente los suplementos nutricionales están dentro de las llamadas ayudas ergogénicas, es decir, productoras de energía. En los últimos años, el número de supuestas propiedades ergogénicas disponibles en el mercado se ha elevado exponencialmente, moviendo gran cantidad de dinero. Muchos atletas usan estas ayudas asumiendo su utilidad, sin considerar posibles efectos perjudiciales, ya que la mayoría carecen de estudios científicos que prueben su utilidad (González Gallego et al, 2006 p.348).

El mismo autor comenta que, en general, los suplementos nutricionales para deportistas que existen en el mercado, o se anuncian en revistas especializadas, se presentan como estimuladores de la producción o liberación de diversas hormonas (hormona del crecimiento, insulina y testosterona), o como modificadores de procesos fisiológicos que incrementan la masa muscular o la fuerza, o reducen la grasa corporal. Se puede afirmar que sobre la mayoría de ayudas ergogénicas nutricionales se han realizado pocos estudios serios, y es necesaria una justificación bioquímica y fisiológica que dé una base científica a su uso.

Las ayudas ergogénicas son lícitas, éticas y en principio beneficiosas, pero si se administran en grandes cantidades, durante un periodo prolongado de tiempo o en la etapa de crecimiento, pueden producir daño físico y psicológico. Cualquier sustancia que se introduce en el organismo en este periodo modifica la condición y evolución fisiológica a lo largo de los años. Estos productos pueden generar un efecto placebo en el muchacho, que relaciona su uso con mejores resultados deportivos, advierte Bernardo Marín, catedrático de Fisiología de la Universidad de Oviedo.

En concordancia con lo expuesto anteriormente, según Barale (2011) existen muchos productos en el mercado y se renuevan a gran velocidad, sin embargo, pocos cuentan con suficiente evidencia de su efectividad y seguridad; lo más adecuado sería afirmar que algunos suplementos, en algunos deportistas, y en algunas situaciones pueden ser útiles.

La Australian Sports Commission (2005), concluye con afirmaciones bastante claras sobre la realidad de las utilidades de los suplementos: Los deportistas utilizan los suplementos para intentar coger atajos. Los usan como sustitutos de un entrenamiento efectivo, una alimentación sensata y buenas técnicas de recuperación. El hecho de que atletas con éxito están utilizando determinados suplementos ofrece una credibilidad innecesaria del producto, e influye a otros deportistas a probarlos. Los atletas muy a menudo utilizan información de oídas de cómo utilizar los suplementos, y los consumen en dosis mayores de las necesarias o en protocolos que fallan al alcanzar los beneficios buscados. Algunos suplementos pueden llevar a dar positivo en un control de doping, por ejemplo, la cafeína. (Arce, 2020)

## **Los Pre-entrenos**

Hablamos de una categoría de productos en la que cada marca tiene su fórmula especial. Por intentar englobarles a todos ellos, son suplementos cuyo objetivo es hacer que tu organismo esté preparado para el entrenamiento y por ello han de consumirse un rato antes del mismo. El denominador común es que suelen llevar un alto contenido de cafeína para conseguir una estimulación extra para «darlo todo». Además, pueden contener otros ingredientes como creatina, L-citrulina (precursor de la arginina), beta alanina, L-Carnitina, ginseng, vitaminas etc.

En resumen, un cocktail para que no te falte de nada y sacar el máximo partido a tu entreno. Un buen pre entreno tiene un precio relativamente elevado frente a otros suplementos. Si tienes que elegir, no empieces por aquí, sobre todo porque una comida correcta antes de entrenar con un café bien cargado, puede darte los mismos resultados. Para los sensibles especialmente a la cafeína mucho cuidado con estos suplementos, no resultaría extraño que la cantidad de este ingrediente contenida en algunos pre entrenos te dé un subidón que pueda llevarte a estar taquicárdico durante un buen rato. (Arce, 2020)

## **BCAA'S**

El nombre viene del inglés branched chain amino acids, los aminoácidos de cadena ramificada ¿Qué demonios es esto? Los suplementos de BCAA's contienen tres aminoácidos ramificados básicos, la leucina, la isoleucina y la vanila. Puedes obtenerlos mediante una dieta adecuada y su valor reside en que desempeñan un papel muy importante en la síntesis de proteínas y como tal es un suplemento muy tenido en cuenta para la musculación. Aunque su uso está bastante extendido, existen estudios contradictorios en cuanto a sus resultados. (Arce, 2020)

## **Beta Alanina**

La beta alanina es un aminoácido no esencial y se trata del único beta-aminoácido que se genera de forma natural. La clave de la suplementación con beta alanina no está en ese aminoácido en sí mismo, sino en la carnosina ¿Qué es eso? La carnosina es un dipéptido formado a partir de beta alanina e histidina y, dado que la histidina es más abundante que la beta alanina, el factor limitante para la síntesis de carnosina es la concentración de beta alanina. De ahí la posible justificación del uso de este suplemento.

Los beneficios de la carnosina son sus propiedades antioxidantes y su capacidad para reducir la acidez producida por la acumulación de ácido láctico durante el ejercicio, especialmente en ejercicios de alta intensidad. Puedes encontrar la beta alanina de manera natural en alimentos de origen animal, en especial en carnes rojas y blancas.

Hay muchos pre entrenos que ya contienen beta alanina, por lo que igual ya no te hace falta considerarla. De cualquier manera, sería un suplemento que valoraría si eres una persona con un nivel medio/avanzado que empieza a marcarse unos objetivos deportivos concretos. Hay un efecto secundario muy reconocible en los primeros días, sobre todo con dosis altas, que es una sensación de calor u hormigueo en las extremidades y/o enrojecimiento en la piel.. (Arce, 2020)

## **HMB**

Son las siglas del Hidroximetilbutirato, un compuesto natural que se produce durante el metabolismo del aminoácido leucina (uno de los BCAA's de los que antes hemos hablado). Es un suplemento muy popular entre personas que entrenan la fuerza ya que sus beneficios son

proteger al organismo del desgaste muscular y la degradación de proteínas después del ejercicio ya que potencia la duración del estado anabólico, lo que permite aumentar el crecimiento muscular.

Queda claro que hablamos de un recuperador a tomar idealmente después de entrenar o antes de irnos a dormir ¿Moda o realidad? Hacer una afirmación rotunda sobre este suplemento es difícil, las personas que he conocido que consumían HMB entrenaban como demonios, cuidaban su dieta al cien por cien y se suplementaban con creatina, por lo que atribuir sus logros al HMB es complicado. Su dosis es baja, no es excesivamente caro. Hay productos que en su composición llevan también una cantidad de HMB, por lo que no tendrías que comprarlo por separado. No se han detectado contraindicaciones todavía... deja que sea tu nutricionista el que considere si va a aportar algo en tu caso. (Arce, 2020)

### **L-Glutamina**

La glutamina es un aminoácido de tipo no esencial, es decir, el organismo puede producirlo de forma natural al sintetizarlo a través de los alimentos. Es uno de los aminoácidos más abundantes en los grupos musculares y su función principal es el transporte de nitrógeno para que se puedan cumplir las actividades metabólicas del cuerpo.

Dado que interviene en una cantidad enorme de los procesos básicos del organismo, se anuncia como un súper suplemento a tener en cuenta por todos. La importancia de la L-glutamina es real, pero piensa que se puede obtener con una correcta dieta y si ya tomas un batido de proteínas, éste sería raro que no contenga L-glutamina. Llegados a este punto, quiero

llamar la atención a una cuestión que posiblemente ya has detectado, si eliges cuidadosamente tu batido de proteínas y buscas la opción más completa o equilibrada del mercado, reunirás muchos de los suplementos que luego te están vendiendo por partes. Esto consigue que la opción que parezca cara, no lo sea tanto. (Arce, 2020)

### **Caseína**

La caseína es como se conocen a las proteínas de la leche agrupadas en micelas, de hecho, podrás comprobar que el suplemento de caseína suele venir acompañado de la palabra “micelar”. De toda la proteína contenida en la leche, un 80% es caseína y solo un 20% es proteína de suero de leche.

La caseína es una proteína de asimilación lenta por lo que su consumo se recomienda por la noche ya que contribuye a la conservación de la masa muscular debido a su aporte de una serie de aminoácidos esenciales que le cuerpo tarda más tiempo en su absorción. Ha de entenderse de esta manera como un suplemento más orientado a la recuperación.

Podríamos obtenerla mediante el consumo de lácteos, pero todos sabemos que ese consumo también va asociado a un aporte de grasa superior y eso si conseguimos no acompañarlo con un poco de pan o de cacao endulzado etc. La caseína mezclada con agua en su justa medida antes de dormir, te proporcionará una especie de yogurt o mousse con un dulzor muy agradable y bastante más sano que unas natillas, que te puede valer como postre saludable y “pequeña felicidad” al acabar el día. (Arce, 2020)

## **Glucosamina**

No confundir con la glutamina pese a parecerse fonéticamente. La glucosamina la genera de forma natural nuestro organismo y es uno de los componentes fundamentales de los cartílagos, que son los encargados de absorber los impactos y de actuar como amortiguadores para nuestras articulaciones, de ahí que se recomiende para protegerlas al realizar deporte.

La glucosamina, el colágeno, la curcumina, el jengibre, el sulfato de condroitina... todos tienen, ya sea por sus propiedades anti inflamatorias o por encontrarse en cartílagos y ligamentos, propiedades que supuestamente ayudan al mantenimiento de la salud de las articulaciones. Lo bueno es que son inocuos, si no te hacen nada eso será todo. (Arce, 2020)

## **Nutrientes**

El consumo de agua y diversos nutrientes es fundamental para el crecimiento, la reproducción y la buena salud. Los macronutrientes son nutrientes que se consumen en cantidades relativamente grandes, como las proteínas, los hidratos de carbono simples y complejos, y las grasas y ácidos grasos. Los micronutrientes (también llamados oligonutrientes) son las vitaminas y los minerales, que se consumen en cantidades relativamente menores, pero que son imprescindibles para las funciones orgánicas. (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD, 2020)

## **Minerales**

Los minerales no solo forman parte de la estructura de los huesos y tejidos, también son componentes fundamentales de las enzimas que regula la química del organismo. Las vitaminas B, que contribuyen a conformar la estructura de tantas enzimas, no son tan eficaces sin el



magnesio o el zinc, que también son necesarios para muchas de las mismas enzimas. Los minerales son indispensables para que los glóbulos rojos transporten el oxígeno a las células, el corazón lata y las enzimas protejan a los tejidos y los desintoxiquen de contaminantes.

(HERBOLARIO ONLINE MISOHI NUTRICIÓN, 2020)

### **Creatina**

La creatina es un compuesto nitrogenado producido por el organismo que se puede consumir a través de alimentos como la carne roja o el marisco. Normalmente se ingiere como monohidrato de creatina. Juan Marcelo señala que varias revisiones han identificado una buena efectividad en el incremento del rendimiento deportivo con el uso de creatina tanto en esfuerzos aislados como repetidos, con los efectos más pronunciados de menos de 30 segundos.

Sin embargo, el coordinador de Suplementación Deportiva resalta que “el beneficio de la suplementación con creatina de acuerdo a los protocolos dependerá de si había poca concentración los músculos”. La ganancia de creatina intramuscular será la que genere más fuerza y potencia en la contracción muscular, especialmente en pequeños segmentos de tiempo. (Molina, 2018)

### **Suplementos de aminoácidos**

Los aminoácidos, los componentes principales de las proteínas, ayudan a construir músculos. Los aminoácidos usados como suplementos incluyen el glutatión, la cisteína, la arginina, la leucina, la glutamina y la citrulina. Se suelen vender en forma de pastillas o de polvo.

La publicidad sobre los suplementos de aminoácidos afirma que mejoran la resistencia y que reducen la descomposición de proteínas y los dolores musculares provocados por el ejercicio. Pero la mayoría de los estudios no muestran efectos beneficiosos de la toma de este tipo de suplementos.

Algunos suplementos de aminoácidos se asocian a importantes efectos secundarios. No hay suficientes estudios a largo plazo hechos con adolescentes que permitan concluir que este tipo de suplementos son seguros para esta población.

### **Suplementos de proteínas**

La mayoría de los suplementos de proteínas están fabricados con las proteínas caseína y suero de leche. Estos suplementos se suelen vender en polvo y se pueden mezclar con agua, leche, un sustituto de la leche u otro tipo de líquido. Los suplementos de proteínas se suelen anunciar como una forma de ganar musculatura. Pero la mayoría de la gente obtiene todas las proteínas que necesita a partir de la dieta.

Un suplemento de proteínas puede ayudar a las personas que no ingieren una cantidad suficiente de proteínas en su dieta. Esto puede ocurrir:

- ✓ Los períodos de crecimiento rápido.
- ✓ Cuando una persona empieza a entrenar.
- ✓ Cuando se aumenta la intensidad de los entrenamientos.
- ✓ Cuando una persona se recupera de una lesión.
- ✓ Cuando una persona es vegetariana o vegana.

## φ Marco Conceptual

### **Encuestas y Entrevistas**

La encuesta es una técnica de recogida de información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso. Se emplea para investigar hechos o fenómenos de forma general y no particular. Se trata de pedir información a una muestra representativa de personas, denominados encuestados, utilizando preguntas escritas. Los cuestionarios o entrevistas recopilan datos cara a cara, teléfono, por correo o través de medios de comunicación. Es el mejor modo de averiguar lo que el consumidor piensa. Dada la imposibilidad de tiempo y económica de entrevistar a todos los posibles miembros de la población, encuestamos solamente a una parte representativa. Nace el error de muestreo que disminuye a medida que aumenta la muestra.

En la encuesta, a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de las que colaboran en la investigación. La encuesta, una vez confeccionado el cuestionario, no requiere de personal calificado a la hora de hacerla llegar al encuestado.

A diferencia de la entrevista, la encuesta cuenta con una estructura lógica, rígida, que permanece inalterable a lo largo de todo el proceso investigativo. Las repuestas se recogen de modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos. (Carrasco, 2011)

## **Estudio de mercado**

- **Análisis de la demanda**

- **Demanda potencial**

La demanda potencial es el tamaño total del mercado para un producto en un momento específico. Representa el límite superior del mercado para un producto. Generalmente se mide por el valor de las ventas o el volumen de ventas. Por tanto, se refiere al volumen máximo de ventas de cualquier producto o servicio en un mercado determinado, antes que el producto o servicio alcance la saturación del mercado. (Corvo, Lifeder.com, 2019)

- **Demanda actual**

Es la demanda real que el mercado realiza de ese producto o servicio o línea de producto en este año o en el último año. Suelen existir datos del sector a nivel nacional o regional o provincial, por ejemplo, el mercado de consolas de videojuegos es de 150.253.026€. Este dato después podrá extrapolarse a las provincias. También puede indicarse en unidades o toneladas, kilogramos, litros, etc. dependiendo del producto. (Ayas, 2010)

- **Demanda efectiva**

La demanda efectiva es la cantidad de uno o varios productos que los consumidores pueden y desean adquirir. Esto, a un precio dado en un momento específico. En otras palabras, la demanda efectiva es aquella que llega a materializarse. Así, el ofertante puede fabricar cien unidades de su mercancía, pero si solo vende sesenta esa será la demanda efectiva. (Westreicher, 2018)

- **Proyección de la demanda**

Para proyectar la demanda se debe utilizar uno de los tres métodos de proyección de consumo aparente, con la finalidad de estimar datos de la demanda a futuro.

- **Análisis de la oferta**

- **Promedio de ventas**

Los ingresos por ventas representan el dinero que una empresa genera al vender productos y servicios, con el cual debe pagar los gastos operativos y los acreedores. El aumento de las ventas puede ayudar a una empresa a lograr una posición competitiva en su industria, mientras que la disminución de las ventas puede hacer que una empresa busque nuevas fuentes de ingresos. Si bien su negocio puede generar diferentes montos de ventas durante diferentes épocas del año, puede calcular el promedio de sus ventas diarias para ayudarlo a suavizar esas diferencias y proporcionar una cifra con la que puede comparar diferentes períodos. (Make Money Factor, 2019)

- **Proyección de la oferta**

Para proyectar la oferta se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección. El método más recomendable es el de extrapolación de tendencia histórica, que podrá reflejar el crecimiento del número de oferentes.

- **Demanda insatisfecha**

Aquella parte de la Demanda planeada (en términos reales) en que éste excede a la Oferta planeada y que, por lo tanto, no puede hacerse Compra efectiva de Bienes y servicios. (Eco-Finanzas, 2019)

## **Plan de comercialización**

- **Producto-servicio**

Producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que pudiera satisfacer un deseo o una necesidad. Los productos incluyen más que sólo los bienes tangibles. En una definición amplia, los productos incluyen objetos físicos, servicios, eventos, experiencias, personas, lugares, organizaciones, información e ideas o combinaciones de estas entidades. Por lo tanto, el término producto puede utilizarse ampliamente para incluir a cualquiera de esas entidades o a todas (Kotler y Armstrong, 2003:278).

Servicio son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen a la venta y que son básicamente intangibles y que no tienen como resultado la obtención de la propiedad de algo. Como ejemplos podemos citar los servicios de los bancos, líneas aéreas, hoteles, contadores, técnicos que reparan aparatos domésticos y los servicios educativos.

- **Precio**

Es la variable que ayuda a entender y posicionar el nivel de competitividad de la empresa. Las estrategias de liderazgo en costes o de diferenciación justifican el precio elegido y significa si buscamos el volumen de ventas o el margen de beneficio. (Galán, Economíapedia Haciendo Fácil la Economía, 2015)

- **Plaza**

Engloba las fases y canales que atraviesa el producto hasta que llega al consumidor; es decir, desde su producción hasta su almacenaje y transporte. (Galán, Economíapedia Haciendo Fácil la Economía, 2015)

- **Promoción-publicidad**

La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, la localización del producto, etc. (Marketing Mix, 2019)

### **Estudio técnico**

- **Localización de la empresa**

- **Factores**

Los factores de localización son el conjunto de circunstancias que aconsejan un determinado lugar para la instalación de la empresa. La incidencia de los factores de localización, dependerá entre otras cosas, del tipo de actividad de la empresa, así por ejemplo en el caso de un establecimiento comercial influirá decisivamente la proximidad a los consumidores, mientras que para una fábrica de conservas pesqueras será fundamental situarse en una zona de puerto de mar, que le suministre las materias primas necesarias. (D'economía Blog, 2014)

- **Macro localización**

(Carlos, 2013) Consiste en decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio. También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socio-económicos más relevantes. Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto. Tiene el propósito de encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, es decir cubriendo las exigencias o requerimientos contribuyendo a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

- **Micro localización**

Se elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio. Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona. Tiene el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos del lograr la más alta rentabilidad o producir el mínimo costo unitario. (Carlos, 2013)

- **Tamaño de la empresa**

- **Capacidad instalada**

La capacidad instalada es el rendimiento máximo que se puede producir en una planta de producción o empresa en un período dado, usando los recursos que se tienen disponibles en un momento determinado. Es un aspecto importante del sistema de producción; se trata de una medida de eficiencia que se puede ajustar de tal manera que la producción esté de acuerdo con la demanda. (Corvo, Lifeder.com, 2019)

- **Capacidad utilizada**

El alto valor porcentual del arranque de la producción, así como el crecimiento anual valor porcentual del arranque de la producción, así como el crecimiento anual establecido, son consecuencia del análisis de mercado, el desarrollo planificado de la producción, basado en dicho análisis, y de la capacidad de la tecnología utilizada. (Tovar, 2018)



- **Ingeniería del proyecto**
  - **Proceso productivo**

Un conjunto secuencial de operaciones unitarias aplicadas a la transformación de materias primas en productos aptos para el consumo, es decir, es el conjunto de equipos que realizan todas las operaciones unitarias necesarias para conseguir dicha transformación. (Sapag, 2008)

- **Flujograma de procesos**

Proporciona una visión detallada de un proceso. Cualquier persona realiza muchos procesos diferentes en su vida diaria, por ejemplo, se adhiere a rutinas para tareas tan sencillas como desayunar o tomar una ducha: uno de estos procesos podría ser cortarse el cabello. (GARCÍA HERRERO, G. 1996:188ss)

- **Distribución de la planta**

La distribución en planta implica la ordenación de espacios necesarios para movimiento de material, almacenamiento, equipos o líneas de producción, equipos industriales, administración, servicios para el personal, etc.

## **Estructura organizativa de la empresa**

- **Organización legal**
  - **Razón social**

Es la denominación por la cual se conoce a una empresa de manera legal y oficial. Con este nombre aparecerá en la escritura o en el documento donde conste la creación de la misma. La razón social se emplea sobre todo a un nivel administrativo, formal y jurídico. (Ivan, 2018)

- **Objeto social**

El objeto social, es decir, la expresión de la actividad o actividades a las que se va a dedicar la sociedad constituye uno de los puntos que, como contenido mínimo, deben recoger los Estatutos sociales. Resulta de suma importancia puesto que incluso puede llegar a determinar el tipo de sociedad que debe constituirse. (Rentería, 2016)

- **Tiempo de duración**

Tiempo establecido en la constitución en el capítulo de las organizaciones laborales que indica que el tiempo de duración de cualquier proceso en una organización depende mucho del tipo de proceso e interés que se tenga.

- **Domicilio**

El domicilio es considerado por la ley como el lugar en el que radica el centro jurídico de la persona. De este modo será entendido como la vivienda que se ocupa, o como la población, distrito, comunidad o estado donde la persona reside. (Biberly, 2016)

### **Organización administrativa**

- **Niveles jerárquicos**

Determina la disposición dentro de una organización de las funciones o tareas a desarrollar por orden de rango, grado o importancia. Determina la distinción de los trabajadores entre sí en función de las facultades que estos ejerciten dentro de la organización. (Wolters Kluwer, 2018)

- **Organigrama**

El organigrama puede describirse como un instrumento utilizado por las ciencias administrativas para análisis teóricos y la acción práctica. (Administración de Empresas, 2018)

- **Manual de funciones**

Un Manual de Funciones engloba el análisis y descripción de los diferentes cargos, herramientas que originan la eficiencia de la administración de los Recursos Humanos y permiten establecer normas de coordinación entre cargos. (SMSECUADOR, 2015)

### **Estudio financiero**

- **Inversiones**

- **Activos fijos**

Las inversiones en activos fijos son aquellas que se realizan sobre bienes tangibles de naturaleza permanente, estable, no están disponibles para la venta, tienen un costo representativo y poseen un carácter operativo para la empresa, ya que se utilizarán en el proceso de transformación de las materias primas o servirán de apoyo para la operación normal del proyecto. (RUIZ, 2011)

- **Activos diferidos**

Los activos intangibles o diferidos constituyen derechos exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones para su funcionamiento o actividades productivas. Dentro de los activos fijos intangibles se encuentran el estudio técnico, gastos de constitución, puesta en marcha y gastos de capacitación, los cuales son necesarios para el desarrollo del proyecto. (RUIZ, 2011)

- **Activos circulantes o capital de trabajo**

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados. (RUIZ, 2011)

- **Financiamiento de la inversión**

- **Capital social**

El capital social es un elemento que podemos localizar en el balance contable de una empresa, dentro de los fondos propios o patrimonio neto. Su principal función es actuar como una garantía por parte de la empresa frente a terceros, es decir, una especie de “colchón” de seguridad. (Galán, Economipedia Haciendo Facil la Economía, 2017)

- **Capital ajeno**

Incluye cualquier tipo de fondos a largo plazo que se obtengan por préstamos, con o sin garantía por medio de venta de obligaciones o negociado. Una empresa puede utilizar solamente una cantidad dada de financiamiento por deuda a causa de los pagos fijos relacionados con ella. (ASTROS, 2016)

- **Análisis de costos**

- **Presupuesto proformado o proyectado**

Los estados financieros proforma son estados proyectados. Generalmente los datos se pronostican con un año de anticipación, por ejemplo, en una empresa de transformación el estado proforma obtenido con base al presupuesto maestro es muy completo, en él se ven todas las proyecciones

iniciando con el pronóstico de ventas y a partir de este se realizan las demás proyecciones. (Docenteunivia, 2014)

- **Costo unitario de producción y determinación del precio de venta al público**

El costo unitario es el gasto total que incurre una compañía por producir, almacenar y vender una unidad de un producto o servicio en particular. Es un sinónimo del costo de mercancía vendida y del costo de ventas. (Corvo, Lifeder.com, 2017)

- **Determinación de ingresos por ventas**

Las compañías generan ingresos por ventas como resultado de sus operaciones. Estas operaciones incluyen la venta de bienes y servicios a clientes. Los ingresos existen como un valor dentro del estado de resultados, también conocido como estado de pérdidas y ganancias. Los ingresos por ventas tienen un equilibrio de crédito normal, lo que significa que un crédito en una cuenta de ingresos ilustra un aumento en las ventas. Calcular los ingresos por ventas de una compañía te ayuda a determinar si hubo ganancia o pérdidas. (Carter, 2016)

- **Clasificación de costos**

(Solo Contabilidad, 2018) La clasificación de los costos es necesaria a objeto de determinar el método más adecuado para su acumulación y asignación de los mismos.

A continuación, presentamos la clasificación de costos:

- ✓ Costos de adquisición,
- ✓ Costos de explotación,
- ✓ Costos de producción o de transformación,
- ✓ Costos de operación, y costos extraordinarios

### **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio o punto muerto es una herramienta clave en la estrategia de una empresa, que es fundamental para ponderar el grado de solvencia de una empresa y su potencial de rentabilidad. En concreto, el punto de equilibrio determina cuál es el nivel de ventas preciso para poder cubrir el total de los costes de la empresa, puesto que predice el punto de ventas anuales que se debe conseguir para no tener pérdidas y comenzar a disfrutar de beneficios. (Montero, 2017)

### **Estado de pérdidas y ganancias**

El estado de ganancias y pérdidas, estado de ingresos y gastos, estado de rendimientos, estado de productos o estado de resultados, es un estado financiero básico, que, en forma resumida de acuerdo con normas de contabilidad y disposiciones legales, proporciona información en términos de unidades monetarias referidas a los resultados obtenidos, es decir, la utilidad o pérdida que haya generado una empresa en un determinado tiempo de trabajo. (Solo Contabilidad, 2018)

### **Evaluación financiera**

- **Flujo de caja**

El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado. Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa. (Kiziryan, 2017)

- **Valor actual neto**

El VAN es un procedimiento que mide el valor en el momento actual de una serie de flujos de caja futuros (es decir, ingresos y gastos), que serán originados por el proyecto. Para ello se deben introducir los flujos de caja futuros en la situación actual de la empresa (actualizándolos mediante una tasa de descuento) y compararlos con la inversión que se hizo en un principio. Si es mayor que esta, el proyecto es recomendable; en caso contrario, no merecerá la pena llevarlo a cabo. (Jauregui, 2016)

- **Periodo de recuperación del capital**

Este método busca averiguar cuánto tiempo tomará recuperar la inversión inicial del proyecto. Se obtiene sumando los flujos de caja acumulados hasta que sean iguales al desembolso inicial del proyecto. (Jauregui, 2016)

- **Relación costo beneficio**

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. (C., 2010)

### **Tasa interna de retorno**

Este método busca averiguar cuánto tiempo tomará recuperar la inversión inicial del proyecto. Se obtiene sumando los flujos de caja acumulados hasta que sean iguales al desembolso inicial del proyecto. (Jauregui, 2016)}

**Análisis de sensibilidad**

En el momento en el cual se deben tomar decisiones sobre qué herramienta financiera se debe invertir los ahorros, es primordial conocer los distintos métodos para obtener el valor del grado de riesgo que representa una inversión. Existe un análisis muy frecuente en la administración financiera, llamado análisis de sensibilidad; el cual permite visualizar inmediatamente las ventajas y desventajas económicas que posee algún proyecto. (Navarro, 2018)



## **Metodología de la investigación**

### **φ Métodos**

#### **Método inductivo.**

El método inductivo plantea un razonamiento ascendente que fluye de lo particular o individual hasta lo general. Se razona que la premisa inductiva es una reflexión enfocada en el fin. Puede observarse que la inducción es un resultado lógico y metodológico de la aplicación del método comparativo. (Abreu, 2014)

Este método fue empleado en el proyecto de tesis ya que nos permitió observar los hechos, estudiarlos, registrar y contrastar la información que se obtuvo en el estudio para poder obtener las conclusiones adecuadas, si instalar la micro empresa distribuidora en la ciudad de Huaquillas tendría exitoso.

#### **Método deductivo.**

El método deductivo permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad. Mediante la deducción se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas. (Abreu, 2014)

Empleado este método permitió en el proyecto de tesis la deducción sobre las ideas y afirmaciones que se recolecto dentro de la investigación o estudio que se obtuvo, este proceso va de los principios a los hechos concretos.

**Método estadístico.**

El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad, de una o varias consecuencias verificables deducidas de la hipótesis general de la investigación. Las características que adoptan los procedimientos propios del método estadístico dependen del diseño de investigación seleccionado para la comprobación de la consecuencia verificable en cuestión.

El método estadístico tuvo una función destacable en el proyecto de tesis ya que permitió obtener información necesaria, organizar, resumir, presentar en forma adecuada el material numérico y analizar e interpretar los resultados obtenidos.

**φ Técnicas****Observación directa.**

El método de observación directa es un método de recolección de datos que consiste básicamente en observar el objeto de estudio dentro de una situación particular. Todo esto se hace sin necesidad de intervenir o alterar el ambiente en el que se desenvuelve el objeto. De lo contrario, los datos que se obtengan no van a ser válidos. (OK DIARIO, 2019)

La observación directa formo parte de las técnicas del proyecto de tesis, aquí el investigador tuvo la función de encontrarse en el lugar de la investigación para poder observar todo lo que pasa en el contorno que se está desarrollando sin intervenir ni alterar el ambiente para que todos los datos fueran válidos.

**Entrevista.**

La entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto. Se considera que este método es más eficaz que el cuestionario, ya que permite obtener una información más completa. A través de ella el investigador puede explicar el propósito del estudio y especificar claramente la información que necesite; si hay interpretación errónea de las preguntas permite aclararla, asegurando una mejor respuesta. (Amador, 2009)

La entrevista permitió conocer sobre el sujeto de estudio que se realizó dentro del proyecto de tesis donde fueron las personas que ofrecen productos de suplementos deportivos en diferentes deportes como: Gimnasios, crossfit, box, atletismo, futbol y deportes similares que dio un resultado de 9 personas que son la competencia, realizándoles preguntas afines del proyecto.

**Encuesta.**

La encuesta sería el “método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida” (Buendía y otros, 1998, p.120). De este modo, puede ser utilizada para entregar descripciones de los objetos de estudio, detectar patrones y relaciones entre las características descritas y establecer relaciones entre eventos específicos.

La encuesta fue el proceso más importante que se hizo dentro del proyecto, aquí consintió hacer un estudio de mercado a profundidad donde se reconoció el FODA de los suplementos deportivos en la ciudad de Huaquillas, conociendo la acogida que obtuvo la empresa y poder saber cuáles son las necesidades o demandas que presentan, realizando las encuesta a 373 familias o personas de la

ciudad; este propósito de llenar el total de encuestas que nos arrojó la formula no fue posible alcanzarlo debido a la situación que se está atravesando por la pandemia, ya que las familias de la ciudad de Huaquillas, se encuentran asustadas, y no querían brindar unos minutos de su tiempo para contestar dicha encuesta, por lo que del total de encuestas únicamente se pudieron completar 100 encuestas, que sirvieron como una muestra general para dar a conocer las características, gustos, preferencias y necesidades del mercado de Huaquillas, en base a las respuestas de dichas encuestas se procedió a leer, analizar, determinar y elaborar conclusiones necesarias y de gran ayuda para el trabajo de investigación que se está realizando. Para una elaboración precisa y eficaz recurrimos a los diferentes métodos de investigación como el deductivo, e inductivo y así logramos concluir el comportamiento del mercado en base a las respuestas brindadas por los ciudadanos de Huaquillas.

#### φ **Población y tamaño de la muestra**

##### **Población:**

9 intermediarios (competencia - oferta).

13680 familias de las diferentes parroquias del cantón Huaquillas.

**Cuadro N° 1 Intermediarios del cantón Huaquillas**

<b>N°</b>	<b>Nombre del Intermediario</b>	<b>Local Comercial</b>
1	Francisco Agurto	Panchos Gym
2	Milton Naula	Nutrition Sport Center
3	Carlos León	Gold Gym
4	Guido Carranza	Olympus Gym
5	Oswaldo Maza	Crossfit Lion Fitness
6	Carlos Nieto	Box Huaquillas
7	Diego Arévalo	Center Football
8	Jorge Manrique	Georges Gym
9	Gilbert Bustamante	Atleta

Fuente: Municipio.

Elaboración: El Autor.

## Tamaño de la Muestra

INEC del censo de población y vivienda realizada en el año 2010.

**Población total Huaquillas:** 48 285.

**Tasa de crecimiento poblacional:** 1.40%.

**Integrantes por familia:** 4.

**Cuadro N° 2 Población Proyectada 2019**

Años	Crecimiento	Población
2010	1.4%	48285
2011	1.4%	48961
2012	1.4%	49646
2013	1.4%	50341
2014	1.4%	51046
2015	1.4%	51761
2016	1.4%	52486
2017	1.4%	53220
2018	1.4%	53965
2019	1.4%	54721

**Fuente:** INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

**Elaboración:** El Autor.

**Proyección de la población:** 54 721.

**Integrantes por familia:** 4.

**Total, población por familia:** 13 680.

**Fórmula:**

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

**Significado:**

**n** = Tamaño de la Muestra.

**N** = Población total en familias.

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

**p** = Probabilidad de éxito (**50% = 0,5**).

**q** = Probabilidad de fracaso (**50% = 0,5**).

**e<sup>2</sup>** = Margen de error (**5% = 0,05**).

**(N-1)** = Corrección de la población.

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (13680) \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2 (13680 - 1) + (1,96^2 \times 0,5 \times 0,5)}$$

$$n = \frac{13.138,272}{34.1975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{13.138,272}{35,1579}$$

**n = 373 Encuestas demandantes** (familias de la ciudad de Huaquillas)

## Capítulo 1

En este capítulo se realizó el análisis de los resultados de la investigación de mercado, considerando la segmentación establecida en base al criterio de elaborar un plan de negocios para la creación de una micro empresa de suplementos deportivos. Para lo cual según la fórmula del tamaño muestral que se aplicó para calcular cuantas encuestas debíamos realizar en base a la población obtuvimos un resultado de 373 encuestas que deben estar dirigidas las familias de la ciudad de Huaquillas; sin embargo debido a la situación de pandemia que nos encontramos a nivel mundial en este momento, no fue posible obtener el 100% de las encuestas llenas ya que la población se encuentra asustada y amedrentada por la situación crítica que está pasando aún más en estos momentos por lo que no querían abrirnos la puerta de su hogar ni mucho menos brindarnos información para poder llenar todas las encuestas necesarias para el presente trabajo de titulación por lo que en base a las 100 encuestas que si hubo la oportunidad de poder aplicarlas, sirvieron de muestra para aplicar el método deductivo y obtener resultados concretos y precisos para dicho trabajo. Así también la entrevista se realizó a 9 personas que representa a la competencia directa de mi producto en mi ciudad.

A través de la aplicación de las encuestas a las familias y la entrevista a la competencia de la ciudad de Huaquillas, se recopiló datos trascendentales para establecer el análisis interno y externo de la empresa, de tal manera que al tabular, graficar e interpretar los resultados que son importantes para su respectivo análisis y así determinar los objetivos estratégicos para tener claro el horizonte al que se orienta la presente propuesta y evaluar la percepción de los clientes hacia la empresa.

## 1. Análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a las familias y a la competencia de la ciudad de Huaquillas.

### 1.1. Análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Huaquillas.

#### 1. Sexo (Genero)

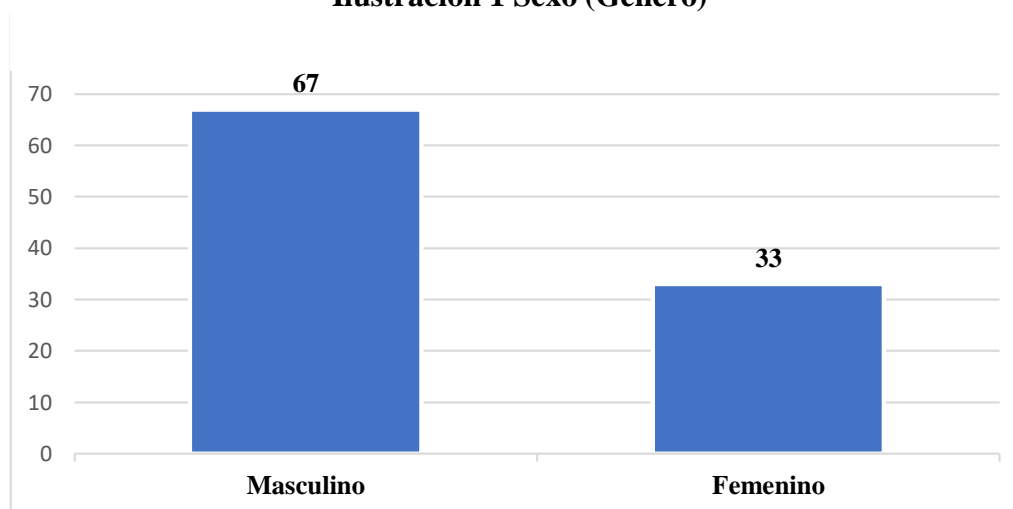
*Cuadro N° 3 Sexo (Genero)*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	67	67%
Femenino	33	33%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a las familias.

**Elaboración:** El Autor.

**Ilustración 1 Sexo (Género)**



**Fuente:** Encuestas a las familias.

**Elaboración:** El Autor.



### Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 67% de las encuestas son de sexo masculino y el 33% son de sexo femenino. En conclusión, se puede mencionar que el sexo masculino realiza más actividades deportivas.

## 2. Edad

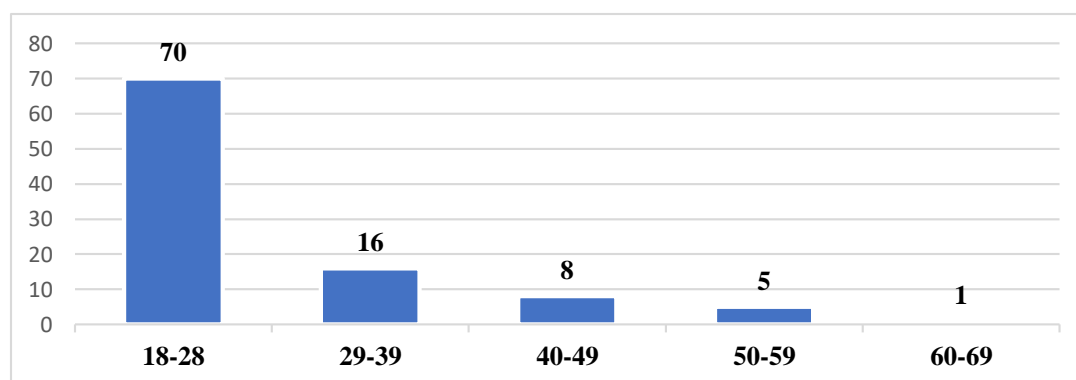
**Cuadro N° 4 Edad**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
18-28	70	70%
29-39	16	16%
40-49	8	8%
50-59	5	5%
60-69	1	1%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a las familias.

**Elaboración:** El Autor.

**Ilustración 2 Edad**



**Fuente:** Encuestas a las familias.

**Elaboración:** El Autor.

### Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 70% de las personas se encuentran en el rango de edad de 18-28, el 16% en el rango de 29-39, el 8% dentro el rango de 40-49, el 5% en el rango de 50-59 y el 1% va el rango de 60-69. En conclusión, se puede mencionar que personas de 18-28 tienen más participación en actividades físicas.

### 3. ¿Cuánto es el monto que percibe por su salió al mes?

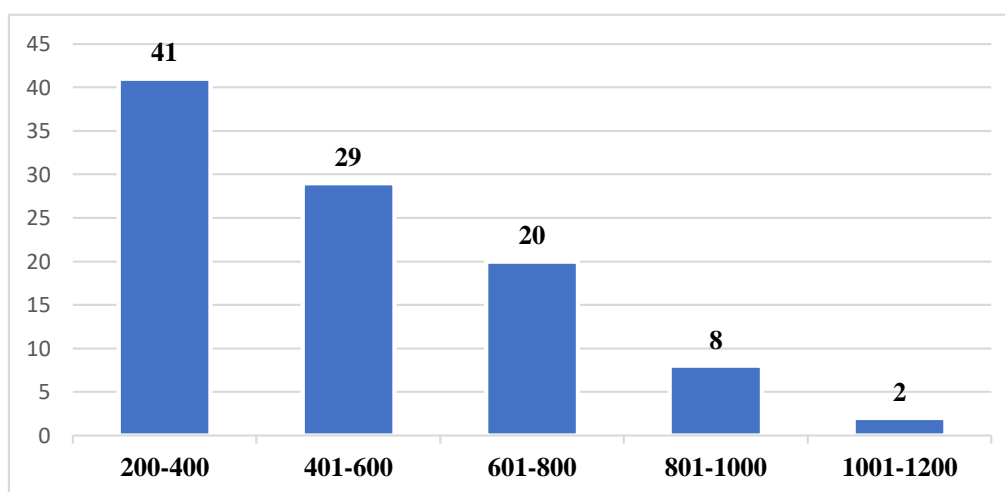
**Cuadro N° 5** Monto que percibe al mes

Variable	Frecuencia	Porcentaje
200-400	41	41%
401-600	29	29%
601-800	20	20%
801-1000	8	8%
1001-1200	2	2%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a las familias.

**Elaboración:** El Autor.

**Ilustración 3** Monto que percibe al mes



**Fuente:** Encuestas a las familias.

**Elaboración:** El Autor.

### Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 41% de las personas tienen un ingreso mensual de 200-400 el 29% reciben un ingreso de 401-600, el 20% reciben 601-800, el 8% reciben 801-1000 y el 2% reciben una mensualidad de 1001-1200. En conclusión, se puede mencionar que las familias mantienen un ingreso promedio de 401 a 600 dólares mensuales.

#### 4. ¿Consumen usted y su familia suplementos deportivos?

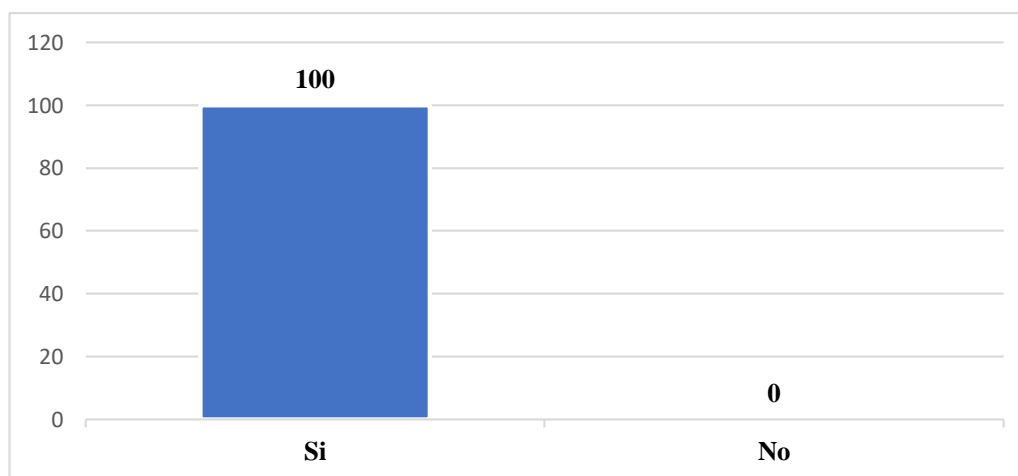
**Cuadro N° 6 Consumo de suplementos deportivos**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a las familias.

**Elaboración:** El Autor.

**Ilustración 4 Consumo de suplementos deportivos**



**Fuente:** Encuestas a las familias.

**Elaboración:** El Autor.

## Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 100% de las familias consumen suplementos deportivos. En conclusión, se puede mencionar que las familias consumen suplementos deportivos para la realización de una actividad física.

### 5. ¿En qué preparación ha consumido suplementos alimenticios usted y su familia?

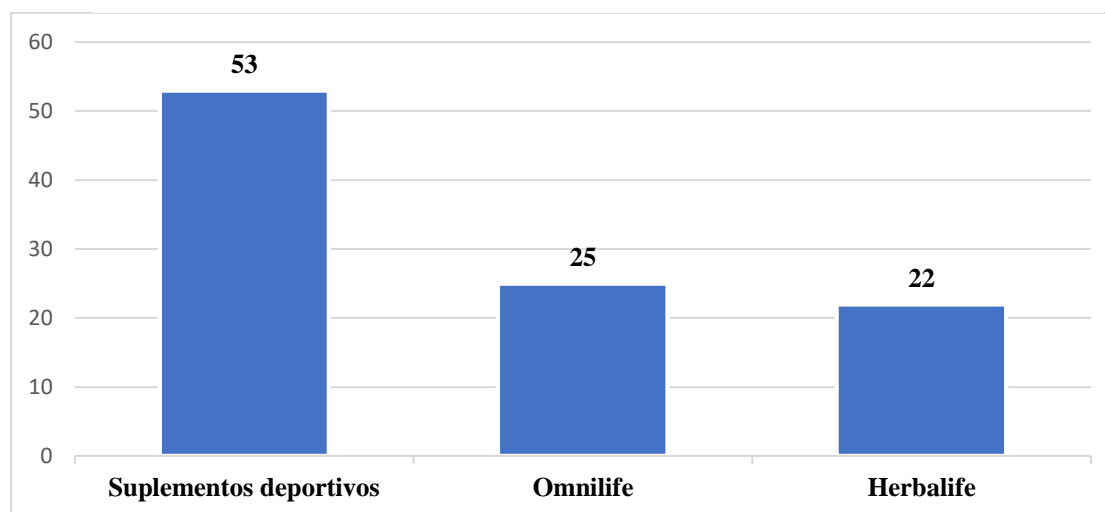
**Cuadro N° 7 Preparación que consume suplementos alimenticios**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Suplementos deportivos	53	100%
Omnilife	25	0%
Herbalife	22	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a las familias.

**Elaboración:** El Autor.

**Ilustración 5 Preparación que consume suplementos alimenticios**



**Fuente:** Encuestas a las familias.

**Elaboración:** El Autor.

## Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 53% de las personas consumen Suplementos Deportivos. En conclusión, se puede mencionar que las familias consumen más suplementos deportivos que Herbalife u Omnilife.

### 6. ¿Qué productos de suplementos deportivos usted y su familia consumen?

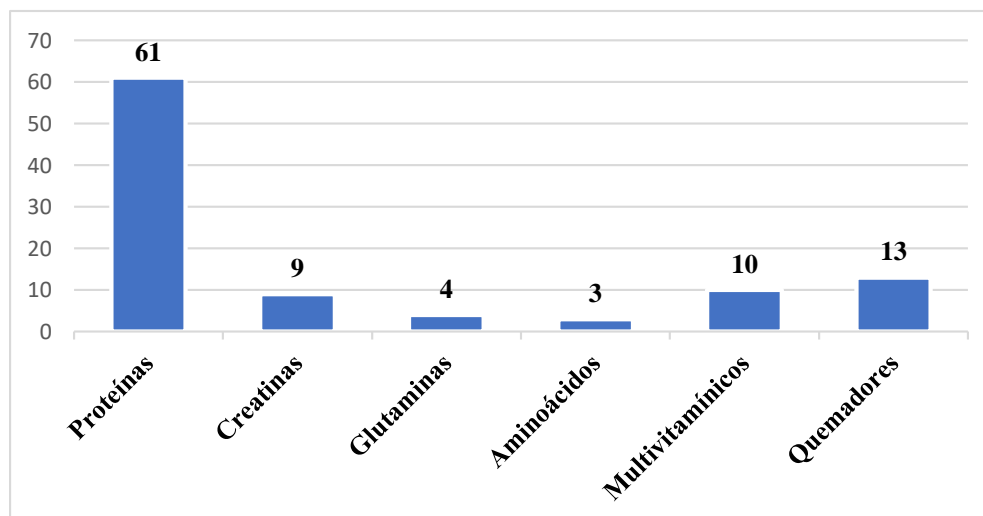
**Cuadro N° 8 Productos que consume de suplementos deportivos**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Proteínas	61	61%
Creatinas	9	9%
Glutaminas	4	4%
Aminoácidos	3	3%
Multivitamínicos	10	10%
Quemadores	13	13%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 6 Productos que consume de suplementos deportivos**



Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor

## Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 61% de las personas consumen proteínas, el 9% consumen creatinas, el 4% consumen glutaminas, el 3% consumen aminoácidos, el 10% consumen multivitamínicos y el 13% consumen quemadores. En conclusión, se puede mencionar que las familias consumen más las proteínas de los suplementos deportivos.

### 7. ¿La calidad de los suplementos deportivos que consume usted y su familia, son?

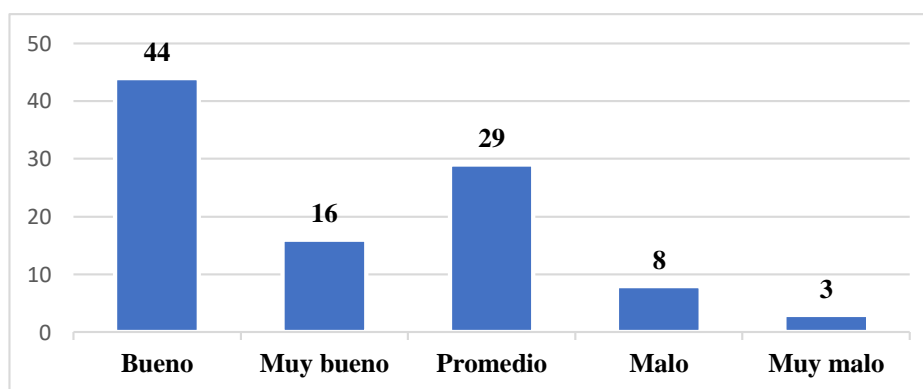
**Cuadro N° 9 Calidad de los suplementos deportivos**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	44	44%
Muy bueno	16	16%
Promedio	29	29%
Malo	8	8%
Muy malo	3	3%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 7 Calidad de los suplementos deportivos**



Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.

## Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 44% de las personas consideran que la calidad de los productos es buena, el 16% consideran que son muy buenos, el 29% consideran que son promedio, el 8% consideran que son malos y el 3% consideran que los productos son muy malos. En conclusión, se puede mencionar que las familias califican la calidad de los productos que consumen son buenos y promedios.

### 8. ¿Qué características elige usted y su familia al momento de adquirir suplementos deportivos?

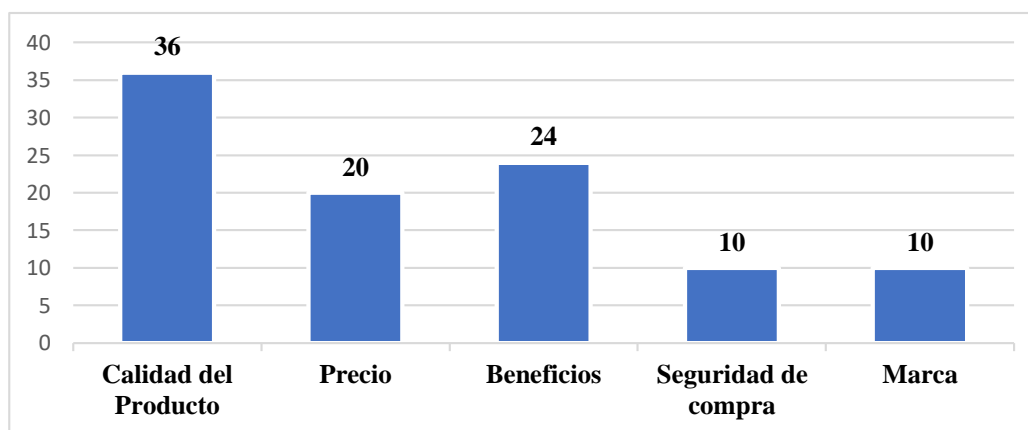
**Cuadro N° 10 Características que elige al adquirir suplementos deportivos**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Calidad del Producto	36	36%
Precio	20	20%
Beneficios	24	24%
Seguridad de compra	10	10%
Marca	10	10%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 8 Características que elige al adquirir suplementos deportivos**



Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.

### Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 36% de las personas adquieren los suplementos por la calidad, el 20% consideran por el precio, el 24% consideran por los beneficios, el 10% consideran por la seguridad de compra y el 10% consideran por la marca. En conclusión, se puede mencionar que las familias cuando adquirieren un producto de los suplementos deportivos la característica más importante es la calidad.

#### 9. ¿En dónde adquiere usted y su familia los suplementos deportivos con mayor frecuencia?

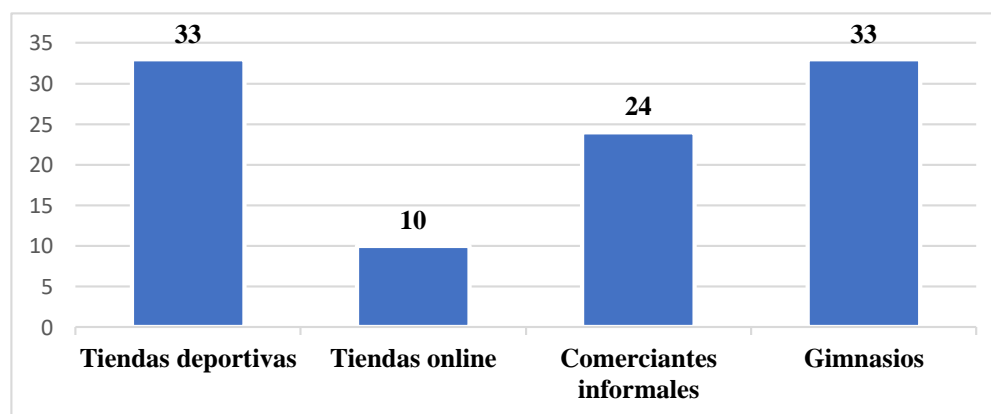
**Cuadro N° 11 Lugar de adquisición de suplementos deportivos**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas deportivas	33	33%
Tiendas online	10	10%
Comerciantes informales	24	24%
Gimnasios	33	33%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 9 Lugar de adquisición de suplementos deportivos**



Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.



### Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 33% de las personas adquieren los productos en tiendas deportivas, el 10% adquieren en tiendas online, el 24% adquieren a comerciantes informales y el 33% adquieren los productos de suplementos deportivos en gimnasios. En conclusión, se puede mencionar que las familias adquieren los suplementos deportivos con mayor frecuencia en tiendas deportivas y en gimnasios.

#### 10. Si se instalaría en Huaquillas una empresa de comercialización de suplementos deportivos. ¿estaría dispuesto a consumir los productos usted y su familia?

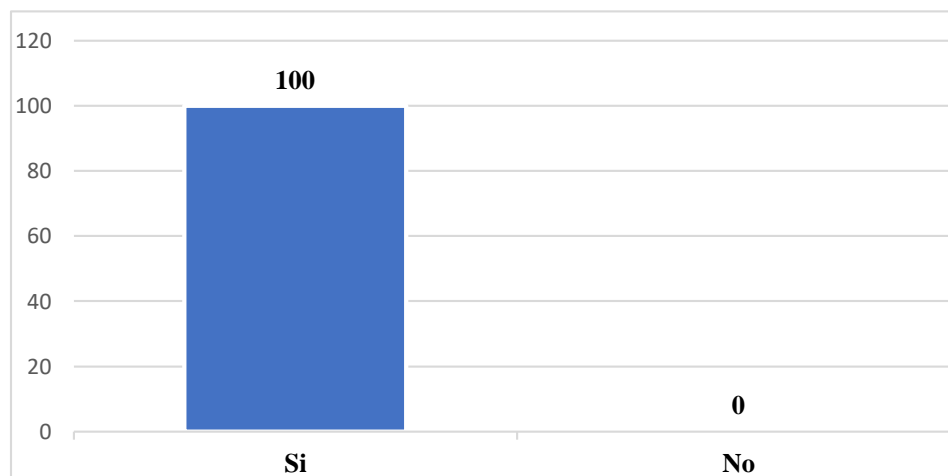
**Cuadro N° 12 Consumiría los productos de la empresa**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a las familias.

**Elaboración:** El Autor.

**Ilustración 10 Consumiría los productos de la empresa**



**Fuente:** Encuestas a las familias.

**Elaboración:** El Autor.

### Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 100% de las persona o familias estarían dispuestas a adquirir los productos de suplementos deportivos. En conclusión, se puede mencionar que las familias están dispuestas adquirir en una empresa encargada en distribuir solo suplementos deportivos porque así tendrán la confianza para poder realizar las compras y no tener en mente que pueden ser estafados.

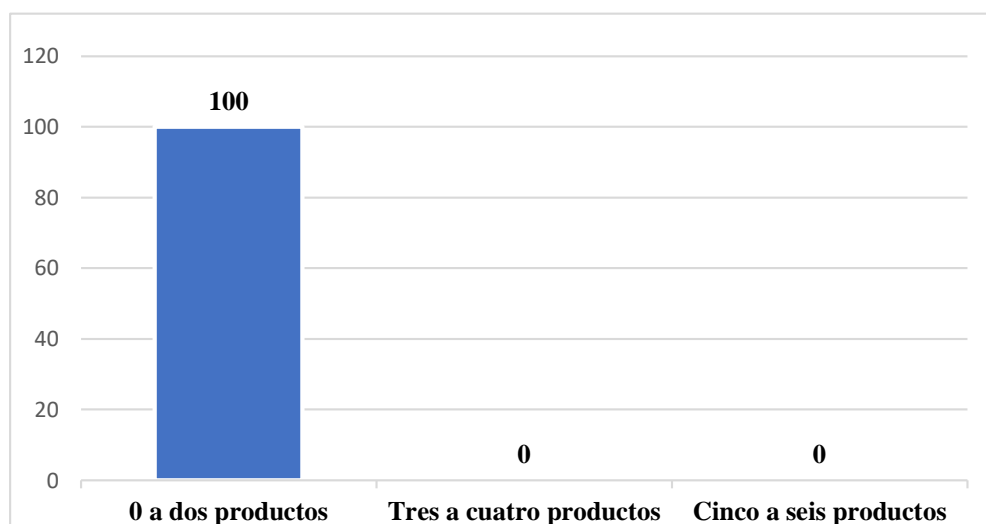
#### 11. ¿Qué cantidad de suplementos deportivos consumiría usted y su familia trimestral?

**Cuadro N° 13 Cantidad requerida de suplementos deportivos**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
0 a dos productos	100	100%
Tres a cuatro productos	0	0%
Cinco a seis productos	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a las familias.  
Elaboración: El Autor.

**Ilustración 11 Cantidad requerida de suplementos deportivos**



Fuente: Encuestas a las familias.  
Elaboración: El Autor.

## Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 100% de las personas consumirían de 0 a dos productos trimestral consumen. En conclusión, se puede mencionar las personas o familias están dispuestos a comprar de 0 a dos productos de suplementos deportivos.

### 12. ¿En qué lugar le gustaría encontrar los suplementos deportivos?

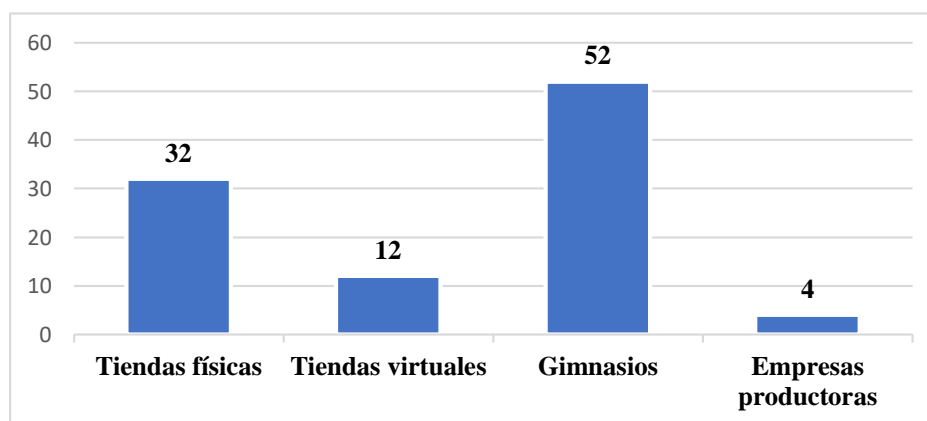
**Cuadro N° 14 Lugar donde le gustaría encontrar el producto**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas físicas	32	32%
Tiendas virtuales	12	12%
Gimnasios	52	52%
Empresas productoras	4	4%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 12 Lugar donde le gustaría encontrar el producto**



Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.

### Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 32% de las personas desean encontrar los productos en tiendas físicas, el 12% desean encontrar en tiendas virtuales, el 52% desean encontrar los productos en gimnasios y el 4% de las personas quieren encontrar en empresas productoras. En conclusión, se puede mencionar que la mayor parte de la población desean encontrar los productos de suplementos deportivos en gimnasios.

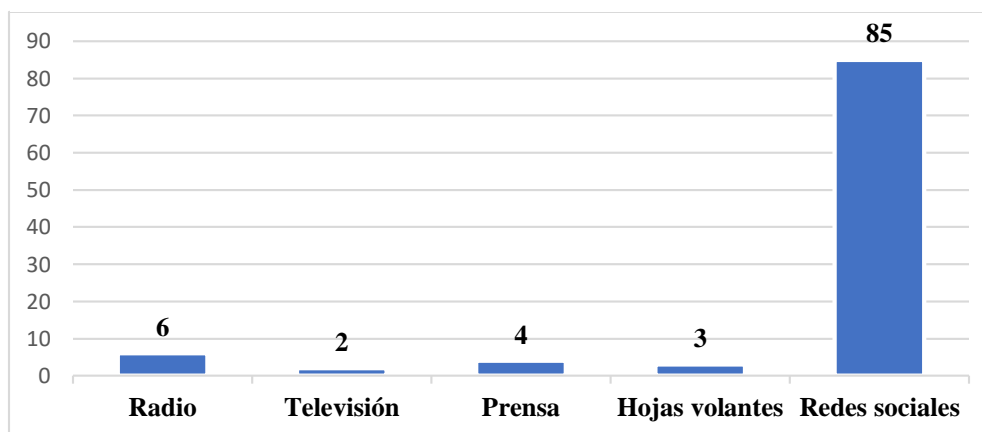
### 13. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse a usted y su familia de los nuevos productos deportivos en stock?

**Cuadro N° 15 Medios de comunicación para el producto**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio	6	6%
Televisión	2	2%
Prensa	4	4%
Hojas volantes	3	3%
Redes sociales	85	85%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a las familias.  
Elaboración: El Autor.

**Ilustración 13 Medios de comunicación para el producto**



Fuente: Encuestas a las familias.  
Elaboración: El Autor.

### Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 6% de las personas prefieren informarse de los productos por el medio de la radio, el 2% por el medio de la televisión, el 4% por el medio de la prensa, el 3% por el medio de hojas volantes y el 85% de las personas quieren encontrar en empresas productoras. En conclusión, se puede mencionar que las personas prefieren informarse por el medio de las redes sociales ya que en la actualidad es más usado por los habitantes.

#### 14. Si su respuesta fue la radio ¿En qué emisora le gustaría conocer sobre los productos y en que horario?

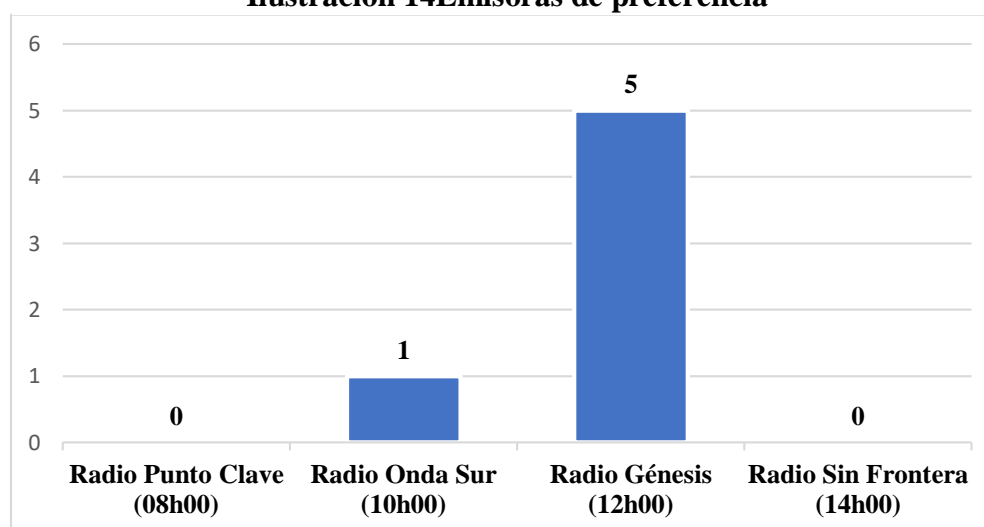
**Cuadro N° 16 Emisoras de preferencia**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio Punto Clave (08h00)	0	0%
Radio Onda Sur (10h00)	1	17%
Radio Génesis (12h00)	5	83%
Radio Sin Frontera (14h00)	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 14 Emisoras de preferencia**



Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.

## Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 17% de las personas prefieren escuchar la emisora Radio Onda Sur en el horario de las (10h00) y el 83% de las personas prefieren escuchar la Radio Génesis en el horario de las 12h00 para enterarse de los productos de suplementos deportivos. En conclusión, se puede mencionar que las personas escuchan más la Radio Génesis por ser una emisora confiable en su información.

### 15. Si su respuesta fue la televisión ¿En qué canal le gustaría conocer sobre los productos y en que horario?

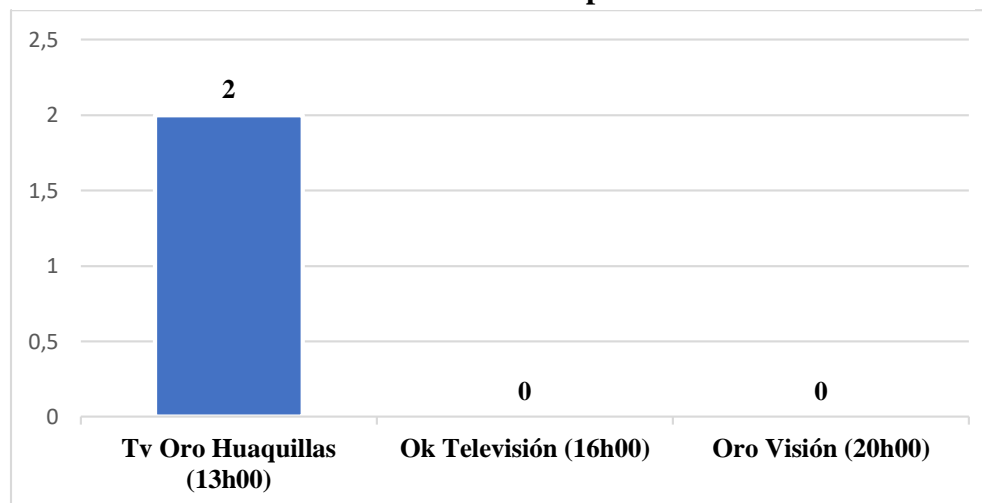
**Cuadro N° 17 Canales de preferencias**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tv Oro Huaquillas (13h00)	2	100%
Ok Televisión (16h00)	0	0%
Oro Visión (20h00)	0	0%
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a las familias.

**Elaboración:** El Autor.

**Ilustración 15 Canales de preferencias**



**Fuente:** Encuestas a las familias.

**Elaboración:** El Autor.

## Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 100% de las personas desean informarse en canal Tv Oro Huaquillas. En conclusión, se puede mencionar que las personas desean ver información sobre los productos en el canal de Huaquillas ya que la micro empresa se va a instalar aquí en la ciudad entonces prefieren que la información que se brinde sea por un medio de comunicación local.

### 16. Si su respuesta fue la prensa ¿En qué diario le gustaría conocer sobre los productos y en qué días?

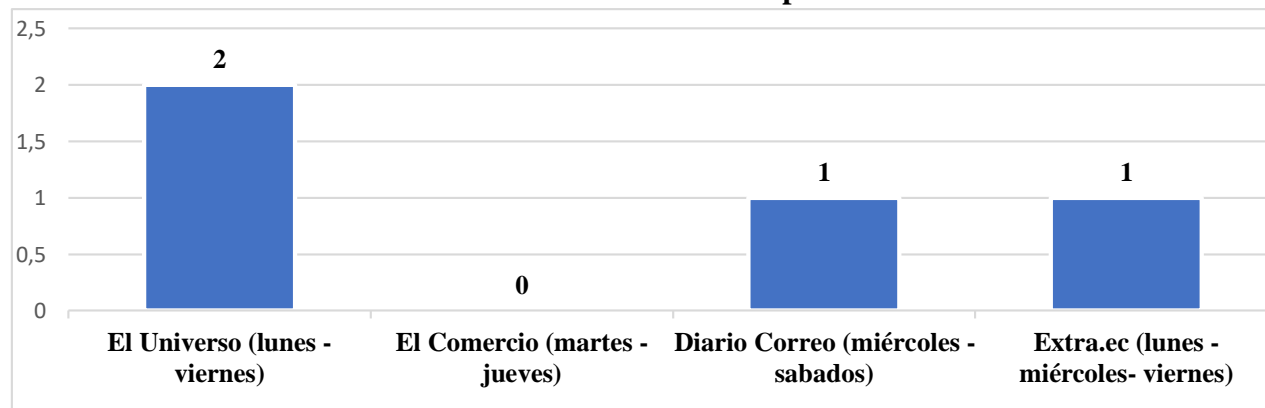
**Cuadro N° 18 Diarios de preferencia**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
El Universo (lunes - viernes)	2	50%
El Comercio (martes - jueves)	0	0%
Diario Correo (miércoles - sábados)	1	25%
Extra.ec (lunes - miércoles- viernes)	1	25%
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 16 Diarios de preferencia**



Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.

## Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 50% de las personas eligen el diario El Universo en los días lunes-viernes, el 25% eligen el diario Correo en los días miércoles-sábados y el 25% eligen el diario Extra.ec en los días lunes, miércoles y viernes. En conclusión, se puede mencionar que las personas adquieren con mayor frecuencia el diario El Universo por su trayectoria de información.

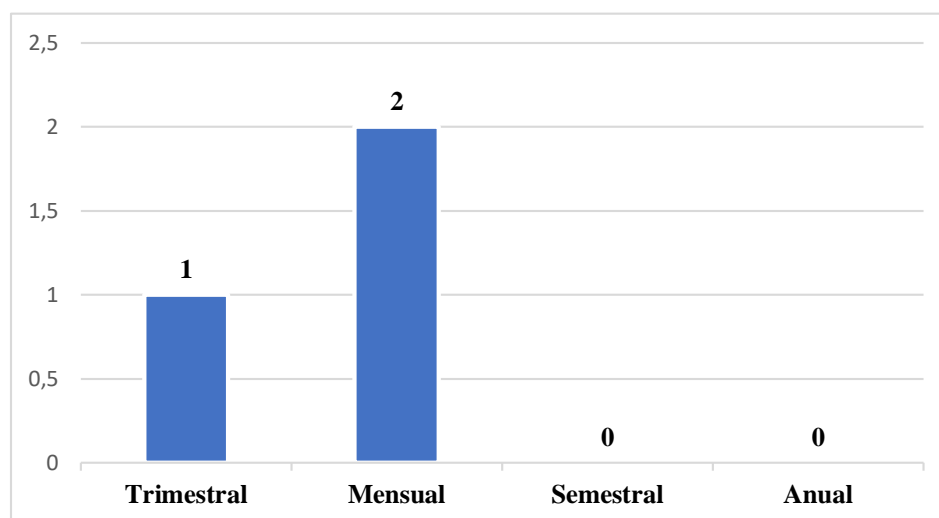
### 17. Si su respuesta fue las hojas volantes ¿Cada que tiempo le gustaría que la empresa entregue hojas volantes a la ciudadanía?

**Cuadro N° 19 Hojas Volantes**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Trimestral	1	33%
Mensual	2	67%
Semestral	0	0%
Anual	0	0%
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a las familias.  
**Elaboración:** El Autor.

**Ilustración 17 Hojas Volantes**



**Fuente:** Encuestas a las familias.  
**Elaboración:** El Autor.



## Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 33% de las personas escogen informarse de los productos con hojas volantes mensual y el 67% escogen semestral. En conclusión, se puede mencionar que las personas escogen estar informador mensualmente de los productos de los suplementos deportivos.

### 18. Si su respuesta fue las redes sociales ¿En qué redes sociales le gustaría conocer sobre los productos?

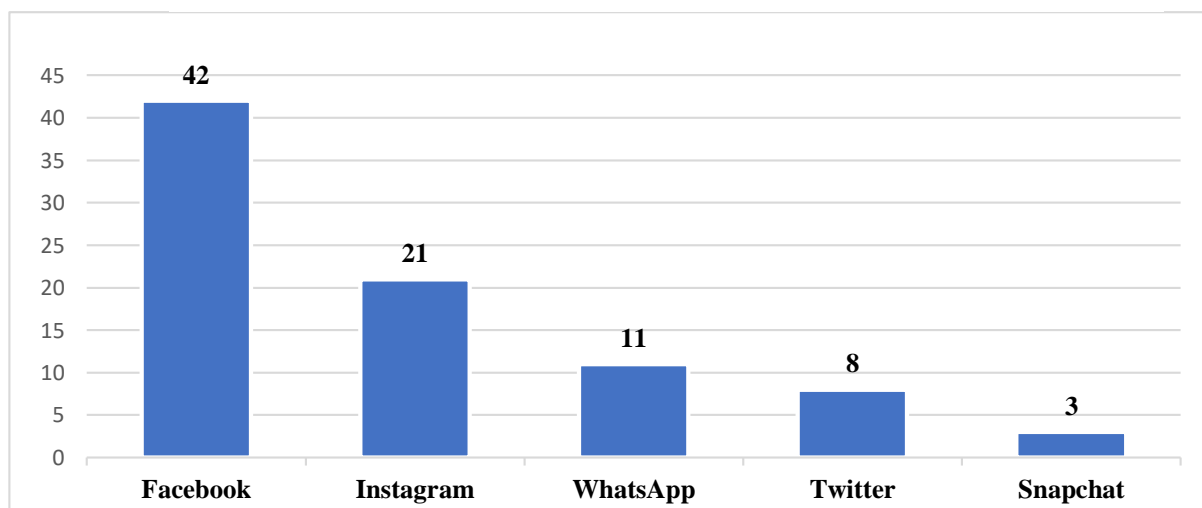
*Cuadro N° 20 Redes Sociales*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	42	49%
Instagram	21	25%
WhatsApp	11	13%
Twitter	8	9%
Snapchat	3	4%
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 18 Redes Sociales**



Fuente: Encuestas a las familias.

Elaboración: El Autor.

### **Análisis e Interpretación**

Con la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Huaquillas se puede constatar que el 49% de las personas prefieren mantenerse al día de la información mediante Facebook, el 25% prefieren Instagram, el 13% prefieren WhatsApp, el 9% prefieren Twitter y el 4% prefieren Snapchat. En conclusión, se puede mencionar que las personas prefieren estar al informados por Facebook ya que en la actualidad es reconocida como la red social más empleada por las personas para realizar actividades sociales y comerciales.

## 1.2. Análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a la competencia de la ciudad de Huaquillas.

### 1. ¿Conoce usted la existencia de empresas comercializadoras de suplementos deportivos en la localidad?

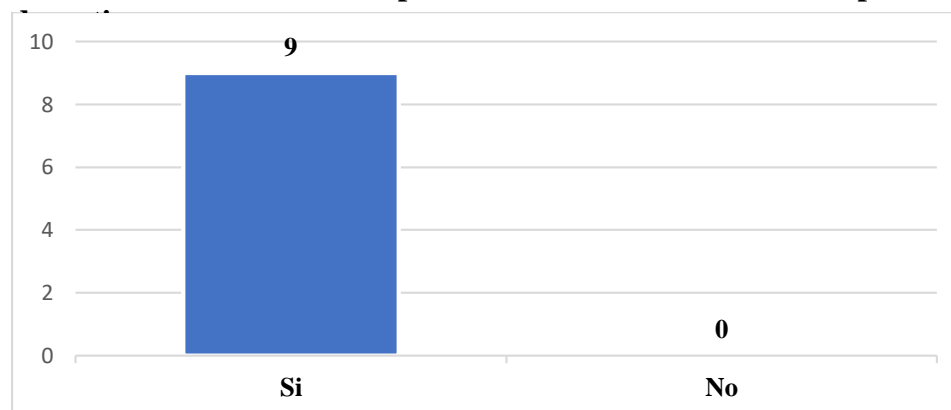
**Cuadro N° 21 Conoce empresas comercializadoras de suplementos deportivos**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comerciantes.

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 19 Conoce empresas comercializadoras de suplementos**



Fuente: Comerciantes.

Elaboración: El Autor.

### Análisis e Interpretación

Con la encuesta aplicada a los 9 negocios del cantón Huaquillas se puede constatar que el 100% manifestaron que si conocen la existencia de empresas comercializadoras de suplementos deportivos.

## 2. ¿Vende usted algún derivado de suplementos deportivos?

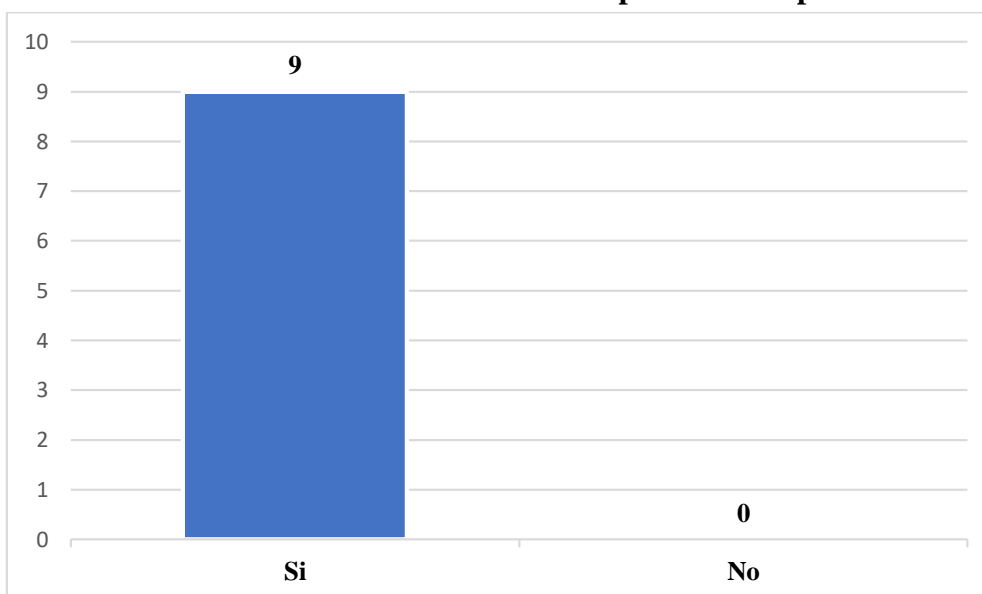
**Cuadro N° 22 Vende derivados de suplementos deportivos**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Comerciantes.

**Elaboración:** El Autor.

**Ilustración 20 Vende derivados de suplementos deportivos**



**Fuente:** Comerciantes.

**Elaboración:** El Autor.

### **Análisis e Interpretación**

Con la encuesta aplicada a los 9 negocios del cantón Huaquillas se puede constatar que el 100% manifestaron que si venden derivados de suplementos deportivos por la gran demanda de las personas que existen en los productos.

### 3. ¿Qué productos de suplementos deportivos tiene mayor demanda en su local comercial?

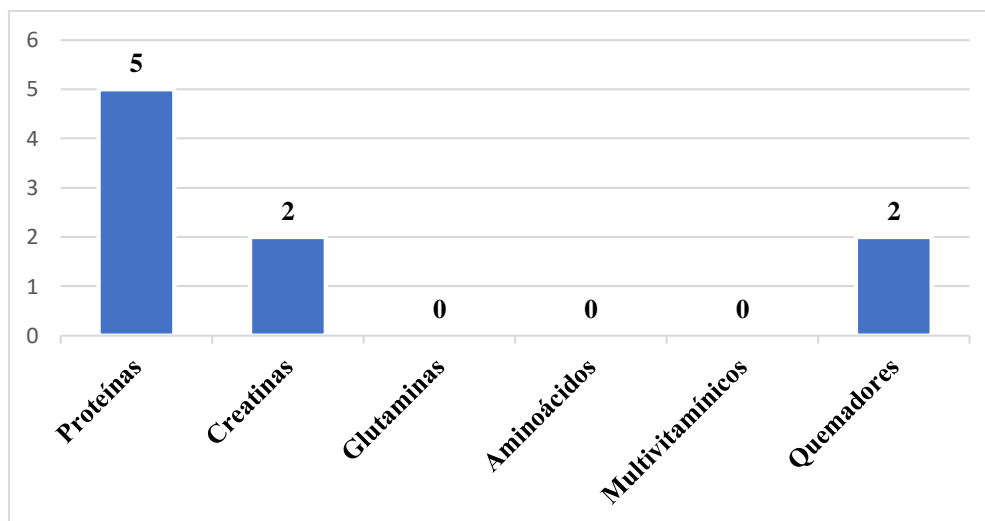
**Cuadro N° 23 Productos de suplementos deportivos con mayor demanda**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Proteínas	5	56%
Creatinas	2	22%
Glutaminas	0	0%
Aminoácidos	0	0%
Multivitamínicos	0	0%
Quemadores	2	22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comerciantes.

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 21 Productos de suplementos deportivos con mayor demanda**



Fuente: Comerciantes.

Elaboración: El Autor.

#### **Análisis e Interpretación**

Con la encuesta aplicada a los 9 negocios del cantón Huaquillas se puede constatar que el 56% manifestaron que las proteínas tienen mayor demanda en su local comercial, el 22% tiene mayor demanda las creatinas y el 22% tiene mayor demandan los quemadores.

#### 4. ¿Cuántos productos de suplementos deportivos vende usted mensualmente?

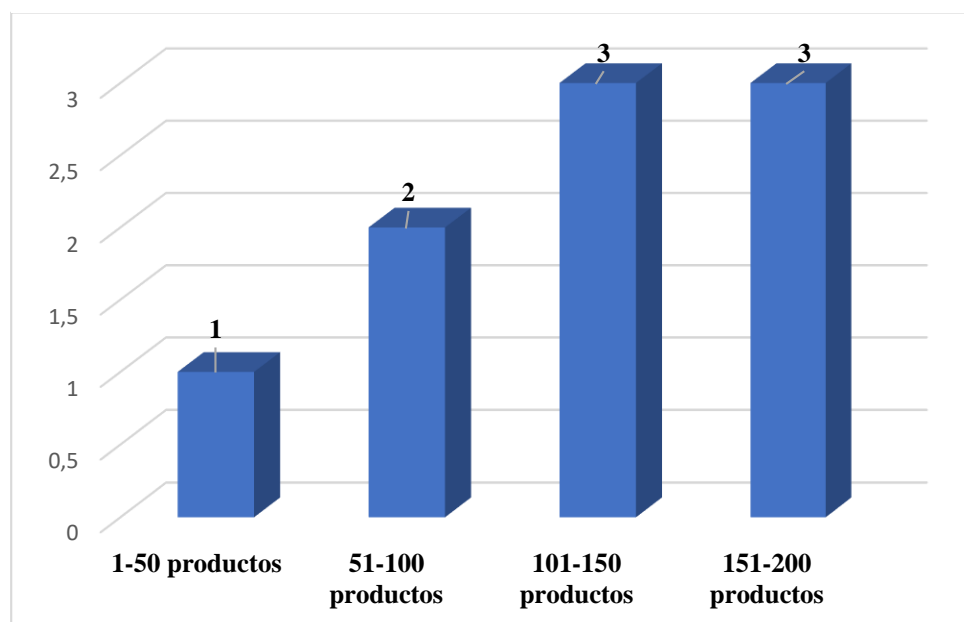
**Cuadro N° 24 Cantidad de suplementos deportivos que vende**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1-50 productos	1	11%
51-100 productos	2	22%
101-150 productos	3	34%
151-200 productos	3	33%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comerciantes.

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 22 Cantidad de suplementos deportivos que vende**



Fuente: Comerciantes.

Elaboración: El Autor.

#### **Análisis e Interpretación**

Con la encuesta aplicada a los 9 negocios del cantón Huaquillas se puede constatar que el 11% manifestaron que tienen ventas de 1-50 productos, el 22% tienen ventas de 51-100 productos, el 34% tienen ventas de 101-150 y el 33% tienen ventas de 151-200 productos deportivos.

### 5. ¿A qué precio vende la proteína ISO HD de la marca BPI SPORTS de 5 libras?

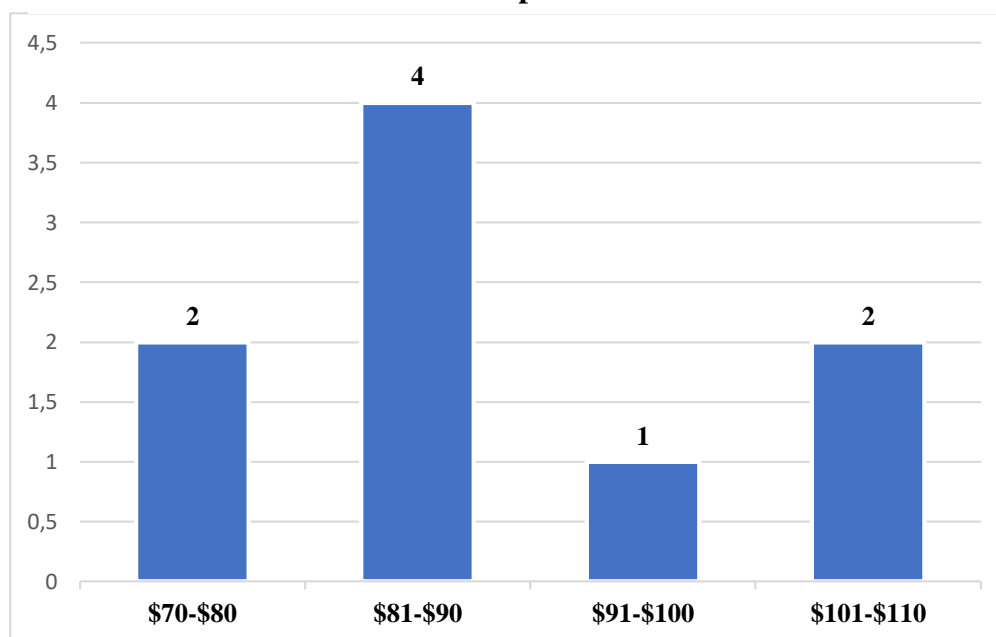
**Cuadro N° 25 Precio de la proteína ISO HD de 5 libras**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$70-\$80	2	22%
\$81-\$90	4	45%
\$91-\$100	1	11%
\$101-\$110	2	22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comerciantes.

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 23 Precio de la proteína ISO HD de 5 libras**



Fuente: Comerciantes.

Elaboración: El Autor.

### **Análisis e Interpretación**

Con la encuesta aplicada a los 9 negocios del cantón Huaquillas se puede constatar que el 22% manifestaron que la proteína la venden en el precio de \$70-\$80, el 45% la venden a \$81-\$90, el 11% la venden a \$91-\$100 y el 22% la venden en el precio de \$101-\$110.

## 6. ¿En dónde adquiere usted los suplementos deportivos para ser comercializadas?

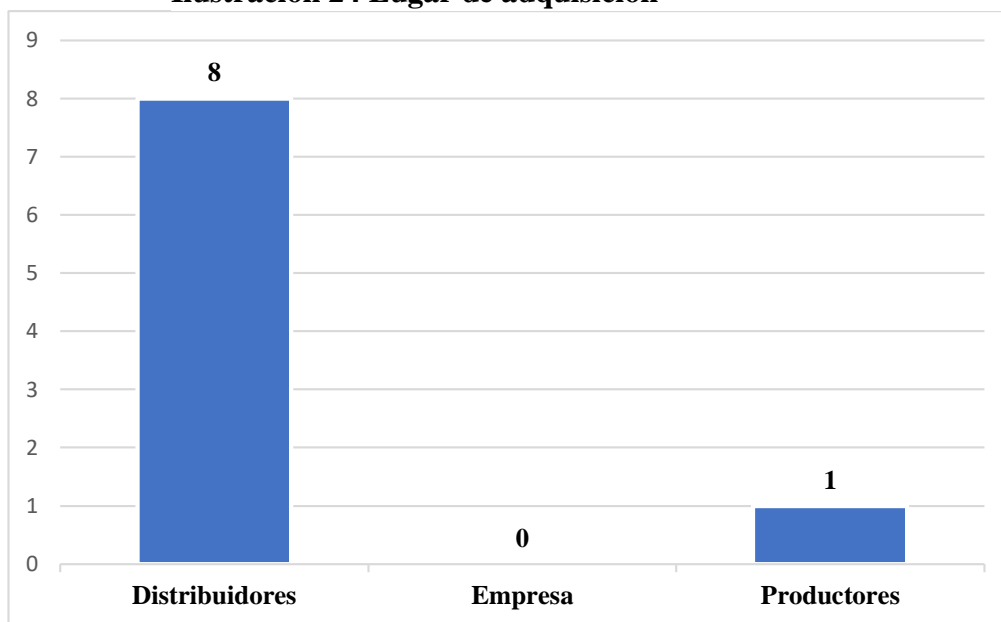
**Cuadro N° 26 Lugar de adquisición**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Distribuidores	8	89%
Empresa	0	0%
Productores	1	11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comerciantes.

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 24 Lugar de adquisición**



Fuente: Comerciantes.

Elaboración: El Autor.

### **Análisis e Interpretación**

Con la encuesta aplicada a los 9 negocios del cantón Huaquillas se puede constatar que el 89% manifestaron que los suplementos deportivos son adquiridos por distribuidores y el 11% son adquiridos por productores.



7. ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted utiliza para dar a conocer los productos que ofrecen en su negocio?

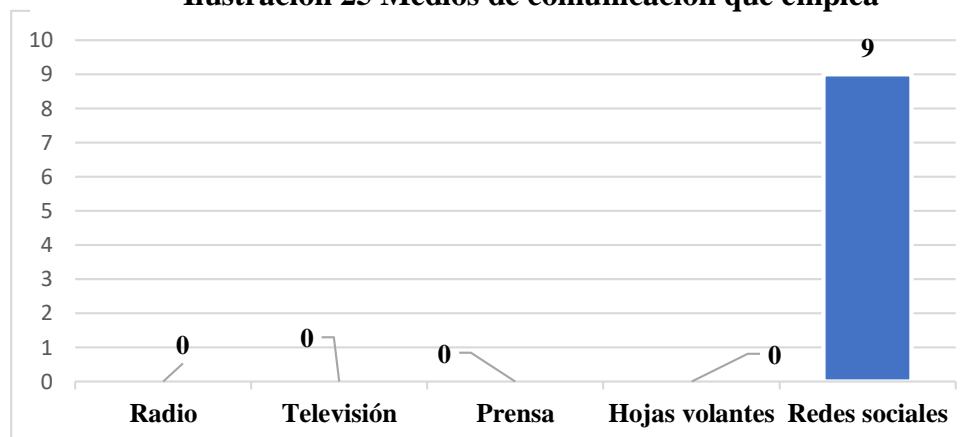
**Cuadro N° 27 Medios de comunicación que emplea**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio	0	0%
Televisión	0	0%
Prensa	0	0%
Hojas volantes	0	0%
Redes sociales	9	100%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comerciantes.

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 25 Medios de comunicación que emplea**



Fuente: Comerciantes.

Elaboración: El Autor.

### **Análisis e Interpretación**

Con la encuesta aplicada a los 9 negocios del cantón Huaquillas se puede constatar que el 100% manifestaron que el medio de comunicación que suelen usar son las redes sociales por la alta demanda que tiene las personas para comunicar o encontrar algún producto o servicio.

## Capítulo 2

En el capítulo 2, se abordarán todos los temas relaciones al estudio de mercado, demanda, demandantes, oferta, proyección de la demanda insatisfecha, plan de comercialización para poder analizar y conocer la situación real a la que se va a enfrentar al microempresa, en la ciudad de Huaquillas; dentro de este capítulo además se va a realizar un plan de comercialización en el que se colocará información referente al dicho información referente al producto que vamos a comercializar como es el envase, logotipo, slogan, precio, plaza promociones y publicidad.

### 2. Estudio de Mercado

El estudio de mercado es un proceso en el cual se logra obtener información para la toma de decisiones vinculada con el comportamiento de la oferta y demanda, gustos y preferencias del consumidor. De esta manera se realiza el plan de comercialización en lo concierne el producto, precio, plaza, promoción y publicidad. Donde se utilizó herramientas estadísticas, además de una información verídica y concisa para visualizar el mercado en el cual se implementará la micro empresa. Estos resultados ayudan a la realización del estudio técnico.

#### 2.1. Demandantes (mercado objetivo)

Los demandantes de los productos son las familias de la ciudad de Huaquillas. Según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010, la ciudad de Huaquillas cuenta con **48.285** habitantes; y para el 2019, año que se da inicio este proyecto de acuerdo a la proyección realizada con una tasa de crecimiento de **1,40%** anual es de **54.721** habitantes.

#### 2.2. Proyección de la población

Para obtener la población actualizada utilizamos la siguiente fórmula:

**Simbología:**

**P<sub>x</sub>** = Población futura.

**P<sub>b</sub>** = Población inicial es **48.285** habitantes de la ciudad de Huaquillas (2010).

**i** = Tasa de crecimiento anual es **1,40%**.

**n** = Años de proyección, (**2019 - 2024**).

**1** = constante numérica.

**Para el año 2019**

$$P_x = P_b (1 + i)^n$$

$$P_x = 48.285 \left(1 + \frac{1,40}{100}\right)^9$$

$$P_x = 48.285 (1 + 0,014)^9$$

$$P_x = 48.285 (1,014)^9$$

$$P_x = \mathbf{54.721}$$

Para el año 2019 mediante la proyección de la población, el total de la ciudad de Huaquillas según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) es de **54.721** habitantes. Para los siguientes años vamos se va elevando a la potencia que corresponde. Se detallará la población proyectada para los años de vida útil de la microempresa.

**Cuadro N° 28 Proyección de la población en estudio**

<b>Años</b>	<b>Crecimiento</b>	<b>Población</b>
2019	1.40%	54.721
2020	1.40%	55.487
2021	1.40%	56.264
2022	1.40%	57.052
2023	1.40%	57.850
2024	1.40%	58.660

**Fuente:** INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

**Elaboración:** El Autor.

### 2.3. Análisis de la demanda

Es el estudio que permite conocer cuál es el estado de la demanda de los productos en el mercado.

Poder identificar los tipos de demandas:

#### 2.3.1. Demanda Potencial

Se ha tomado encuesta la pregunta N°4 **¿Consume usted y su familia suplementos deportivos?** de la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Huaquillas, que el 100% manifestaron que, si consumen suplementos deportivos, dando el primer año un total de **54.721**, resultado que indica que las familias en su totalidad a ser los futuros demandantes de suplementos deportivos.

**Cuadro N° 29 Demanda Potencial**

<b>Años</b>	<b>Número de Familias</b>	<b>Demandantes Potenciales (100%)</b>
2019	54.721	54.721
2020	55.487	55.487
2021	56.264	56.264
2022	57.052	57.052
2023	57.850	57.850
2024	58.660	58.660
<b>Total</b>		<b>340034</b>

**Fuente:** Pregunta N°4.

**Elaboración:** El Autor.

### 2.3.2. Demanda Real

En la demanda real se multiplica la demanda potencial **54.721** por el porcentaje obtenido de la encuesta aplicada a los demandantes en la pregunta N°5 **¿En qué preparación ha consumido suplementos alimenticios usted y su familia?**, en donde el 53% manifestaron que consumen suplementos deportivos.

**Cuadro N° 30 Demanda Real**

<b>Años</b>	<b>Demandantes Potenciales</b>	<b>Demandantes Reales (53%)</b>
2019	54.721	29.002
2020	55.487	29.408
2021	56.264	29.820
2022	57.052	30.237
2023	57.850	30.661
2024	58.660	31.090
<b>Total</b>	<b>340.034</b>	<b>180.218</b>

Fuente: Pregunta N°5.  
Elaboración: El Autor.

Con el porcentaje del 53% se obtiene como demandantes reales en el primero año de **29.002** demandantes y en último año según la proyección de 5 años es de **31.090** demandantes.

### 2.4. Consumo Per cápita

Es la cantidad de los productos que van a consumirse por los clientes mensualmente, para tomar hincapié se ha tomado en consideración la pregunta N°11 de las encuestas aplicadas a los clientes **¿Qué cantidad de suplementos deportivos consumiría usted y su familia trimestral?**

Con los valores obtenidos se establece el consumo mensual es de 400 productos; para obtener el consumo per cápita el total mensual es 400 se divide para las 100 encuestas realizadas a los demandantes de la ciudad de Huaquillas, obteniendo un total de 4 productos, como consumo trimestral per cápita, siendo resultados positivos para la micro empresa a instalarse. Reconociendo que los suplementos deportivos es un complemento importante dentro del deporte.

**Cuadro N° 31 Consumo Per cápita**

Cantidad en Fundas	Cantidad(C)	Frecuencia (F)	Veces (V)	F*C	(F*C) * V
0 a dos productos	1	100	4	100	400
Tres a cuatro productos	3,5	0	4	0	0
Cinco a seis productos	5,5	0	4	0	0
<b>Total</b>	<b>9.5</b>	<b>100</b>		<b>100</b>	<b>400</b>

Fuente: Pregunta N°11.

Elaboración: El Autor.

**Fórmula:**

En donde:

$$\dot{x} = \frac{\Sigma (F * C) * V}{\Sigma F}$$

$$\dot{x} = \frac{400}{100}$$

$\dot{x} = 4$  Productos de Suplementos Deportivos trimestral.

El consumo promedio trimestral de suplementos deportivos por parte de los demandantes de la ciudad de Huaquillas, se da haciendo una división de la sumatoria del total de veces trimestral para el número de encuestados, como resultado da el consumo promedio trimestral de productos de suplementos deportivos que es de 4 veces.

### 2.4.1. Demanda Efectiva

Una vez que se calculó la demanda real y el consumo promedio anual per cápita es importante conocer la demanda efectiva en la ciudad de Huaquillas, se tiene que verificar en la aplicación de la encuesta a los demandantes en la pregunta N°10 **Si se instalaría en Huaquillas una empresa de comercialización de suplementos deportivos. ¿estaría dispuesto a consumir los productos usted y su familia?** En donde el 100% están dispuestos a adquirir los productos de suplementos deportivos.

**Cuadro N° 32 Demanda Efectiva**

<b>Años</b>	<b>Demandantes Reales</b>	<b>Demandantes Efectivos (100%)</b>	<b>Consumo Per Cápita</b>	<b>Demanda Efectiva</b>
2019	29.002	29.002	4	116.009
2020	29.408	29.408	4	117.633
2021	29.820	29.820	4	119.279
2022	30.237	30.237	4	120.949
2023	30.661	30.661	4	122.643
2024	31.090	31.090	4	124.360
<b>Total</b>	<b>180.218</b>	<b>180.218</b>		<b>720.872</b>

**Fuente:** Pregunta N°10.

**Elaboración:** El Autor.

Se obtuvo de resultados en la demanda efectiva en el primer año **29.002** multiplicado por el promedio de consumo trimestral que es **4** como resultado para el primer año es de **116.009** productos de suplementos deportivos trimestrales y así hasta el año 5 de la proyección es **124.360** productos trimestrales.

## **2.5. Análisis de la Oferta**

El análisis de la oferta tiene como finalidad establecer las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretenden vender en el mercado. La oferta es la cantidad de productos que se colocan a disposición del público consumidor (mercado) en determinadas cantidades, precios, tiempos y lugares.

El análisis de la oferta permite evaluar fortalezas y debilidades e implementar estrategias para mejorar la ventaja competitiva. Debe efectuarse una revisión histórica, actual y futura de la oferta para establecer cuántos bienes han entregado los competidores, cuántos están entregando y cuántos podrán ofrecer al mercado. (Corvo, Lifeder.com, 2018)

En la actualidad en la ciudad de Huaquillas se encuentra 9 personas comercializadoras de suplementos deportivos, cada comercializador tiene su propio distribuidor autorizado que les abastece con suficientes suplementos deportivos para los consumidores, presentándose una diferencia entre precios entre los 9 comercializadores por cada producto ya que cada comercializadora cancela en diferentes formas que vería el precio final y dependiendo del distribuidor.

## **2.6. Promedio de Ventas**

El promedio de ventas se obtiene con el cálculo de las ventas que tienen nuestra competencia, el periodo semanal que tiene el año que en total de 52 semanas y se tiene los resultados.



Cuadro N° 33 Promedio de Ventas

Cantidad en Productos	Xm	Frecuencia	Periodo Semanas	Consumo Anual
1-50 productos	25,5	1	52	1.326
51-100 productos	75,5	2	52	7.852
101-150 productos	125,5	3	52	19.578
151-200 productos	175,5	3	52	27.378
<b>TOTAL</b>	<b>402</b>	<b>9</b>	<b>52</b>	<b>56.134</b>

Fuente: Cuadro N°24.

Elaboración: El Autor.

## 2.7. Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta se toma en consideración el tiempo de vida del proyecto que es de **5 años** con una tasa de crecimiento del **1,40%** debido a que si se incrementa la población entonces se incrementara la oferta.

Cuadro N° 34 Proyección de la Oferta

Años	Tasa de Crecimiento 1,40%	Oferta Total Anual
2019	1.40%	56.134
2020	1.40%	56.920
2021	1.40%	57.717
2022	1.40%	58.525
2023	1.40%	59.344
2024	1.40%	60.175
<b>Total</b>		<b>348.815</b>

Fuente: Cuadro N°33.

Elaboración: El Autor.

## 2.8. Análisis de la Demanda Insatisfecha

El análisis de la demanda insatisfecha es el cálculo de la diferencia que existe entre la oferta y la demanda, las mismas que se fueron proyectadas para los años propuestas de 5 años de vida.

**Cuadro N° 35 Demanda Insatisfecha**

<b>Años</b>	<b>Demanda Efectiva</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2019	116.009	56.134	59.875
2020	117.633	56.920	60.713
2021	119.279	57.717	61.563
2022	120.949	58.525	62.425
2023	122.643	59.344	63.299
2024	124.360	60.175	64.185

**Fuente:** Cuadro N°32 y N°34.

**Elaboración:** El Autor.

Con el estudio realizado se pudo conocer el análisis de la demanda insatisfecha, dando de resultado que es factible la creación de la micro empresa dedicada a la comercialización de suplementos deportivos en la ciudad de Huaquillas, enfocando los 5 años de vida que tiene este proyecto del micro emprendimiento se pudo detectar una gran demanda insatisfecha. Para el primer año el superávit de la demanda es de **59.875** y para el año 5 el superávit se proyecta en **64.185**, dando una respuesta positiva como oportunidad de mercado.

## **2.9. Plan de Comercialización**

El plan de comercialización es un factor primordial en la empresa para llegar a los clientes y dar a conocer los productos que ofrecerá la micro empresa que se dedica a la comercialización de suplementos deportivos en la ciudad de Huaquillas, usando los espacios en la radio de la localidad para atraer clientes y así poder ser los líderes en el mercado, empleando el Marketing Mix: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

### **2.9.1. Producto**

"Un producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los

cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos.

Por tanto, un producto puede ser un bien (una guitarra), un servicio (un examen médico), una idea (los pasos para dejar de fumar), una persona (un político) o un lugar (playas paradisíacas para vacacionar), y existe para 1) propósitos de intercambio, 2) la satisfacción de necesidades o deseos y 3) para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa)". (Thompson, 2009)

La micro empresa ofrecerá productos de calidad, pensando en los clientes, los productos con los trabajamos son suplementos deportivos, los cuales pasarán por un proceso de aceptación, vendrán en diferentes presentaciones: Pomos, frascos, saches de distintos pesos y sabores. Los mismos estarán dirigidos al mercado de la ciudad de Huaquillas. La empresa tendrá un horario de atención de lunes a sábados de 08h00 a 13h00 y 15h00 a 18h00.

#### **2.9.1.1. Slogan**

El eslogan es una palabra o frase corta fácil de recordar, un lema original e impactante, que a menudo se utiliza en la publicidad y la propaganda política como frase identificativa. Además, se espera generar confianza en el interlocutor o público al que va dirigido el mensaje. (Delgado, 2019)

#### **Ilustración26 Slogan**

**“Alimentante sano y Entrena sucio”**

**Elaboración:** El Autor.

### 2.9.1.2. Logotipo

El logotipo es un diseño gráfico que representa la imagen corporativa e identidad visual de una marca, el logotipo de la micro empresa es el siguiente:

**Ilustración 27 Logotipo**



Elaboración: El Autor.

### 2.9.2. Precio

La micro empresa comercializadora en suplementos deportivos para fijar el precio de los productos utilizara los precios en relación con los precios de la competencia, los costos de traslado desde el distribuidor hasta el local de comercialización en la ciudad de Huaquillas, para poder ofrecer a los clientes una nueva alternativa de oferta entre los locales existentes. Los precios dependerán del tipo de producto según sus características: Tipo de suplemento (proteína, creatina, glutamina, quemadores, pre entrenos, BCAA'S), Marca (Optimum Nutrition, BPI Sports, Mucletech, Universal Nutrition) y el peso de los productos que va desde una libra hasta 22 libras.

Para determinar dicho precio se ha realizado los siguientes cálculos: una vez obtenido el costo unitario del producto de cada año, se le ha asignado un margen de utilidad año tras año, con la

finalidad de obtener un precio de venta al público (PVP) adecuado, y que proporcione ganancias a la microempresa, el margen de utilidad se lo colocó en base al costo unitario y a los precios de la competencia con la finalidad de que año a año nuestros suplementos deportivos puedan competir con los precios de los productos similares que están en el mercado para lo cual se muestra a continuación la siguiente tabla

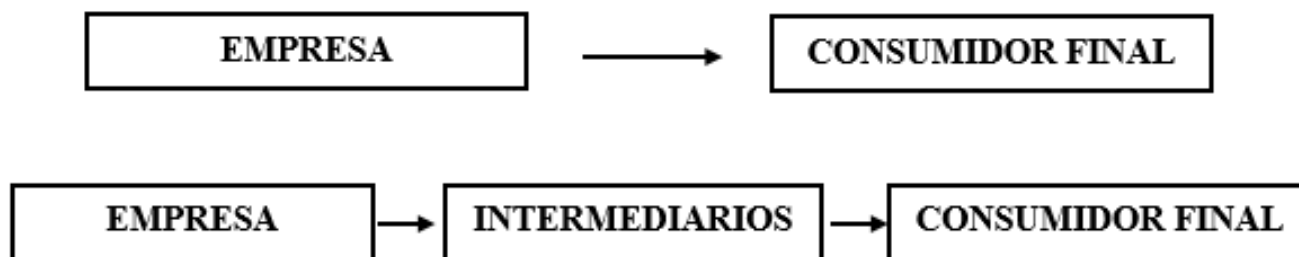
<b>AÑOS</b>	<b>COSTO UNITARIO DE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>MARGEN UTILIDAD</b>	<b>PVP</b>
<b>1</b>	\$31,37	50%	\$47,05
<b>2</b>	\$31,34	55%	\$48,57
<b>3</b>	\$31,58	60%	\$50,53
<b>4</b>	\$31,56	65%	\$52,07
<b>5</b>	\$31,85	70%	\$54,14

**Elaboración:** EL autor

### **2.9.3. Plaza**

La plaza compone los canales de comercialización o distribución que se usa para hacer llegar los productos de los suplementos deportivos a los clientes finales, en donde se comercializará a través de diferentes distribuidores o intermediarios, se los podrá adquirir en gimnasios, crossfit, centros deportivos (futbol, box, atletismo) y en el local comercial de la empresa.

### Ilustración 28 Canal de comercialización



Elaboración: El Autor.

En los canales de distribución la micro empresa se dedica a la comercialización de los suplementos deportivos en donde se empleará dos canales para poder llegar a los clientes: 1. – comienza en la micro empresa hasta el cliente final, 2. – va desde la micro empresa luego los intermediarios hasta llegar al consumidor final.

#### 2.9.4. Promoción – Publicidad

La micro empresa para dar a conocer a la ciudadanía de la ciudad de Huaquillas de los suplementos deportivos, se lo realizara a través de los medios de comunicación de preferencia por los clientes. Según a la encuesta realizada a los habitantes en la pregunta N°13 **¿A través de qué medios le gustaría enterarse a usted y su familia de los nuevos productos deportivos en stock?** el plan de promoción – publicidad se lo realiza dentro de los 5 años de vida del proyecto.

##### 2.9.4.1. Publicidad

Maykel's Sports World, informara a sus clientes por la emisora radial de la ciudad de Huaquillas, realizando 4 cuñas radiales mensuales en el horario de la mañana, en la emisora de mayor sintonía y aceptación como la radio Genesis y la radio Onda Sur. Cada cuña publicitaria tiene un valor de

\$5.00 y se prevé transmitirla durante el año que da un resultado de 24 cuñas publicitarias con un valor de \$120,00 anuales y al mes de \$10,00.

Las redes sociales es un medio de comunicación muy indispensable para la empresa, gracias a la demanda que presenta las familias de la ciudad de Huaquillas para informarse sobre los productos que estamos ofertando se dará a conocer mediante Facebook, Instagram y WhatsApp.

### Ilustración 29 Diseño de la Cuña Radial



“Maykel’s Sports World” ofrece a sus clientes una cartera de productos de suplementos deportivos para lograr ese físico anhelado, productos para subir y bajar de peso. Somos tu mejor opción en la frontera sur del Ecuador.

**Ubicados:** Avenida la Republica, entre 19 de octubre y Santa Rosa.

**Contáctanos:** 0991181548.

Elaboración: El Autor.

### Ilustración 30 Diseño de la Cuña Radial



Elaboración: El Autor.

**Cuadro N° 36 Presupuesto de publicidad**

<b>Medio de Comunicación</b>	<b>Frecuencia de Publicidad</b>	<b>Costo por Transmisión</b>	<b>Costo Mensual</b>
Redes Sociales	12 veces al mes	7,00	84,00
Cuña Radial	4 veces al mes	5,00	10,00
<b>Total, Mensual</b>			<b>94,00</b>
<b>Total, Anual</b>			<b>1.128,00</b>

**Fuente:** Facebook, Instagram y Radio Genesis.

**Elaboración:** El Autor.

#### **2.9.4.2. Promoción**

Dentro del plan de comercialización la promoción se trata de un conjunto de técnicas integradas en el plan de marketing, que tienen la finalidad de ofertar y promocionar los productos, con un incentivo para que los demandantes compren dicho producto.

- Descuentos por volúmenes de compra.
- En épocas determinadas del año por cada recomendación de compra efectiva en un combo lleva el 45% de descuento en su siguiente combo.
- Promoción por la compra de 2 combos de suplementos alimenticios el tercer combo a mitad de precio.



### **Capítulo 3**

Dentro de este capítulo se va a elaborar un estudio técnico que nos va a permitir conocer y determinar el tamaño del proyecto, la capacidad instalada y la capacidad utilizada, la participación del mercado; la localización macro y micro dentro de la ciudad de Huaquillas, la ingeniería del proyecto, la distribución de la planta, los detalles del proceso de comercialización y todo cuanto sea necesario para poder poner en funcionamiento la microempresa comercializadora de suplementos deportivos.

#### **3. Estudio técnico**

Un estudio técnico permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinado, podemos realizar una estructura de costos de los activos mencionados.

##### **3.1. Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto es la capacidad instalada, expresándose en unidades de producción del producto por cada año, es la capacidad de producir una cantidad de productos en un tiempo determinado. Es la micro empresa la capacidad instalada es la tecnología que posee en donde permita comercializar productos al año.

### 3.2. Tamaño de la planta

#### 3.2.1. Capacidad instalada

La capacidad instalada de la micro empresa es el tamaño total de la comercialización de sus productos, debe estar acorde con la demanda que existe para tener participación en el mercado.

Se calcula la capacidad instalada con la información de la demanda insatisfecha y la capacidad de comercialización que se lo obtiene con el número de suplementos deportivos adquiridos trimestral que es de **4** multiplicado con el número de familias para el actual año 2020 que es **13.872**.

**Horas laborales:** 8 horas diarias.

**Días laborales:** 260 días.

**Número de familias:** 13.872.

**Comercialización Anual:** 55.488.

**Cuadro N° 37 Capacidad Instalada**

Años	Demanda Insatisfecha	Capacidad de Comercialización
2020	60713	55.488
2021	61563	55.488
2022	62425	55.488
2023	63299	55.488
2024	64185	55.488

**Fuente:** Cuadro N°35.

**Elaboración:** El Autor.

#### 3.2.2. Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada en la micro empresa corresponde a la comercialización en donde el año 1 y el año 2 se previsto comercializar 80%, para el año 3 y el año 4 una comercialización de 90% y para el año 5 del 100%

**Cuadro N° 38 Capacidad Utilizada**

<b>Años</b>	<b>Capacidad Instalada</b>	<b>% Capacidad Instalada</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>
2020	55488	80%	44.390
2021	55488	80%	44.390
2022	55488	90%	49.939
2023	55488	90%	49.939
2024	55488	100%	55.488

**Fuente:** Cuadro N°38.

**Elaboración:** El Autor.

### 3.2.3. Participación en el mercado

Maykel's Sports World tiene presente la participación en el mercado es donde constituye la parte importante en un mercado o segmento que se establezca, puede ser: semanal, trimestral, mensual o anual y la micro empresa se enfocara en hacerlo anual.

**Cuadro N° 39 Participación en el mercado**

<b>Años</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>	<b>Porcentaje de Participación en el Mercado</b>
2020	60713	44390	73,12
2021	61563	44390	72,11
2022	62425	49939	80,00
2023	63299	49939	78,89
2024	64185	55488	86,45

**Fuente:** Cuadro N°39.

**Elaboración:** El Autor.

### 3.3. Localización de la planta

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos: la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios). (Baca, 2010)

### 3.3.1. Macro localización

La macro localización consiste en definir y especificar la zona, región, provincia o área geográfica en la que se desarrollará el estudio del proyecto que se esté realizando dentro de un tiempo.

El proyecto se realiza para comercializar suplementos deportivos, se encuentra ubicado en la provincia de El Oro, cantón Huaquillas.



Fuente: GAD Municipal de Huaquillas.

### 3.3.2. Micro localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad.

La empresa será instalada dentro del cantón que es adecuado para las instalaciones en donde consta con todas las necesidades que demanda la empresa, está ubicada en las calles avenida la Republica entre 19 de octubre y Santa Rosa, latitud -3.481585 y longitud -80.23943.



**Fuente:** GAD Municipal de Huaquillas.

Maykel's Sports World es una micro empresa que comenzara sus actividades en el mercado de Huaquillas, en donde se ha tomado la decisión que instalar en un local arrendado debido a los costos y el tiempo que tomara en construir el lugar para la micro empresa.

### 3.4. Ingeniería del proyecto

La ingeniería de proyectos es aquella etapa en la que se definen los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas: máquinas y equipos, lugar de implantación, tareas para el suministro de insumos, recursos humanos, obras complementarias, dispositivo de protección ambiental, entre otros.

### 3.5. Distribución de la planta

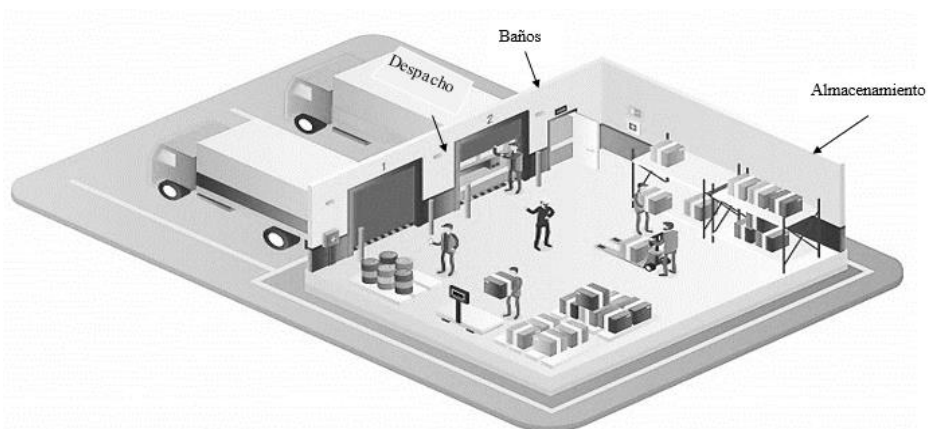
La distribución del área de la micro empresa debe estar acorde a buenas condiciones laborales para un buen desempeño, funcionara en un local arrendando, ubicado en las calles: Avenida la Republica entre 19 de octubre y Santa Rosa, lugar céntrico de la ciudad para las personas adquieran sus productos de la ciudad de Huaquillas y clientes del país vecino Perú.

La micro empresa dedicada a la comercialización de suplementos deportivos contara con personal calificado en las diferentes áreas y labores para brindar un servicio de excelencia.

#### 3.5.1. Instalaciones de la micro empresa

- ✓ Gerencia;
- ✓ Contabilidad;
- ✓ Recepción y almacenamiento de los productos;
- ✓ Despachos;
- ✓ Garaje;
- ✓ Baños;

**Ilustración 33 Distribución de la Micro Empresa**



**Elaboración:** El Autor.

La anterior ilustración nos muestra la distribución de las instalaciones de la micro empresa de Maykel's Sports World dedicada a la comercialización de suplementos deportivos.

Para poder comercializar los suplementos deportivos son necesarios los siguientes recursos;

### 3.5.2. Instalaciones necesarias para la comercialización

- **Local**

Detalle	m <sup>2</sup>
<b>Superficie total de construcción</b>	180m <sup>2</sup>
<b>2 Oficinas con baño</b>	25 m <sup>2</sup> c/u
<b>Servicios: Área recepción y despacho</b>	60m <sup>2</sup>
<b>Almacenamiento y ventas</b>	25 m <sup>2</sup>
<b>Sala de espera</b>	15 m <sup>2</sup>

Elaborado por: El autor

### 3.5.3. Equipo y materiales para la comercialización

Para la adecuada comercialización de los suplementos deportivos, se estudió los equipos que se emplearan en la micro empresa considerando la cantidad de equipos y los precios. Aquí se describirá los equipos a utilizarse:

#### Góndolas

**Ilustración 34 Góndolas de pared**



**Fuente:** Góndolas & Perchas S.A.

- Acero laminado.
- Alto 2 mts y ancho 1,22 mts.

- Firmeza en el espaldar sobre la pared.
- Ideales para temperaturas altas y bajas.
- Seguridad de los productos en sus bandejas.



**Fuente:** Góndolas & Perchas S.A.

- Acero laminado.
- Ideales para temperaturas altas y bajas.
- Alto 1,34 mts, ancho 0,60 mts y profundidad 0,30 mts.



**Fuente:** Góndolas & Perchas S.A.

- Acero laminado y vidrio transparente
- Medidas: 200 x 200 x 40 cm.
- Iluminación en lados inferiores.



### Ilustración 37 Caja check en C



**Fuente:** Góndolas & Perchas S.A.

- Acero laminado.
- Medidas: 90 x 180 x 115 cm.
- Ideal para el peso de los suplementos.
- Cómodo para el personal encargado de caja.

### Ilustración 38 Escalera con Plataforma



**Fuente:** Skalec seguridad y confianza.

- Fabricado en aluminio de primera calidad.
- Fabricación al milímetro de la altura necesaria del cliente.
- Agarraderos laterales y posterior.

### Ilustración 39 Balanza electrónica digital



Fuente: Distribuidora Vásquez.

- **Capacidad: 40 kg/5g.**
- **Recordatorio de sobre peso.**
- **Bandeja de Acero Inoxidable.**

### 3.6. Proceso de comercialización

Maykel's Sports World tiene el proceso de comercialización de suplementos deportivos que se ofrecerá en la ciudad de Huaquillas, que comprende desde la llegada de los productos en donde pase un proceso de pasos en donde termina en el despacho para después ser comercializado para los clientes.

### 3.6.1. Fases del proceso de comercialización

1. **Recepción de los productos.** – La llegada de los productos al local el gerente supervisara y verificara; la hora de llegada, estado de los productos y la cantidad de productos.
2. **Pesaje.** – Este paso se lo realiza para verificar que los productos enviados desde el proveedor se encuentran cumpliendo los estándares adecuados.
3. **Clasificación.** – Se seleccionará los productos de una marca para ser colocados en un lugar especificado para la marca.
4. **Almacenamiento y despacho.** – La caja de los suplementos deportivos estarán en un almacenamiento colocados sobre pallets por el cuidado que se le tiene que dar para que los productos no sufran ningún tipo de golpe.

### 3.6.2. Flujoograma de procesos

Maykel's Sports World es una micro empresa dedicada a la comercialización de suplementos deportivos en la ciudad de Huaquillas con una jornada de 8 horas diarias de lunes a viernes, se detallará los procesos de la micro empresa en un flujoograma.

Para reconocer cada proceso se tomó la siguiente nomenclatura:

#### Ilustración 40 Simbología






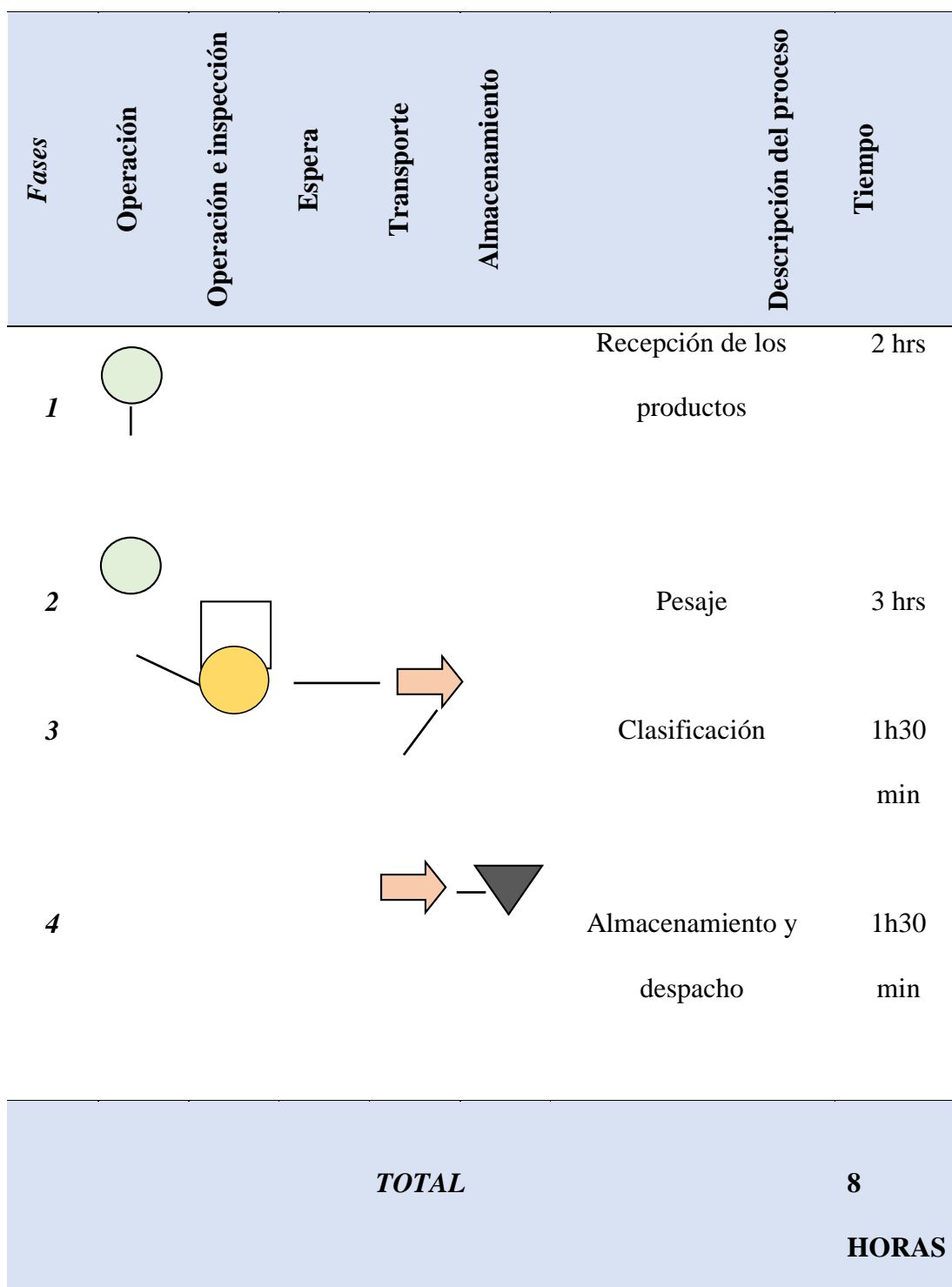
SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Operación
	Transporte
	Espera
	Almacenamiento o archivo
	Inspección

Ilustración 41 Diagrama de flujo de procesos de la comercialización



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: El Autor.

### **3.7. Aspectos ambientales**

En aspectos ambientales la micro empresa se compromete a contribuir con el cuidado del medio donde se realizará la comercialización de los suplementos deportivos, los restos de cartones sobrantes después de entrar los productos a almacenamiento se les dará el uso de entrega en el momento de realizar un cliente la adquisición de los productos para no hacer el uso de fundas.

En la actualidad, en otros países las fundas tienen un precio para el vendedor como para la persona que compra un producto, en nuestro país se está empleando que tendrá un costo cada funda y la micro empresa piensa en sus clientes por eso se dará uso a los cartones para el traslado de sus productos.

## Capítulo 4

En el presente capítulo los temas de relevancia a tratar son el estudio organizacional que la microempresa va a considerar para lograr una planificación estratégica eficiente y eficaz, estructura organizacional sólida, legalidad, fiscalidad, aspectos laborales, fuentes y métodos de reclutamiento, etc.; se hará constar además un acta constituida donde se incluyen leyes, artículos y reglamentos que los socios van a dar cumplimiento para un correcto funcionamiento y organización de dicha sociedad, también se colocará la participación que tendrá cada socio dentro de la microempresa, según su aporte y el capital social de la misma; así también consta los objetivos que tiene la sociedad al conformar la microempresa, todos los trámites administrativos necesarios para un óptimo y legal funcionamiento de la microempresa comercializadora y el tiempo de duración que va a tener la misma.

### **4. Estudio Organizacional**

El estudio organizacional consistirá en determinar la organización que la empresa deberá considerar para su establecimiento. Así tendrá presente la planificación estratégica, estructura organizacional, legalidad, fiscalidad, aspectos laborales, fuentes y métodos de reclutamiento, etc.

Se trata de realizar un análisis para la obtención de la información pertinente para determinar los aspectos organizacionales del proyecto, procedimientos administrativos, laborales, aspectos legales, ecológicos, fiscales.

Para tener un buen funcionamiento es importante establecer un marco legal y organizacional, en donde se detallada las funciones y responsabilidades del personal de la micro empresa.

La micro empresa estará sujeta a todas las leyes, reglamentos y normas:

- ✓ Constitución de la República del Ecuador año 2008.
- ✓ La Ley de Compañías del Ecuador.
- ✓ Código de Trabajo del Ecuador.
- ✓ Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.
- ✓ La Superintendencia de Compañías.

La micro empresa está proyectada para cinco años de vida, una vez culminado el periodo, el capital social podrá ser renovado si los socios estén de acuerdo sino de lo contrario se dará por culminado la micro empresa.

#### **4.1. Organización Legal**

La micro empresa “Maykel’s Sports World” busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

#### **4.2. Acta Constitutiva**

Este documento cumple una función importante en la micro empresa, es necesario para la formación legal el cual debe ser redactado y firmada por todos los socios que van a formar parte, así se obtendrá los datos correspondientes de la formación de los integrantes, las funciones y las firmas de cada uno de ellos en la micro empresa.

**4.2.1. Acta constitutiva de la micro empresa “MAYKEL’S SPORTS WORLD CÍA.  
LTDA.”**

**CONSTITUCIÓN COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

**PRIMERA. - COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. –**

Intervienen en la celebración de este contrato, los señores LIMBERG MAYKEL HIDALGO APONTE y NELLY APONTE FARFÁN; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, soltero el primero, y casados los dos últimos, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada. “MAYKEL’S SPORTS WORLD CÍA. LTDA.” la misma que se registrá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

**SEGUNDA. - ESTATUTOS DE “MAYKEL’S SPORTS WORLD CÍA. LTDA.”**

**CAPITULO PRIMERO**

**DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO,**

**FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN**

ARTICULO UNO. - Constituyese en Huaquillas, con domicilio en el mismo lugar, provincia del Oro. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada “MAYKEL’S SPORTS WORLD CÍA. LTDA.”



ARTICULO DOS. - La compañía tiene por objeto y finalidad, la comercialización de suplementos deportivos, y cualquier otra actividad afín con la expresada. La compañía podrá por sí o por otra persona natural o jurídica intervenir en la venta y exportación de los productos que elabore si ello es conveniente a sus Intereses; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, y para celebrar contratos con otras empresas que persigan finalidades similares sean nacionales o extranjeras.

ARTICULO TRES. - La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTICULO CUATRO. - El plazo de duración del contrato social de la compañía es de cinco años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

## **CAPITULO SEGUNDO**

### **DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL**

ARTICULO CINCO. - El capital social de la compañía es de **\$125.306,71** dividido en cincuenta mil doscientas participaciones de un dólar cada una para cada socio de la compañía, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEIS. - La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

ARTICULO SIETE. - El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTICULO NUEVE. - Todas las participaciones son de Igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTICULO DIEZ. - Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios

tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

ARTICULO ONCE. - En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

### **CAPITULO TERCERO**

#### **DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES**

ARTICULO DOCE. - Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

ARTICULO TRECE. - Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTICULO CATORCE. - La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

## **CAPITULO CUARTO**

### **DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN**

ARTICULO QUINCE. - El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTICULO DIECISEIS. - DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS. - La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTICULO DIECISIETE. - Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTICULO DIECIOCHO. - Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren

ARTICULO DIECINUEVE. - Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de

anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTICULO VEINTE. - El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTICULO VEINTIUNO. - Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO VEINTIDÓS. - Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTICULO VEINTITRÉS. - Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTICULO VEINTICUATRO. - Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendrá la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTICULO VEINTICINCO. - Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo.

ARTICULO VEINTISÉIS. - Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTICULO VEINTISIETE. - DEL PRESIDENTE. - El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTICULO VEINTIOCHO. - Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

- Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios;
- Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;
- Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

ARTICULO VEINTINUEVE. - DEL GERENTE. - El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTICULO TREINTA. - Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

- Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;
- Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

## CAPÍTULO QUINTO

### DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO. - La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS. - No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

---

#### 4.3. Razón Social

En el **Art. 16** de la Ley de Compañías manifiesta: La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

La micro empresa dedicada a la comercialización de suplementos deportivos, será de Responsabilidad Limitada, tendrá la siguiente razón social **“MAYKEL’S SPORTS WORLD CÍA. LTDA.”**

En el **Art 92** de la Ley de Compañías indica, La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para

determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

#### **4.4. Domicilio de la micro empresa**

El domicilio es muy importante para la micro empresa, el lugar donde estará instalada es un punto estratégico para los demandantes puedan acceder y adquirir los productos sin ninguna dificultad, en el estudio de la localización de la micro empresa se determinó que el lugar apropiado será en el centro de la ciudad de Huaquillas de la provincia de El Oro, en las calles Avenida la Republica entre 19 de octubre y Santa Rosa.

#### **4.5. Objetivos de la micro empresa**

“MAYKEL’S SPORTS WORLD CIA. LTDA.” Es una micro empresa que tiene como objetivo la comercialización de productos de suplementos deportivos para las familias de la ciudad de Huaquillas, se laborara 8 horas diarias de lunes a viernes los 260 días al año.

#### **4.6. Capital Social**

El capital de la compañía de Responsabilidad Limitada estará conformado por las aportaciones de los socios. Al constituirse el capital deberá estar pagado por lo menos el cincuenta por ciento por parte de cada socio. Las aportaciones pueden ser en valores numéricos o en especie como consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan al funcionamiento de la compañía.

La micro empresa cuenta con un capital de \$50.200,71 y estará conformado por dos socios los mismo que aportarán el capital en partes iguales, para la inversión inicial.



#### 4.7. Tiempo de duración de la micro empresa

La presente micro empresa se constituye por un tiempo de 5 años de vida empresarial, el cual empezara a contar desde la fecha de inscripción del Contrato Social en el Registro Mercantil, y autorizado por la Superintendencia de Compañías, para que el proyecto dure hasta el 2024.

##### 4.7.1. Trámites administrativos

TRÁMITE	CONCEPTO	LUGAR	DOCUMENTO	PLAZO	COSTO
<b>Estudio preliminar</b>	Documento donde se detalla con precisión la información del emprendimiento que se quiere realizar, para definir los propósitos, las ideas, y las formas operativas y productivas de la “idea de negocio.”;	Huaquillas	Plan de negocios	2 meses	300
<b>Constitución legal</b>	Proceso a través del cual una persona o un grupo de personas registran su empresa ante el gobierno con el fin de cumplir con la ley, y acceder a las diversas ventajas que presenta tener una empresa constituida legalmente.	Huaquillas	Escritura	5 años	250
<b>Patente municipal</b>	Documento obligatorio para las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales	Huaquillas	Recibo pago patente	1 año	107,48
<b>Pago de bomberos</b>	Esta tasa se paga de acuerdo a la actividad	Huaquillas	Recibo pago bomberos	1 año	7,5

	que ejercen, esto implica la inspección al local y se elabora los permisos de funcionamiento previo al cumplimiento de las normas de seguridad,				
<b>Permisow de funcionamiento,ARCSA</b>	Documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.	Huaquillas	Papel avalado	1 año	270

**Elaborado por:** El autor

#### **4.8. Nacionalidad**

Maykel's Sports World es una micro empresa en proceso de constitución y ejecución de nacionalidad ecuatoriana, en donde se sujetará, operará, administrará y cumplirá con las leyes, reglamentos, normativas y decretos vigentes de la República del Ecuador.

#### **4.9. Organización Administrativa**

En la micro empresa Maykel's Sports World la organización administrativa es la estructura de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos, con el fin de lograr la máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.

#### **4.10. Niveles jerárquicos**

La micro empresa establece niveles jerárquicos sujeta a la Ley de Compañías, las cuales son:

#### **4.10.1. Nivel legislativo**

Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa.

#### **4.10.2. Nivel ejecutivo**

Lo conforma el Gerente de la micro empresa, quien es nombrado en la gente general de socios, el mismo será responsable del éxito o fracaso, ejecutando las políticas, leyes y reglamentos dictados por la junta.

#### **4.10.3. Nivel asesor**

Está representando por el Asesor Jurídico de la micro empresa el cual este encargado de asesorar en temas legales de la micro empresa, este será temporal.

#### **4.10.4. Nivel auxiliar o de apoyo**

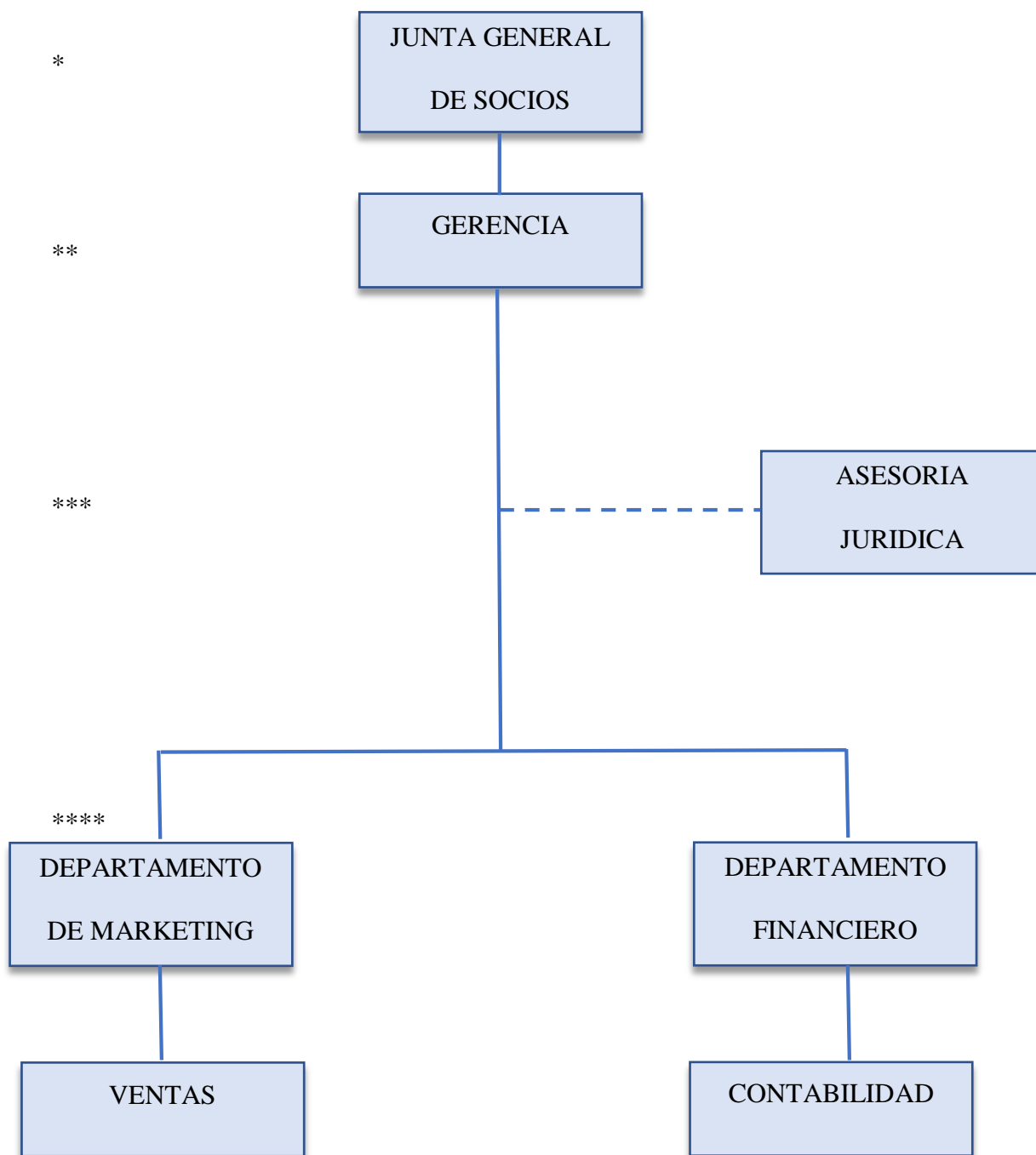
Está conformado por una contadora que apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

#### **4.10.5. Nivel operativo**

En este nivel el personal estará encargado de realizar las actividades laborales de la micro empresa para la comercialización de los productos de suplementos deportivos a los clientes.

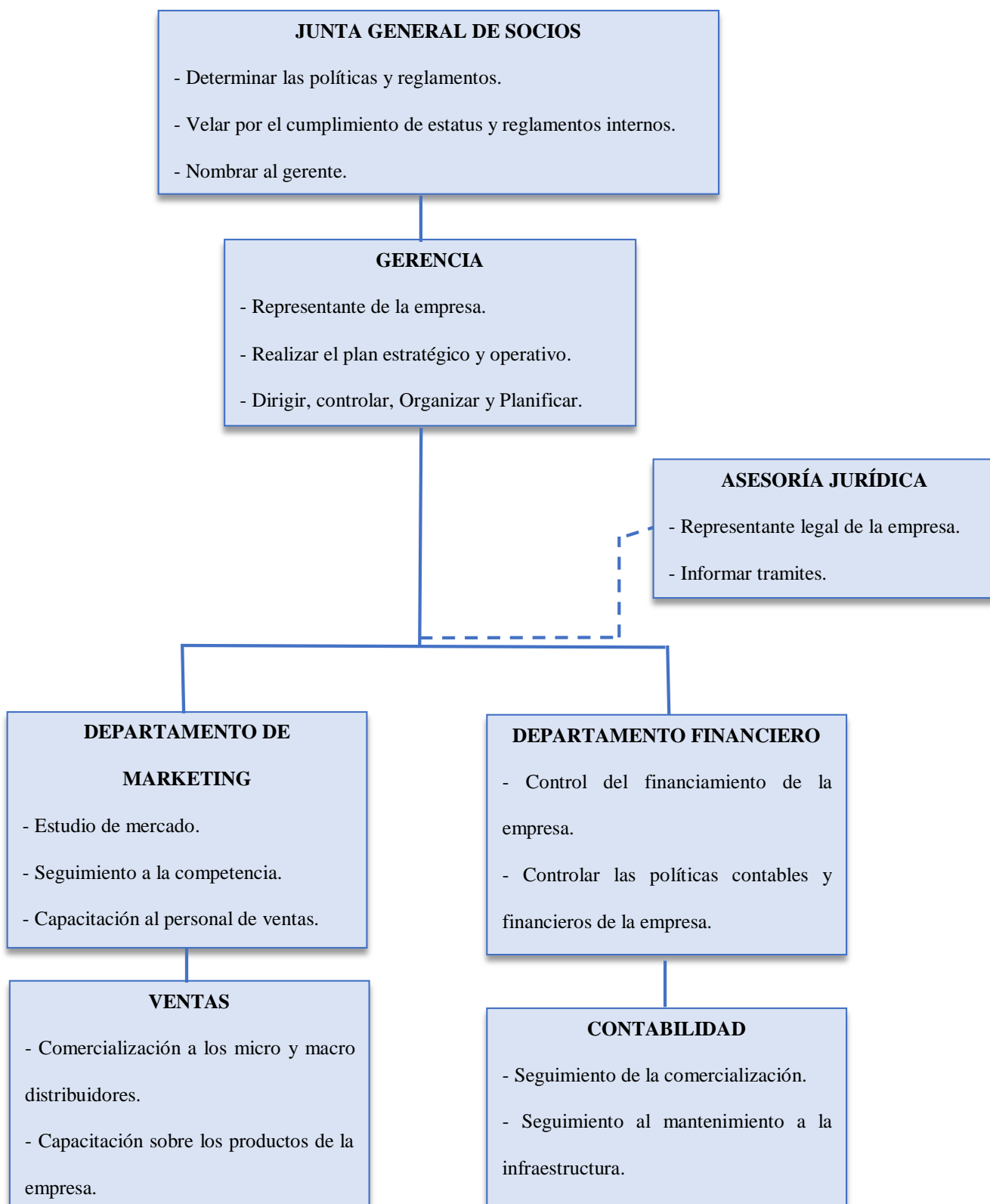
#### **4.10.6. Organigramas**

La micro empresa contara con los siguientes organigramas:

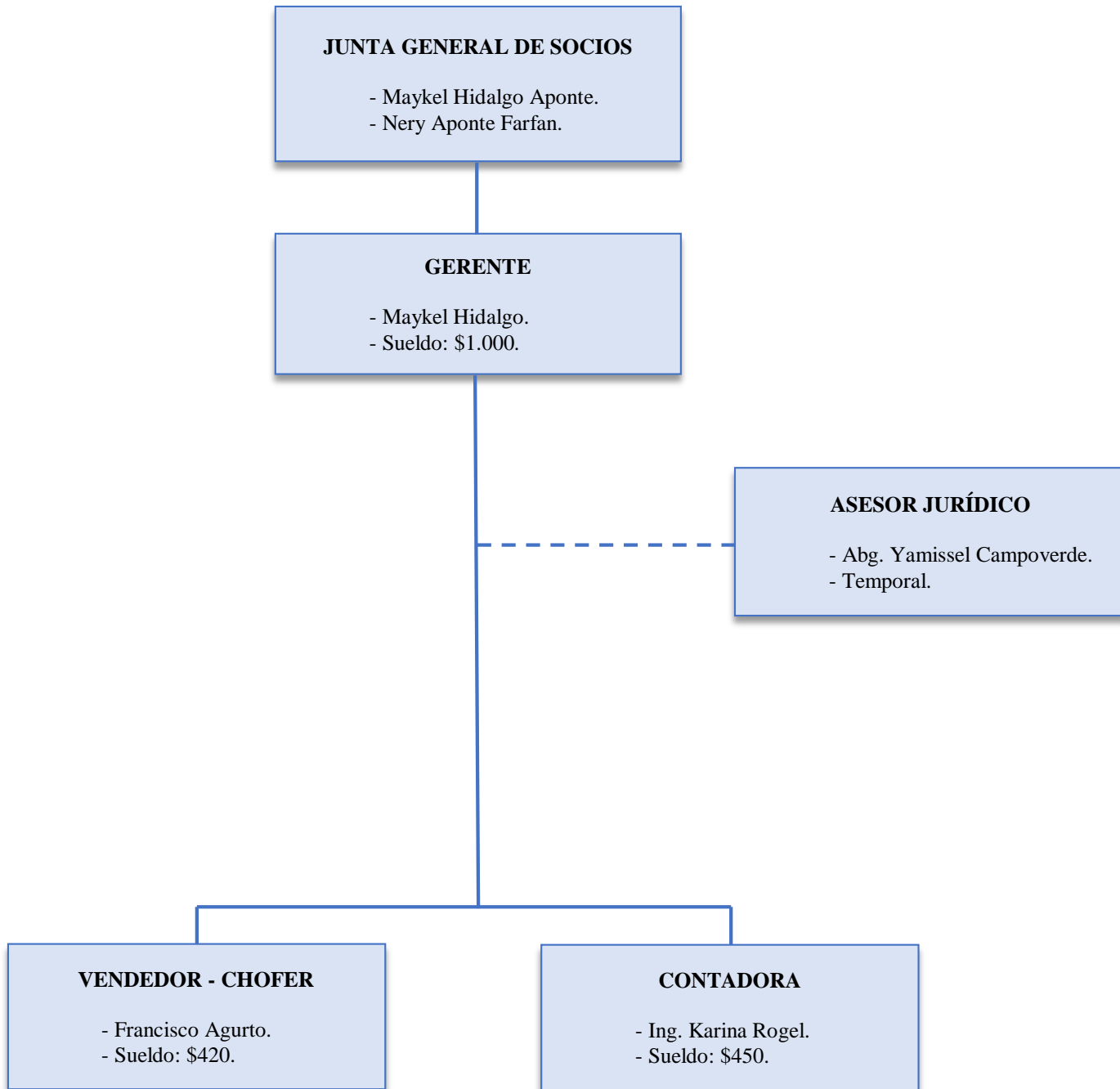
**Ilustración 42 Organigrama estructural de Maykel's Sports World**

Elaboración: El Autor.

**Ilustración 43 Organigrama funcional de Maykel's Sports World**



Elaboración: El Autor.

**Ilustración 44 Organigrama posicional de Maykel's Sports World**

**Elaboración:** El Autor.

#### 4.11. Manual de Funciones

El Manual de Funciones constituye el documento formal que compila las diferentes descripciones de puestos de trabajo de la micro empresa.

**Código:** 001

**Título del cargo:** Gerente

**Sueldo:** 1363,3 mensual

**Naturaleza del trabajo:**

- ✓ Efectuar las funciones administrativas de planeación, programación, organización, integración, dirección y control.
- ✓ Hacer cumplir las leyes, estatutos y reglamentos de la organización.
- ✓ Responsabilidad por las actividades administrativas y decisiones tomadas

**Funciones:**

- ✓ Resolver actividades de la administración general y el desempeño.
- ✓ Contratar y remover al personal administrativo.
- ✓ Elaborar planes operativos y estratégicos con todos los actores sociales y presentarlos
- ✓ Elaborar planes de capacitación al personal y socios de la empresa.

**Interfaz:**

- ✓ Con todo el personal que labora en la empresa.
- ✓ Con los clientes y proveedores

**Requisitos mínimos**

- ✓ **Experiencia:** Conocimiento sobre los productos.
- ✓ Capacidad de liderazgo.
- ✓ Trabajo en equipo.

**Código: 002****Título del cargo:** Asesor Jurídico**Naturaleza del trabajo:**

- ✓ Asesorar a la micro empresa en temas legales para un excelente desempeño.

**Funciones:**

- ✓ Asesorar a los directivos de la micro empresa con temas legales.
- ✓ Representar a la micro empresa con el gerente.
- ✓ Dar seguimiento a las contrataciones de personal que se realice.
- ✓ Participación en las reuniones de socios.

**Interfaz:**

- ✓ Personal que se encarga al asesoramiento de la micro empresa para una toma de decisiones, no tiene autorización ni función de hacer otra labor.

**Requisitos mínimos**

- ✓ **Preparación:** Profesional en la carrera de Abogado.
- ✓ **Experiencia:** Trabajar 1 año en labores similares.



**Código: 003**

**Título del cargo:** Contadora

**Sueldo:** \$450 mensual

**Naturaleza del trabajo:**

- ✓ Seguimiento a la comercialización de los productos a sus clientes.
- ✓ Registrar todas las operaciones que se realice en la micro empresa de entrada y salidas de los productos.
- ✓ Elaboración de estados financieros de la micro empresa.

**Funciones:**

- ✓ Realizar los roles de pago del personal de la micro empresa.
- ✓ Informar a las autoridades de la micro empresa la situación financiera.
- ✓ Cuidar al día los sistemas contables.

**Interfaz:**

- ✓ Con todo el personal que labora en la empresa.
- ✓ Con los clientes.

**Requisitos mínimos**

- ✓ **Preparación:** Profesional en la carrera de Contabilidad.
- ✓ **Experiencia:** Trabajar 1 año en labores similares.

**Código:** 004

**Título del cargo:** Vendedor – Chofer

**Sueldo:** \$420 mensual

**Naturaleza del trabajo:**

- ✓ Vender los productos de suplementos deportivos.
- ✓ Promocionar.

**Funciones:**

- ✓ Conocer toda la información sobre los productos ofertados en la micro empresa.
- ✓ Informar a los clientes de las promociones que se estará brindando.
- ✓ Informar al gerente sobre las comentarios y recomendaciones de los clientes.

**Interfaz:**

- ✓ Compromiso con todo el personal que labora en la empresa.
- ✓ Desarrollo con los clientes.

**Requisitos mínimos**

- ✓ **Preparación:** Bachiller.
- ✓ **Experiencia:** Conocimiento de ventas de productos.
- ✓ Trabajo en equipo.

## **Capítulo 5**

Para el capítulo 5 se ha considerado realizar un estudio financiero y una evaluación financiera, para conocer, estudiar y analizar cuidadosamente todos los recursos económicos disponibles; para así poder determinar si existe rentabilidad y viabilidad en el proyecto de inversión.

Dentro de este estudio se van a conocer las diferentes inversiones, gastos, activos, pasivos, depreciaciones, reinversiones, y la amortización. etc.

### **5. Estudio y Evaluación Financiera**

Maykel's Sports World, es una micro empresa que tiene como prioridad los temas financieros, permitiendo conocer la inversión que se requiere para el desenvolvimiento de las funciones para la comercialización de suplementos deportivos.

#### **5.1. Inversiones y Financiamiento**

Los resultados obtenidos en el análisis del estudio de mercado y en la ingeniería del proyecto, permite determinar los costos e inversiones que tendrá la micro empresa para desarrollar el proyecto de análisis. El capital propio es financiado por los dos socios que sumando las partes es de \$50.200,71 dividida en partes iguales.

##### **5.1.1. Inversiones en Activos Fijos**

Son las inversiones en la adquisición de bienes tangibles que se utilizaran en la micro empresa para sus funciones laborales de comercialización, relacionado con edificios, oficinas administrativas e instalaciones de los servicios básicos: Energía eléctrica y agua.

### 5.1.1.1. Herramientas, Muebles y Enseres

Herramientas para cumplir con los procesos para la comercialización de los suplementos deportivos, en donde se pondrá a visualización de los clientes la cartera de productos que la micro empresa oferta, el costo de la inversión es de \$3.770,00.

**Cuadro N° 40 Herramientas, Muebles y Enseres**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Balanza	1	\$50,00	\$50,00
Góndolas de pared	10	\$150,00	\$1.500,00
Góndolas cabeceras	10	\$100,00	\$1.000,00
Vitrina doble	2	\$250,00	\$500,00
Escalera	2	\$360,00	\$720,00
<b>Total</b>		<b>\$910,00</b>	<b>\$3.770,00</b>

Fuente: Góndolas & Perchas S.A

Elaboración: El Autor.

### Depreciación

**Valor del activo:** \$3.770,00.

**Vida Útil:** 10 años.

**Depreciación:** 10%

Años	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
<b>0</b>	\$3.770,00	\$377,00	\$339,30	\$3.393,00
<b>1</b>	\$3.393,00	\$377,00	\$339,30	\$3.053,70
<b>2</b>	\$3.053,70	\$377,00	\$339,30	\$2.714,40
<b>3</b>	\$2.714,40	\$377,00	\$339,30	\$2.375,10
<b>4</b>	\$2.375,10	\$377,00	\$339,30	\$2.035,80
<b>5</b>	\$2.035,80	\$377,00	\$339,30	\$1.696,50
<b>6</b>	\$1.696,50	\$377,00	\$339,30	\$1.357,20
<b>7</b>	\$1.357,20	\$377,00	\$339,30	\$1.017,90
<b>8</b>	\$1.017,90	\$377,00	\$339,30	\$678,60
<b>9</b>	\$678,60	\$377,00	\$339,30	\$339,30
<b>10</b>	\$339,30	\$377,00	\$339,30	\$0,00

Elaboración: El Autor.

### 5.1.1.2. Equipo de Oficina

Son los equipos que se van a emplear para el desarrollar de las actividades administrativas dentro de la micro empresa, se empleara un teléfono que la persona de ventas será la responsable de receptor las llamadas y dos sumadoras que tendrá el vendedor y el obrero quien es la persona que ayudara con los cálculos de presupuesto para los clientes, el costo de la inversión es de \$120,00.

**Cuadro N° 41 Equipo de Oficina**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Teléfono	1	\$60,00	\$60,00
Sumadora	2	\$30,00	\$60,00
<b>Total</b>		<b>\$90,00</b>	<b>\$120,00</b>

Fuente: Almacén Anthony.

Elaboración: El Autor.

### Depreciación

**Valor del activo:** \$120,00.

**Vida Útil:** 10 años.

**Depreciación:** 10%

Años	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
<b>0</b>	\$120,00	\$12,00	\$10,80	\$108,00
<b>1</b>	\$108,00	\$12,00	\$10,80	\$97,20
<b>2</b>	\$97,20	\$12,00	\$10,80	\$86,40
<b>3</b>	\$86,40	\$12,00	\$10,80	\$75,60
<b>4</b>	\$75,60	\$12,00	\$10,80	\$64,80
<b>5</b>	\$64,80	\$12,00	\$10,80	\$54,00
<b>6</b>	\$54,00	\$12,00	\$10,80	\$43,20
<b>7</b>	\$43,20	\$12,00	\$10,80	\$32,40
<b>8</b>	\$32,40	\$12,00	\$10,80	\$21,60
<b>9</b>	\$21,60	\$12,00	\$10,80	\$10,80
<b>10</b>	\$10,80	\$12,00	\$10,80	\$0,00

Elaboración: El Autor.

### 5.1.1.3. Equipo de Computación

Son los bienes tangibles tecnológicos de información para poder hacer un seguimiento de todo el proceso que se ejecute en la empresa de entradas y salidas de los productos, el costo de la inversión es de \$1.875,00

**Cuadro N° 42 Equipo de Computación**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora + impresoras	1	\$750,00	\$750,00
<b>Subtotal</b>		<b>\$750,00</b>	<b>\$750,00</b>
Reinversión de computadora	1	\$1.125,00	\$1.125,00
<b>Total</b>		<b>\$1.875,00</b>	<b>\$1.875,00</b>

Fuente: Almacén Anthony.  
Elaboración: El Autor.

#### Depreciación

**Valor del activo:** \$750,00.

**Vida Útil:** 3 años.

**Depreciación:** 33,33%

Años	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
<b>0</b>	\$750,00	\$250,00	\$166,67	\$500,00
<b>1</b>	\$500,00	\$250,00	\$166,67	\$333,33
<b>2</b>	\$333,33	\$250,00	\$166,67	\$166,7
<b>3</b>	\$166,66	\$250,00	\$166,67	\$0,0

Elaboración: El Autor.

#### Depreciación Reinversión

**Valor del activo:** \$1.125,00.

**Vida Útil:** 3 años.

**Depreciación:** 33,33%

Años	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
<b>0</b>	\$1.125,00	\$375,00	\$250,00	\$750,00
<b>1</b>	\$750,00	\$375,00	\$250,00	\$500,00
<b>2</b>	\$500,00	\$375,00	\$250,00	\$250,00
<b>3</b>	\$250,00	\$375,00	\$250,00	\$0,00

Elaboración: El Autor.

#### 5.1.1.4. Muebles y Enseres de Administración

Son los bienes que se necesita para el uso del personal en cada puesto de departamento que están colocados dentro de la micro empresa y el uso de sillas para los clientes que tengan un sitio de sala de espera, el costo de la inversión es de \$465,00

**Cuadro N° 43 Muebles y Enseres de Administración**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio gerente	1	\$100,00	\$100,00
Escritorio normal	1	\$80,00	\$80,00
Sillones giratorios	3	\$50,00	\$150,00
Archivadores	1	\$110,00	\$110,00
Sillas	5	\$5,00	\$25,00
<b>Total</b>		<b>\$345,00</b>	<b>\$465,00</b>

Fuente: Comercial Guman.

Elaboración: El Autor.

#### Depreciación

**Valor del activo:** \$465,00.

**Vida Útil:** 10 años

**Depreciación:** 10%

Años	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
0	\$465,00	\$46,50	\$41,85	\$418,50
1	\$418,50	\$46,50	\$41,85	\$376,65
2	\$376,65	\$46,50	\$41,85	\$334,80
3	\$334,80	\$46,50	\$41,85	\$292,95
4	\$292,95	\$46,50	\$41,85	\$251,10
5	\$251,10	\$46,50	\$41,85	\$209,25
6	\$209,25	\$46,50	\$41,85	\$167,40
7	\$167,40	\$46,50	\$41,85	\$125,55
8	\$125,55	\$46,50	\$41,85	\$83,70
9	\$83,70	\$46,50	\$41,85	\$41,85
10	\$41,85	\$46,50	\$41,85	\$0,00

Elaboración: El Autor.

### 5.1.1.5. Vehículo

Es un bien importante en la micro empresa, se empleará el uso de una moto para la entrega de los productos a los clientes que no tengan acceso a un vehículo para desplazar sus productos desde el local de Maykel's Sports World hasta lugar específico, el costo de la inversión es de \$3.000,00.

**Cuadro N° 44 Vehículo**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Moto	1	\$3.000,00	\$3.000,00
<b>Total</b>		<b>\$3.000,00</b>	<b>\$3.000,00</b>

Fuente: Yamaha.  
Elaboración: El Autor.

### Depreciación

**Valor del activo:** \$3.000,00.

**Vida Útil:** 5 años.

**Depreciación:** 20%

Años	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
0	\$3.000,00	\$600,00	\$480,00	\$2.400,00
1	\$2.400,00	\$600,00	\$480,00	\$1.920,00
2	\$1.920,00	\$600,00	\$480,00	\$1.440,00
3	\$1.440,00	\$600,00	\$480,00	\$960,00
4	\$960,00	\$600,00	\$480,00	\$480,00
5	\$480,00	\$600,00	\$480,00	\$0,00

Elaboración: El Autor.



**Cuadro N° 45 Resumen de depreciaciones de Activos Fijos**

<b>Activos</b>	<b>Valor Actual</b>	<b>Años</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>Depreciaciones</b>	<b>Valor del Salvamento</b>
Herramientas, muebles y enseres	\$3.770,00	10	\$377,00	\$339,30	\$1.696,50
Equipo de oficina	\$120,00	10	\$12,00	\$10,80	\$54,00
Equipo de computación	\$750,00	3	\$250,00	\$166,67	\$0,00
Reinversión de la computadora	\$1.125,00	3	\$375,00	\$250,00	\$250,00
Muebles y enseres de administración	\$465,00	10	\$46,50	\$41,85	\$209,25
Vehículo	\$3.000,00	5	\$600,00	\$480,00	\$0,00
<b>Total</b>	<b>\$9.230,00</b>	<b>41</b>	<b>\$1.660,50</b>	<b>\$1.288,62</b>	<b>\$2.209,75</b>

Elaboración: El Autor.

**Cuadro N° 46 Resumen de Activos Fijos**

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Herramientas, muebles y enseres	\$3.770,00
Equipo de oficina	\$120,00
Equipo de computación	\$750,00
Reinversión de la computadora	\$1.125,00
Muebles y enseres de administración	\$465,00
Vehículo	\$3.000,00
<b>Total</b>	<b>\$9.230,00</b>

Elaboración: El Autor.

## 5.2. Inversiones en Activos Diferidos

Es una serie de inversiones en donde permite poner en marcha la micro empresa con todos los procesos de legalización, son conocidas como inversiones intangibles.

El valor de la inversión en activos diferidos es de **\$1.484,98**, el mismo que cubre los gastos como: constitución legal, registros, marca y patente, legalidad de operación, instalaciones y adecuaciones de la micro empresa.

**Cuadro N° 47 Activos Diferidos**

Detalle	Valor Total
Estudio preliminar	\$300,00
Constitución legal	\$250,00
Patente municipal	\$107,48
Pago bomberos	\$7,50
Permiso de funcionamiento	\$150,00
Permiso de funcionamiento de salud	\$120,00
Instalación y adecuación	\$550,00
<b>Total</b>	<b>\$1.484,98</b>

Elaboración: El Autor.

Detalle	Valor del Activo	Periodo de Amortización	Años				
			1	2	3	4	5
Activo diferido	\$1.484,98	5 años	297	297	297	297	297

Elaboración: El Autor.

## 5.3. Inversiones en Activos Circulantes (Capital de Operación)

Esta inversión son todos los costes en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que haga posible laborar de manera normal durante el periodo de tiempo establecido.

Tomando el incremento de la inflación anual porcentajes. 2019 – 2020 del mes de mayo con el porcentaje de 0,75% del Banco Central del Ecuador.

### 5.3.1. Suplementos Deportivos:

El stock de suplementos deportivos en la micro empresa será de marcas reconocidas a nivel internacional por deportistas elites de diferentes tipos de deportes y categorías, con el control de calidad garantizado.

**Cuadro N° 48 Suplementos Deportivos**

Detalle	1 y 2 años		Precio Anual	3 y 4 años			5 año					
	Cantidad	Precio Unitario		Precio Mensual	Cantidad	Precio Unitario	Precio Mensual	Precio Anual	Cantidad	Precio Unitario	Precio Mensual	Precio Anual
Suplementos Deportivos	44390	\$30,00	\$110.976,00	\$1.331.712,00	49939	\$30,42	\$126.595,87	\$1.519.150,46	55488	\$30,85	\$142.631,35	\$1.711.576,19
<b>Total</b>	<b>44390</b>	<b>\$30,00</b>	<b>\$110.976,00</b>	<b>\$1.331.712,00</b>	<b>49939</b>	<b>\$30,42</b>	<b>\$126.595,87</b>	<b>\$1.519.150,46</b>	<b>55488</b>	<b>\$30,85</b>	<b>\$142.631,35</b>	<b>\$1.711.576,19</b>

Fuente: Suplementos Quito.

Elaboración: El Autor.

### Incremento

Años	Valor Total
<b>1</b>	\$1.331.712,00
<b>2</b>	\$1.331.712,00
<b>3</b>	\$1.519.150,46
<b>4</b>	\$1.519.150,46
<b>5</b>	\$1.711.576,19

Elaboración: El Autor.

### 5.3.2. Servicios Básicos:

Son los servicios esenciales que se necesita en la micro empresa, el agua para el cuidado de la salud del personal a laborar, la energía eléctrica que permite la iluminación del local para el uso de la computadora, la publicidad que tendrá una fuerte para llamar la atención de los clientes y teléfono que permitirá como comunicar los clientes con el personal de ventas para informar a detalle sobre los productos, precios y promociones.

**Cuadro N° 49 Servicios Básicos**

Detalle	Cantidad			Costos	
	Mensual	Anual	Unitario	Mensual	Anual
Agua	50,00	600,00	\$0,10	\$5,00	\$60,00
Energía Eléctrica	100,00	1.200,00	\$0,45	\$45,00	\$540,00
Teléfono (minutos)	50,00	600,00	\$0,08	\$4,00	\$48,00
<b>Total</b>				<b>\$54,00</b>	<b>\$648,00</b>

Fuente: Gad Huaquillas, CNEL EP y CNT.

Elaboración: El Autor.

**Incremento**

Años	Valor Total
1	\$648,00
2	\$652,86
3	\$657,76
4	\$662,69
5	\$667,66

Elaboración: El Autor.

**5.3.3. Indumentaria de Personal:**

La indumentaria de personal será la vestimenta representativa de la micro empresa, con un diseño y combinado entre colores, imágenes de productos como personas reconocidas en el mundo del deporte. Contaran el personal con gorras, polos y pantalonetas acorde a la medida que sea solicitada por parte de ellos, pensando en la comodidad de nuestro personal.

**Cuadro N° 50 Indumentaria de Personal**

Detalle	Cantidad			Costos	
	Mensual	Anual	Unitario	Mensual	Anual
Gorras	2	4	\$3,00	\$6,00	\$12,00
Polos	2	4	\$4,00	\$8,00	\$16,00
Pantalonetas	2	4	\$5,00	\$10,00	\$20,00
<b>Total</b>				<b>\$24,00</b>	<b>\$48,00</b>

Fuente: Comercial Charles.

Elaboración: El Autor.

### Incremento

Años	Valor Total
1	\$48,00
2	\$48,36
3	\$48,72
4	\$49,09
5	\$49,46

Elaboración: El Autor.

#### 5.3.4. Sueldos del Personal Administrativo

Los sueldos del personal de administración es el personal que laboran dentro de la micro empresa en los cuales tenemos los siguientes cargos, un gerente y una secretaria – contadora.

**Cuadro N° 51 Sueldos del Personal Administrativo**

Rubros	Descripción del Cargo	
	Gerente	Secretaria - Contadora
Sueldo Básico Unificado	\$1.000,00	\$450,00
Décimo Tercero	\$83,33	\$37,50
Décimo Cuarto Sueldo	\$33,33	\$33,33
Fondo de Reserva 8,33%	\$83,30	\$37,49
Aporte Patronal 12,15%	\$121,50	\$54,68
Vacaciones	\$41,67	\$18,75
<b>Total Anual</b>	<b>\$1.363,13</b>	<b>\$631,74</b>
<b>Total Mensual Todos</b>	<b>\$1.363,13</b>	<b>\$631,74</b>
<b>Total Anual Todos</b>	<b>\$16.357,60</b>	<b>\$7.580,92</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo.

Elaboración: El Autor.

### Incremento

Años	Valor Total
1	\$23.938,52
2	\$24.118,06
3	\$24.298,94
4	\$24.481,19
5	\$24.664,80

Elaboración: El Autor.

### 5.3.5. Sueldo al Personal de Ventas:

El sueldo al personal de ventas es la persona que labora atendiendo a los clientes para brindarles información sobre cada producto que la micro empresa ofrece y a la vez realiza entregas a los clientes en el lugar que solicitan.

**Cuadro N° 52 Sueldo al Personal de Ventas**

Rubros	Descripción del Cargo
	Chofer-Vendedor
Sueldo Básico Unificado	\$420,00
Décimo Tercero	\$35,00
Décimo Cuarto Sueldo	\$33,33
Fondo de Reserva 8,33%	\$34,99
Aporte Patronal 12,15%	\$51,03
Vacaciones	\$17,50
<b>Total Remuneración</b>	<b>\$591,85</b>
# de empleados	1
<b>Total Mensual</b>	<b>\$591,85</b>
<b>Total Anual</b>	<b>\$7.102,19</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo.

Elaboración: El Autor.

## Incremento

Años	Valor Total
1	\$7.102,19
2	\$7.155,46
3	\$7.209,12
4	\$7.263,19
5	\$7.317,66

Elaboración: El Autor.

## 5.3.6. Útiles de Oficina:

Son las herramientas y bienes tangibles para el uso para las labores administrativas de la micro empresa para la persona encargada de caja que es el personal de secretaria – contadora.

Cuadro N° 53 Útiles de Oficina

Detalle	Cantidad		Unitario	Costos	
	Mensual	Anual		Mensual	Anual
Tintas de impresora	2	4	\$7,00	\$14,00	\$28,00
Sellos	1	2	\$4,00	\$4,00	\$8,00
Carpetas (Unidad)	1	2	\$0,50	\$0,50	\$1,00
Hojas de papel A4 (Resma)	1	4	\$3,00	\$3,00	\$12,00
Esferos (Caja x 20)	1	1	\$3,00	\$3,00	\$3,00
Grapadoras	1	1	\$3,00	\$3,00	\$3,00
Perforadoras	1	1	\$4,00	\$4,00	\$4,00
Grapas	1	2	\$2,00	\$2,00	\$4,00
Talonario de facturas	1	12	\$12,00	\$12,00	\$144,00
Archivadores	1	2	\$5,00	\$5,00	\$10,00
<b>Total</b>				<b>\$50,50</b>	<b>\$217,00</b>

Fuente: Librería El Estudiante.

Elaboración: El Autor.

### Incremento

Años	Valor Total
1	\$217,00
2	\$218,63
3	\$220,27
4	\$221,92
5	\$223,58

Elaboración: El Autor.

### 5.3.7. Útiles de Aseo:

Son instrumentos que aportaran a la limpieza de la micro empresa, dando un buen ambiente para el personal administrativo y clientes.

Cuadro N° 54 Útiles de Aseo

Detalle	Cantidad		Unitario	Costos	
	Mensual	Anual		Mensual	Anual
Detergente 2Kg.	1	3	\$6,00	\$6,00	\$18,00
Jabón de tocador	1	3	\$4,00	\$4,00	\$12,00
Desinfectante 4lts.	1	4	\$5,00	\$5,00	\$20,00
Ambientadores	1	5	\$5,00	\$5,00	\$25,00
Recogedores	1	2	\$3,00	\$3,00	\$6,00
Franelas	1	5	\$1,50	\$1,50	\$7,50
Escobas	1	2	\$2,00	\$2,00	\$4,00
Trapeadores	1	2	\$4,00	\$4,00	\$8,00
<b>Total</b>				<b>\$30,50</b>	<b>\$100,50</b>

Fuente: AKÍ.

Elaboración: El Autor.

### Incremento

Años	Valor Total
1	\$100,50
2	\$101,25
3	\$102,01
4	\$102,78
5	\$103,55

Elaboración: El Autor.



### 5.3.8. Publicidad

La micro empresa empleará la publicidad para dar a conocer los nuevos productos que se ofrecerá a los clientes de la ciudad de Huaquillas, se realizará la publicidad mediante las redes sociales, estamos en una actualidad globalizada donde se emplea más las Tics y en emisoras como son Radio Génesis y Onda Sur.

**Cuadro N° 55 Publicidad**

Detalle	Cantidad			Costos	
	Mensual	Anual	Unitario	Mensual	Anual
Redes Sociales	12	144	\$7,00	\$84,00	\$1.008,00
Radio	4	48	\$5,00	\$20,00	\$240,00
<b>Total</b>				<b>\$104,00</b>	<b>\$1.248,00</b>

Fuente: Redes Sociales, Facebook e Instagram.  
Elaboración: El Autor.

### Incremento

Años	Valor Total
1	\$1.248,00
2	\$1.257,36
3	\$1.266,79
4	\$1.276,29
5	\$1.285,86

Elaboración: El Autor.

### 5.3.9. Combustible y Mantenimiento:

Esto nos permitirá tener el vehículo de la micro empresa en buen estado donde permita trasladar de un lugar a otro los productos que los clientes necesiten para satisfacer sus necesidades.

**Cuadro N° 56 Combustible y Mantenimiento**

Detalle	Cantidad			Costos	
	Mensual	Anual	Unitario	Mensual	Anual
Gasolina	20	240	\$2,00	\$40,00	\$480,00
Cambio de aceite	1	12	\$6,00	\$6,00	\$72,00
Mantenimiento	1	5	\$20,00	\$20,00	\$100,00
<b>Total</b>				<b>\$66,00</b>	<b>\$632,00</b>

Fuente: Tu Mecánico.  
Elaboración: El Autor.

**Incremento**

Años	Valor Total
1	\$632,00
2	\$636,74
3	\$641,52
4	\$646,33
5	\$651,17

Elaboración: El Autor.

**5.3.10. Arriendo**

Es el lugar donde estará las instalaciones de la micro empresa para comercialización de los suplementos deportivos, estará ubicada en el alcance de los clientes en el centro de la ciudad de Huaquillas.

**Cuadro N° 57 Arriendo**

Detalle	Cantidad	
	Mensual	Anual
Arriendo	\$700,00	\$8.400,00
<b>Total</b>	<b>\$700,00</b>	<b>\$8.400,00</b>

Fuente: Propietario del local.  
Elaboración: El Autor.

### Incremento

Años	Valor Total
<b>1</b>	\$8.400,00
<b>2</b>	\$8.463,00
<b>3</b>	\$8.526,47
<b>4</b>	\$8.590,42
<b>5</b>	\$8.654,85

Elaboración: El Autor.

### Cuadro N° 58 Resumen de Activo Circulante o Capital de Trabajo

Detalle	Cuadro N°	Valor Mensual	Valor Anual
Suplementos Deportivos	48	\$110.976,00	\$1.331.712,00
Servicios Básicos	49	\$54,00	\$648,00
Indumentaria al personal	50	\$24,00	\$288,00
Sueldo personal administrativo	51	\$1.994,88	\$23.938,52
Sueldo al personal de ventas	52	\$591,85	\$7.102,19
Útiles de oficina	53	\$50,50	\$217,00
Útiles de aseo	54	\$30,50	\$100,50
Publicidad	55	\$104,00	\$1.248,00
Combustible y mantenimiento	56	\$66,00	\$412,00
Arriendo	57	\$800,00	\$9.600,00
<b>Total</b>		<b>\$114.691,73</b>	<b>\$1.375.266,21</b>

Fuente: Cuadro N°48 al N°57.

Elaboración: El Autor.

### Cuadro N° 59 Resumen de Activos

DETALLE	CUADRO N°	VALOR
Activo Fijo	46	\$9.230,00
Activo Diferido	47	\$1.484,98
Activo Circulante	59	\$114.591,73
<b>Total</b>		<b>\$125.306,71</b>

Fuente: Cuadro N°46, 47 y 59.

Elaboración: El Autor.

## 5.4. Financiamiento

El tema financiero la micro empresa para testar en marcha, hará el uso de la inversión de sus accionistas que es de \$50.200,71 y un préstamo a un banco del estado, en donde se pueda pagar una tasa de interés cómoda por ser nuevos en el mercado, es el Banco del Pacifico que esta con un interés del 11%, en lo posterior a medida que transcurre el tiempo ese préstamo estará cubierto por los ingresos generados por las ventas de la micro empresa.

**Cuadro N° 60 Financiamiento**

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Préstamo	\$75.106,00	60,00%
Aporte de los Socios	\$50.200,71	40,00%
<b>Total Inversión</b>	<b>\$125.306,71</b>	<b>100%</b>

Fuente: Banco del Pacifico.  
Elaboración: El Autor.

Para la instalación de la micro empresa comercializadora de suplementos deportivos, se necesita una versión de **\$125.306,71** en donde \$50.200,71 será la inversión de los accionistas y el resto de la inversión será cubierto por el crédito.

### 5.4.1. Amortización

Se realiza un préstamo al Banco del Pacifico con una tasa de interés del 11% anual, en un periodo de 5 años.

**Capital:** \$75.106,00.

**Interés:** 11%

**Plazo:** 5 años.

**Pagos:** Semestrales.

Cuadro N° 61 Tabla de Amortización

Año	Semestre	Amortización	Interés	Dividendos	Capital Reducido
	0	\$7.510,60			\$75.106,00
1	1	\$7.510,60	\$4.130,83	\$11.641,43	\$67.595,40
	2	\$7.510,60	\$3.717,75	\$11.228,35	\$60.084,80
2	3	\$7.510,60	\$3.304,66	\$10.815,26	\$52.574,20
	4	\$7.510,60	\$2.891,58	\$10.402,18	\$45.063,60
3	5	\$7.510,60	\$2.478,50	\$9.989,10	\$37.553,00
	6	\$7.510,60	\$2.065,42	\$9.576,02	\$30.042,40
4	7	\$7.510,60	\$1.652,33	\$9.162,93	\$22.531,80
	8	\$7.510,60	\$1.239,25	\$8.749,85	\$15.021,20
5	9	\$7.510,60	\$826,17	\$8.336,77	\$7.510,60
	10	\$7.510,60	\$413,08	\$7.923,68	\$0,00

Elaboración: El Autor

### 5.5. Análisis de Costos

El análisis de costos es el estudio de recursos necesario que se realiza en la micro empresa para llevar a cabo la instalación y puesta en marcha de Maykel's Sports World.

#### 5.5.1. Costos totales de Comercialización

Son los costos que intervienen para la comercialización de los suplementos deportivos, para lograr tener esta información se ha realizado el presupuesto proyectado o proformado de la micro empresa en los años de vida.

Cuadro N° 62 Presupuesto Proyectado o Proformado

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costo de Comercialización</b>					
<b>Suplementos Deportivos</b>					
Suplementos Deportivos	\$1.331.712,00	\$1.331.712,00	\$1.519.150,46	\$1.519.150,46	\$1.711.576,19
<b>Total, de Suplementos Deportivos</b>	<b>\$1.331.712,00</b>	<b>\$1.331.712,00</b>	<b>\$1.519.150,46</b>	<b>\$1.519.150,46</b>	<b>\$1.711.576,19</b>
<b>Gastos General de Comercialización</b>					
Indumentaria de personal	\$48,00	\$48,36	\$48,72	\$49,09	\$49,46
Depreciación, herramientas y muebles de comercialización	\$339,30	\$339,30	\$339,30	\$339,30	\$339,30
<b>Total, de Gastos Generales de Comercialización</b>	<b>\$387,30</b>	<b>\$387,66</b>	<b>\$388,02</b>	<b>\$388,39</b>	<b>\$388,76</b>
<b>Total, de Costos de Comercialización</b>	<b>\$1.332.099,30</b>	<b>\$1.332.099,66</b>	<b>\$1.519.538,49</b>	<b>\$1.519.538,85</b>	<b>\$1.711.964,95</b>
<b>Gastos Administrativos</b>					
Sueldos Administrativos	\$23.938,52	\$24.118,06	\$24.298,94	\$24.481,19	\$24.664,80
Útiles de Oficina	\$217,00	\$218,63	\$220,27	\$221,92	\$223,58
Arriendo	\$8.400,00	\$8.463,00	\$8.526,47	\$8.590,42	\$8.654,85
Depreciaciones de Equipo de Oficina	\$10,80	\$10,80	\$10,80	\$10,80	\$10,80
Depreciación Equipo de Computación	\$166,67	\$166,67	\$166,67	\$250,00	\$250,00
Depreciación de muebles y enseres administrativos	\$41,85	\$41,85	\$41,85	\$41,85	\$41,85
Servicios Básicos	\$648,00	\$652,86	\$657,76	\$662,69	\$667,66
Útiles de Aseo	\$100,50	\$101,25	\$102,01	\$102,78	\$103,55
Amortización del diferido	\$297,00	\$297,00	\$297,00	\$297,00	\$297,00
<b>Total, Gastos Administrativos</b>	<b>\$33.820,34</b>	<b>\$34.070,12</b>	<b>\$34.321,77</b>	<b>\$34.658,64</b>	<b>\$34.914,09</b>
<b>Gastos de Venta</b>					
Sueldos personales de Ventas	\$7.102,19	\$7.155,46	\$7.209,12	\$7.263,19	\$7.317,66
Publicidad	\$1.248,00	\$1.257,36	\$1.266,79	\$1.276,29	\$1.285,86
Depreciación Vehículo	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00
Combustible y Lubricante	\$632,00	\$636,74	\$641,52	\$646,33	\$651,17
<b>Total, Gastos de Ventas</b>	<b>\$9.462,19</b>	<b>\$9.529,56</b>	<b>\$9.597,43</b>	<b>\$9.665,81</b>	<b>\$9.734,70</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Interés del Préstamo	\$7.848,58	\$6.196,25	\$4.543,91	\$2.891,58	\$1.239,25
<b>Total, Gastos Financieros</b>	<b>\$7.848,58</b>	<b>\$6.196,25</b>	<b>\$4.543,91</b>	<b>\$2.891,58</b>	<b>\$1.239,25</b>
<b>Otros Gastos</b>					
Amortización del capital	\$9.166,14	\$9.166,14	\$9.166,14	\$9.166,14	\$9.166,14
<b>Total, Otros Gastos</b>	<b>\$9.166,14</b>	<b>\$9.166,14</b>	<b>\$9.166,14</b>	<b>\$9.166,14</b>	<b>\$9.166,14</b>
<b>Total, Gastos de Operación</b>	<b>\$60.297,25</b>	<b>\$58.962,06</b>	<b>\$57.629,25</b>	<b>\$56.382,17</b>	<b>\$55.054,18</b>
<b>Total, Presupuesto Costos Totales</b>	<b>\$1.392.396,55</b>	<b>\$1.391.061,72</b>	<b>\$1.577.167,74</b>	<b>\$1.575.921,03</b>	<b>\$1.767.019,12</b>

Fuente: Cuadro N°40 al N°61.

Elaboración: El Autor.

## 5.6. Ingreso por Ventas

Para calcular los ingresos por ventas, se debe determinar los costos unitarios con las unidades comercializadas para cada año, el resultado que se obtendrá en cada año será el costo unitario de comercialización en donde le incrementamos un margen de utilidad que el resultado es el costo al público y como último se quiso saber el ingreso de ventas, multiplicando las unidades comercializadas por el precio de venta al público.

**Cuadro N° 63 Costo Unitario de Comercialización**

Años	Costos	Unidades Comercializadas	Costo Unitario de Comercialización
1	\$1.392.396,55	44390	\$31,37
2	\$1.391.061,72	44390	\$31,34
3	\$1.577.167,74	49939	\$31,58
4	\$1.575.921,03	49939	\$31,56
5	\$1.767.019,12	55488	\$31,85

Fuente: Cuadro N°38 y N°62.

Elaboración: El Autor.

En el margen de la utilidad se va usar para el primer año de 50%, el segundo año de 55%, tercero año de 60%, cuarto año de 65% y el año cinco de 70%.

**Cuadro N° 64 Determinación de precio al Público**

Años	Costo Unitario de Comercialización	Margen Utilidad	PVP
1	\$31,37	50%	\$47,05
2	\$31,34	55%	\$48,57
3	\$31,58	60%	\$50,53
4	\$31,56	65%	\$52,07
5	\$31,85	70%	\$54,14

Fuente: Cuadro N°63.

Elaboración: El Autor.

**Cuadro N° 65 Ingreso por Ventas**

<b>Años</b>	<b>Unidades Comercializadas</b>	<b>PVP</b>	<b>Ingreso por Ventas</b>
<b>1</b>	44390	\$47,05	\$2.090.325,10
<b>2</b>	44390	\$48,57	\$2.158.241,80
<b>3</b>	49939	\$50,53	\$2.525.415,23
<b>4</b>	49939	\$52,07	\$2.602.321,29
<b>5</b>	55488	\$54,14	\$3.006.339,84

**Fuente:** Cuadro N°38 y N°64.

**Elaboración:** El Autor.

### **5.7. Costos Fijos y Variables**

Para la instalación de la micro empresa, se tiene que conocer como intervienen los costos que se clasifican en costos fijos y costos variables. Los costos fijos son los costos que son permanentes y se los tiene que realizar así la micro empresa realice la función de comercializar los productos o no lo realicen. Los costos Variables son costos que depende de la cantidad de comercialización que se realice, en el siguiente cuadro se mostrara la clasificación.



## Cuadro N° 66 Presupuesto de costos Fijos y costos Variables

Detalle	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable
<b>Costo de Comercialización</b>										
<b>Suplementos Deportivos</b>										
Suplementos Deportivos		\$1.331.712,00		\$1.331.712,00		\$1.519.150,46		\$1.519.150,46		\$1.711.576,19
<b>Total de Suplementos Deportivos</b>		<b>\$1.331.712,00</b>		<b>\$1.331.712,00</b>		<b>\$1.519.150,46</b>		<b>\$1.519.150,46</b>		<b>\$1.711.576,19</b>
<b>Gastos General de Comercialización</b>										
Indumentaria de personal	\$48,00		\$48,36		\$48,72		\$49,09		\$49,46	
Dep de herramientas y muebles de comercialización	\$339,30		\$339,30		\$339,30		\$339,30		\$339,30	
<b>Total de Gastos Generales de Comercialización</b>	<b>\$387,30</b>		<b>\$387,66</b>		<b>\$388,02</b>		<b>\$388,39</b>		<b>\$388,76</b>	
<b>Total de Costos de Comercialización</b>	<b>\$387,30</b>	<b>\$1.331.712,00</b>	<b>\$387,66</b>	<b>\$1.331.712,00</b>	<b>\$388,02</b>	<b>\$1.519.150,46</b>	<b>\$388,39</b>	<b>\$1.519.150,46</b>	<b>\$388,76</b>	<b>\$1.711.576,19</b>
<b>Gastos Administrativos</b>										
Sueldos Administrativos	\$23.938,52		\$24.118,06		\$24.298,94		\$24.481,19		\$24.664,80	
Útiles de Oficina	\$217,00		\$218,63		\$220,27		\$221,92		\$223,58	
Arriendo	\$8.400,00		\$8.463,00		\$8.526,47		\$8.590,42		\$8.654,85	
Depreciaciones de Equipo de Oficina	\$10,80		\$10,80		\$10,80		\$10,80		\$10,80	
Depreciación Equipo de Computación	\$166,67		\$166,67		\$166,67		\$250,00		\$250,00	
Depreciación de muebles y enseres administrativos	\$41,85		\$41,85		\$41,85		\$41,85		\$41,85	
Servicios Básicos		\$648,00		\$652,86		\$657,76		\$662,69		\$667,66
Útiles de Aseo	\$100,50		\$101,25		\$102,01		\$102,78		\$103,55	
Amortización del diferido	\$297,00		\$297,00		\$297,00		\$297,00		\$297,00	
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>\$33.172,34</b>	<b>\$648,00</b>	<b>\$33.417,26</b>	<b>\$652,86</b>	<b>\$33.664,02</b>	<b>\$657,76</b>	<b>\$33.995,95</b>	<b>\$662,69</b>	<b>\$34.246,43</b>	<b>\$667,66</b>
<b>Gastos de Venta</b>										
Sueldos personal de Ventas	\$7.102,19		\$7.155,46		\$7.209,12		\$7.263,19		\$7.317,66	
Publicidad	\$1.248,00		\$1.257,36		\$1.266,79		\$1.276,29		\$1.285,86	
Depreciación Vehículo	\$480,00		\$480,00		\$480,00		\$480,00		\$480,00	
Combustible y Lubricante		\$632,00		\$636,74		\$641,52		\$646,33		\$651,17
<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>\$8.830,19</b>	<b>\$632,00</b>	<b>\$8.892,82</b>	<b>\$636,74</b>	<b>\$8.955,91</b>	<b>\$641,52</b>	<b>\$9.019,48</b>	<b>\$646,33</b>	<b>\$9.083,53</b>	<b>\$651,17</b>
<b>Gastos Financieros</b>										
Interés del Préstamo	\$7.848,58		\$6.196,25		\$4.543,91		\$2.891,58		\$1.239,25	
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>\$7.848,58</b>		<b>\$6.196,25</b>		<b>\$4.543,91</b>		<b>\$2.891,58</b>		<b>\$1.239,25</b>	
<b>Otros Gastos</b>										
Amortización del capital	\$9.166,14		\$9.166,14		\$9.166,14		\$9.166,14		\$9.166,14	
<b>Total Otros Gastos</b>	<b>\$9.166,14</b>		<b>\$9.166,14</b>		<b>\$9.166,14</b>		<b>\$9.166,14</b>		<b>\$9.166,14</b>	
<b>Total Costos</b>	<b>\$59.017,25</b>	<b>\$1.280,00</b>	<b>\$57.672,46</b>	<b>\$1.289,60</b>	<b>\$56.329,98</b>	<b>\$1.299,27</b>	<b>\$55.073,16</b>	<b>\$1.309,02</b>	<b>\$53.735,34</b>	<b>\$1.318,83</b>
<b>Total Costos Fijos y Variables</b>	<b>\$59.404,55</b>	<b>\$1.332.992,00</b>	<b>\$58.060,12</b>	<b>\$1.333.001,60</b>	<b>\$56.718,01</b>	<b>\$1.520.449,74</b>	<b>\$55.461,55</b>	<b>\$1.520.459,48</b>	<b>\$54.124,10</b>	<b>\$1.712.895,02</b>
<b>Total Costos Totales</b>	<b>\$1.392.396,55</b>		<b>\$1.391.061,72</b>		<b>\$1.577.167,74</b>		<b>\$1.575.921,03</b>		<b>\$1.767.019,12</b>	

Fuente: Cuadro N°62

Elaboración: El Autor

### 5.8. Punto de Equilibrio

Es una herramienta importante en la toma de decisiones de la micro empresa de suplementos deportivos, se trata del punto de equilibrio en donde los costos fijos y los costos variables son iguales a los ingresos, mostrando resultados positivos, ganancias cuando es hacia arriba en el momento de realizar la gráfica y resultados negativos o perdidas cuando es hacia abajo.

Utilidad del punto de Equilibrio en Maykel's Sports World:

- Saber cuánto la micro empresa debe de vender para cubrir los costos y alcanzar el PE
- Conocer las ventas que se deben realizar para generar utilidades y así superar el PE
- Reconocer las ventas y las ganancias, reconocido el PE la micro empresa se sabrá cuando se tiene vender o ganar.

La micro empresa de Suplementos Deportivos Maykel's Sports World, muestra su punto de equilibrio con el procedimiento matemático y la gráfica.

Para el cálculo del PE en función a las ventas se aplicará la siguiente formula

$$PE_v = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Para el cálculo del PE en función a la capacidad instalada se aplicará la siguiente formula

$$PE_{ci} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables Totales}} \times 100$$

### Primer Año

#### En función de las Ventas

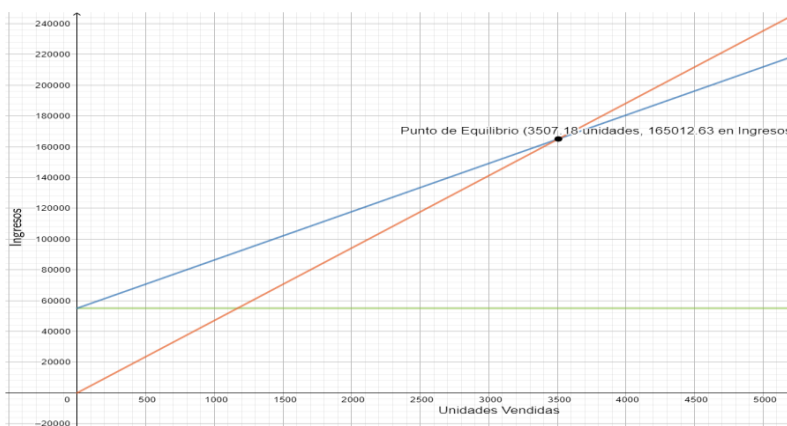
$$PEv = \frac{\$59.404,55}{\frac{\$1.332.992,00}{2.090.325,10}}$$

$$PEv = \frac{\$59.404,55}{1 - 0,64}$$

$$PEv = \frac{\$59.404,55}{\$0,36}$$

$$PEv = \$165.012,63$$

#### Ilustración 45 Punto de equilibrio año 1



Fuente: Cuadro N°62

Elaboración: El Autor

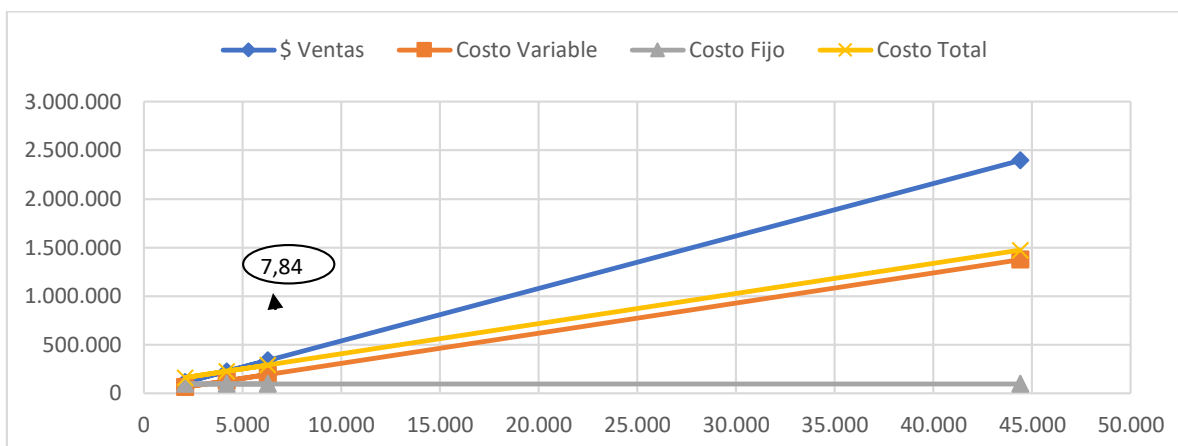
#### En función a la Capacidad Instalada

$$PEci = \frac{\$59.404,55}{\$2.090.325,10 - \$1.332.992,00} \times 100$$

$$PEci = \frac{\$59.404,55}{\$757.333,10} \times 100$$

$$PEci = 7,84$$

**Ilustración 46 Punto Equilibrio capacidad año 1**



Fuente: Cuadro N°62  
Elaboración: El Autor

**Segundo Año**

**En función de las Ventas**

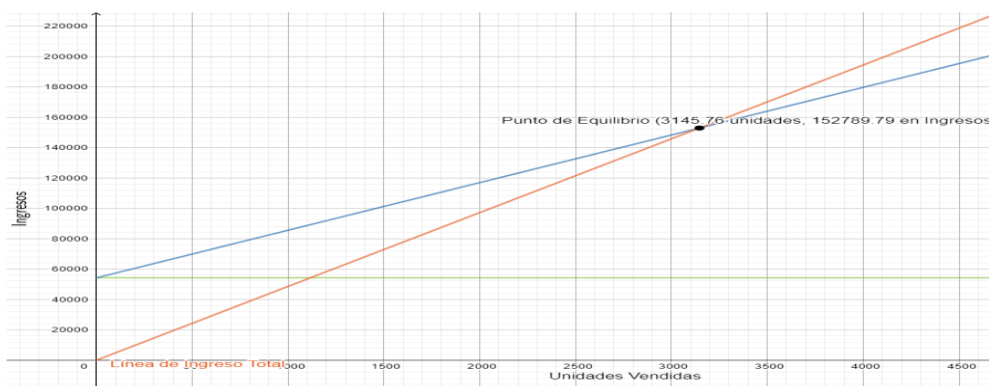
$$PE_v = \frac{\$58.060,12}{1 - \frac{\$1.333.001,60}{\$2.158.241,80}}$$

$$PE_v = \frac{\$58.060,12}{1 - 0,62}$$

$$PE_v = \frac{\$58.060,12}{\$0,38}$$

$$PE_v = \$152.789,79$$

**Ilustración 47 Punto de equilibrio año 2**



Fuente: Cuadro N°62  
Elaboración: El Autor

### En función a la Capacidad Instalada

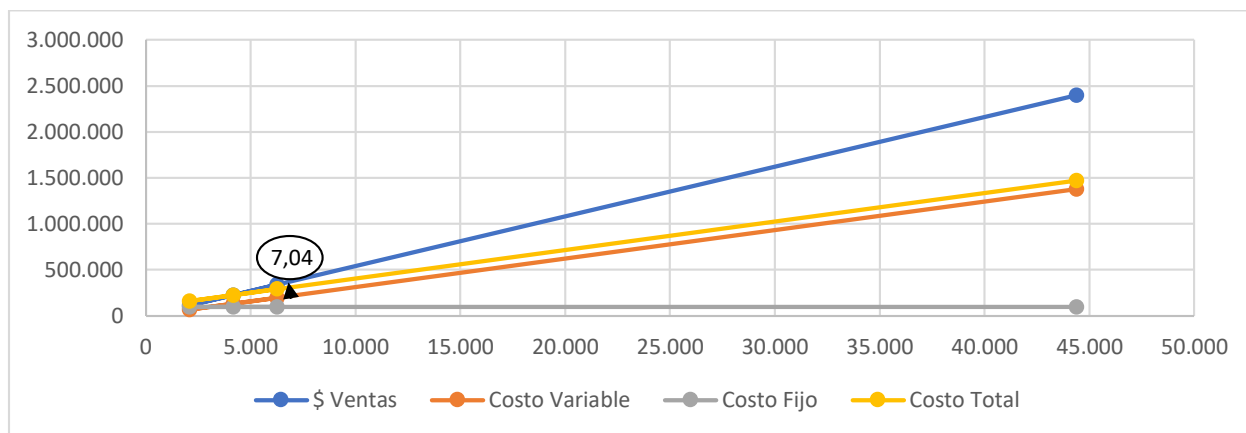
$$PEci = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables Totales}} \times 100$$

$$PEci = \frac{\$58.060,12}{\$2.158.241,80 - \$1.333.001,60} \times 100$$

$$PEci = \frac{\$58.060,12}{\$825.240,20} \times 100$$

$$PEci = 7,04$$

### Ilustración 48 Punto Equilibrio capacidad año 2



Fuente: Cuadro N°62  
Elaboración: El Autor

### Tercer Año

#### En función de las Ventas

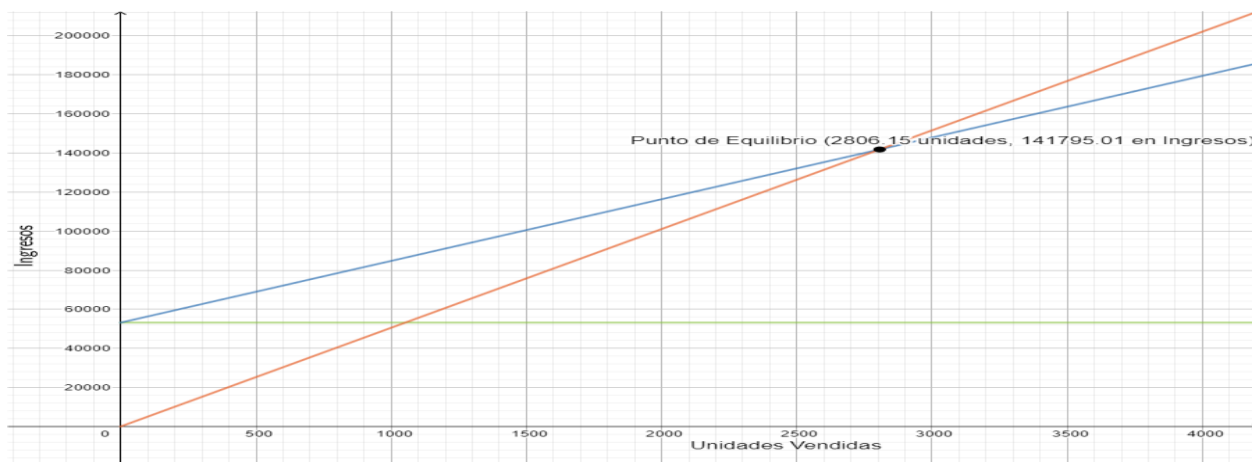
$$PEv = \frac{\$56.718,01}{1 - \frac{\$1.520.449,74}{\$2.525.415,23}}$$

$$PEv = \frac{\$56.718,01}{1 - 0,60}$$

$$PEv = \frac{\$56.718,01}{\$0,40}$$

$$PEv = \$141.795,01$$

**Ilustración 49 Punto de equilibrio año 3**



Fuente: Cuadro N°62  
 Elaboración: El Autor

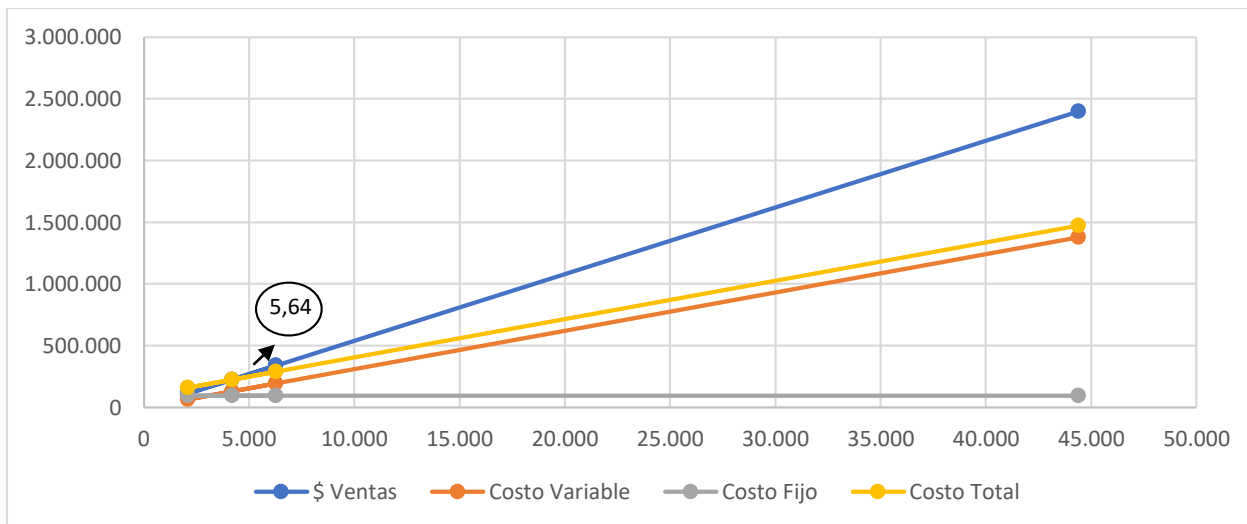
**En función a la Capacidad Instalada**

$$PEci = \frac{\$56.718,01}{\$2.525.415,23 - \$1.520.449,74} \times 100$$

$$PEci = \frac{\$56.718,01}{\$1.004.965,49} \times 100$$

**PEci= 5,64**

**Ilustración 50 Punto Equilibrio capacidad año 3**



Fuente: Cuadro N°62  
 Elaboración: El Autor

## Cuarto Año

En función de las Ventas

$$PE_v = \frac{\frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Costos Variables Totales}}}{1 - \frac{\text{Ventas Totales}}{\text{Costos Variables Totales}}}$$

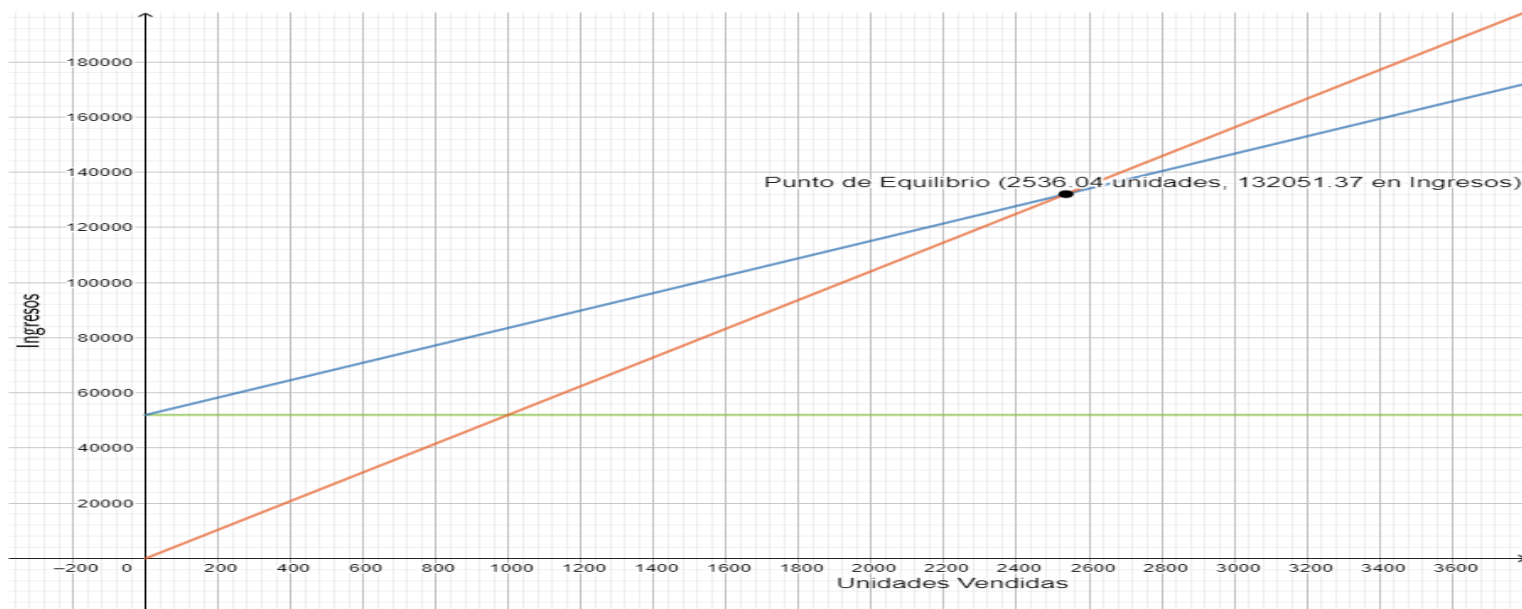
$$PE_v = \frac{\frac{\$55.461,55}{\$1.520.459,48}}{1 - \frac{\$2.602.321,29}{\$1.520.459,48}}$$

$$PE_v = \frac{\$55.461,55}{1 - 0,58}$$

$$PE_v = \frac{\$55.461,55}{\$0,42}$$

$$PE_v = \$132.051,3$$

Ilustración 51 Punto de equilibrio año 4



Fuente: Cuadro N°62

Elaboración: El Autor

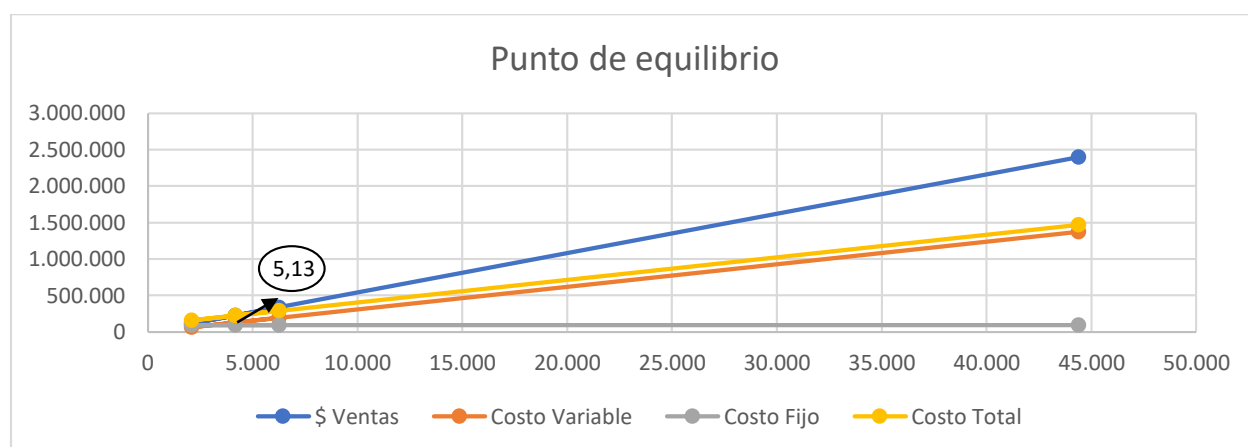
### En función a la Capacidad Instalada

$$PE_{ci} = \frac{\$55.461,55}{\$2.602.321,29 - \$1.520.459,48} \times 100$$

$$PE_{ci} = \frac{\$55.461,55}{\$1.081.861,81} \times 100$$

$$PE_{ci} = 5,13$$

### Ilustración 52 Punto Equilibrio capacidad año 4



Fuente: Cuadro N°62  
Elaboración: El Autor

### Quinto Año

#### En función de las Ventas

$$PE_v = \frac{\$54.124,10}{1 - \frac{\$1.712.895,02}{\$3.006.339,84}}$$

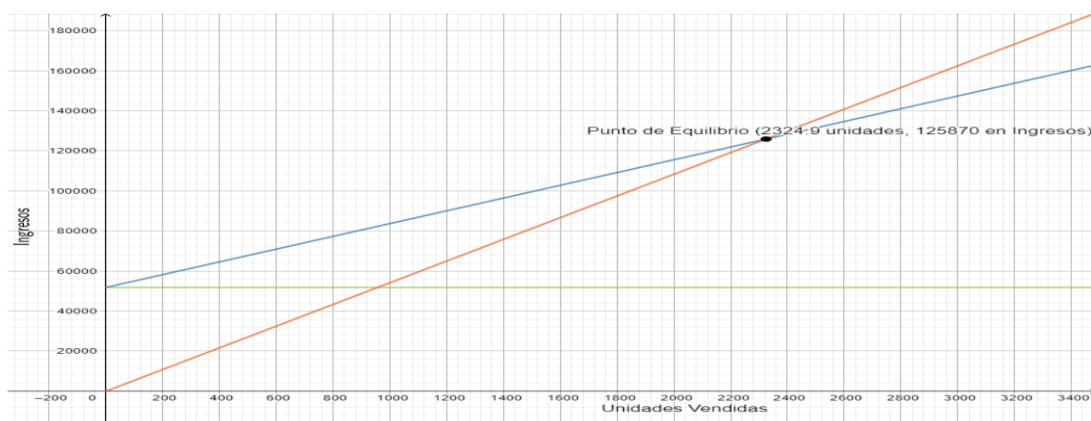
$$PE_v = \frac{\$54.124,10}{1 - 0,57}$$

$$PE_v = \frac{\$54.124,10}{\$0,43}$$

$$PE_v = \$125.870,00$$



### Ilustración 53 Punto de equilibrio año 5



Fuente: Cuadro N°62

Elaboración: El Autor

### En función a la Capacidad Instalada

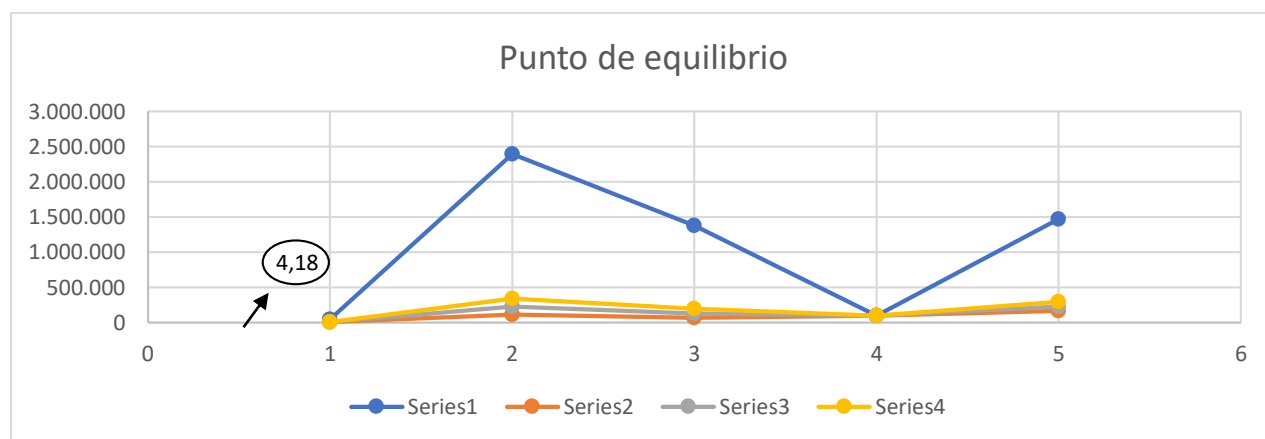
$$PEci = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables Totales}} \times 100$$

$$PEci = \frac{\$54.124,10}{\$3.006.339,84 - \$1.712.895,02} \times 100$$

$$PEci = \frac{\$54.124,10}{\$1.293.444,82} \times 100$$

$$PEci = 4,18$$

### Ilustración 54 Punto Equilibrio capacidad año 5



Fuente: Cuadro N°62

Elaboración: El Autor

## 5.9. Estado de Pérdidas y Ganancias

En la herramienta de estado de pérdidas y ganancias se podrá analizar cuáles son las ganancias y pérdidas que tiene la micro empresa dentro de un tiempo y así saber si está teniendo un buen desenvolvimiento dentro de las operaciones.

Dentro del cuadro de estado de pérdidas y ganancias se tiene que tomar en consideración la Ley de Régimen Tributario, en la cuenta de distribución de la Utilidad que es del 15%, el Impuesto a la Renta que es del 22% y la Reserva Legal del 10%.

**Cuadro N° 67 Estado de Pérdidas y Ganancias**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>1. Ingresos</b>					
Ventas	\$2.090.325,10	\$2.158.241,80	\$2.525.415,23	\$2.602.321,29	\$3.006.339,84
<b>(+) Valor Residual</b>					\$1.660,50
<b>Total de Ingresos</b>	<b>\$2.090.325,10</b>	<b>\$2.158.241,80</b>	<b>\$2.525.415,23</b>	<b>\$2.602.321,29</b>	<b>\$3.008.000,34</b>
<b>2. Egresos</b>					
(-) Costos de comercialización	\$1.332.099,30	\$1.332.099,66	\$1.519.538,49	\$1.519.538,85	\$1.711.964,95
(-) Costos de operación comercial	\$60.297,25	\$58.962,06	\$57.629,25	\$56.382,17	\$55.054,18
<b>Total de Egresos</b>	<b>\$1.392.396,55</b>	<b>\$1.391.061,72</b>	<b>\$1.577.167,74</b>	<b>\$1.575.921,03</b>	<b>\$1.767.019,12</b>
<b>Utilidad Bruta 1-2</b>	<b>\$697.928,55</b>	<b>\$767.180,08</b>	<b>\$948.247,49</b>	<b>\$1.026.400,26</b>	<b>\$1.240.981,22</b>
(-) 15% De distribución Utilidad	\$104.689,28	\$115.077,01	\$142.237,12	\$153.960,04	\$186.147,18
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$593.239,27</b>	<b>\$652.103,07</b>	<b>\$806.010,37</b>	<b>\$872.440,22</b>	<b>\$1.054.834,03</b>
(-)22% Impuestos a la Renta	\$130.512,64	\$143.462,67	\$177.322,28	\$191.936,85	\$232.063,49
<b>Utilidad Liquida antes de Reserva</b>	<b>\$462.726,63</b>	<b>\$508.640,39</b>	<b>\$628.688,08</b>	<b>\$680.503,37</b>	<b>\$822.770,55</b>
(-) 10% reserva legal	\$46.272,66	\$50.864,04	\$62.868,81	\$68.050,34	\$82.277,05
<b>(=) Utilidad Liquida</b>	<b>\$416.453,97</b>	<b>\$457.776,35</b>	<b>\$565.819,28</b>	<b>\$612.453,04</b>	<b>\$740.493,49</b>

Fuente: Cuadro N°62 y N°65.  
Elaboración: El Autor.

## Capítulo 6

Aquí se realiza la evaluación financiera del proyecto para conocer los resultados de los ejercicios económicos de la empresa para que se pueda determinar si la inversión realizada es rentable; se analiza todos estos cálculos en cuanto a los flujos de caja, los índices de liquidez, endeudamiento el VAN, la TIR, relación costo beneficio, análisis de sensibilidad.

### **6. Flujo de Caja**

El flujo de Caja es una herramienta que permite identificar las salidas y entradas de dinero de la micro empresa en un periodo determinado, saber la capacidad para el pago de las deudas que tiene la micro empresa y medir la liquidez que posee.

Es importante que el flujo de caja se encuentre bien realizado en la micro empresa de suplementos deportivos para saber si se encuentra bien o se debe de realizar nuevas tomas de decisiones, aportando información económica.

## Cuadro N°68 Flujo de Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>1. Ingresos</b>						
Ventas Totales		\$2.090.325,10	\$2.158.241,80	\$2.525.415,23	\$2.602.321,29	\$3.006.339,84
Valor Salvamento						\$1.660,50
Capital Financiero	\$75.106,00					
Capital Propio	\$50.200,71					
<b>Total de Ingresos</b>	<b>\$125.306,71</b>	<b>\$2.090.325,10</b>	<b>\$2.158.241,80</b>	<b>\$2.525.415,23</b>	<b>\$2.602.321,29</b>	<b>\$3.008.000,34</b>
<b>2. Egresos</b>						
Activo Fijo	\$9.230,00					
Activo Diferido	\$1.484,98					
Activo Corriente	\$114.591,73					
Costo de comercialización		\$1.332.099,30	\$1.332.099,66	\$1.519.538,49	\$1.519.538,85	\$1.711.964,95
(+) Costo de operación comercial		\$60.297,25	\$58.962,06	\$57.629,25	\$56.382,17	\$55.054,18
<b>Total de Egresos</b>	<b>\$125.306,71</b>	<b>\$1.392.396,55</b>	<b>\$1.391.061,72</b>	<b>\$1.577.167,74</b>	<b>\$1.575.921,03</b>	<b>\$1.767.019,12</b>
<b>Utilidad Bruta 1-2</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$697.928,55</b>	<b>\$767.180,08</b>	<b>\$948.247,49</b>	<b>\$1.026.400,26</b>	<b>\$1.240.981,22</b>
(-) 15% Reparto de Utilidad		\$104.689,28	\$115.077,01	\$142.237,12	\$153.960,04	\$186.147,18
(-) 22% de Impuesto a la Renta		\$130.512,64	\$143.462,67	\$177.322,28	\$191.936,85	\$232.063,49
<b>(=) Utilidad</b>		<b>\$462.726,63</b>	<b>\$508.640,39</b>	<b>\$628.688,08</b>	<b>\$680.503,37</b>	<b>\$822.770,55</b>
(+) Amortización diferido		\$297,00	\$297,00	\$297,00	\$297,00	\$297,00
(+) Depreciaciones		\$1.288,62	\$1.288,62	\$1.288,62	\$1.288,62	\$1.288,62
<b>Total Flujo de Caja Neto</b>		<b>\$464.312,25</b>	<b>\$510.226,01</b>	<b>\$630.273,70</b>	<b>\$682.088,99</b>	<b>\$824.356,17</b>

Fuente: Cuadro N°59, N°60 y N°67.

Elaboración: El Autor.

**6.1. Valor Actual Neto**

Esta herramienta es la actualizando de los datos financieros tanto de cobros como de pagos de la micro empresa, para realizar ahora las tomas de decisiones para futuro se tiene que tener actualizado toda la información financiera ya que ahora se podrá saber si para un futuro existirá ganancias, igualdades o perdidas teniendo en cuenta el costo de oportunidad del mercado.

Se debe tener presente los criterios del Valor Actual Neto:

- ✓ Si el VAN da resultado positivo es un proyecto aceptado para ponerlo en marcha.
- ✓ Si el VAN da resultado igual a cero es un proyecto que debe ser revisado.

- ✓ Si el VAN da resultado negativo es un proyecto que no se debe de poner en marcha.

El factor de actualización es el porcentaje de interés que la entidad financiera otorga el crédito para poder instalar la micro empresa de Suplementos Deportivos.

**Cuadro N°69 Valor Actual Neto**

<b>Año</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Factor de Actualización 11%</b>	<b>Flujos Netos Actualizados</b>
<b>0</b>	\$125.306,71	11%	
<b>1</b>	\$464.312,25	0,90090090	\$418.299,32
<b>2</b>	\$510.226,01	0,81162243	\$414.110,88
<b>3</b>	\$630.273,70	0,73119138	\$460.850,70
<b>4</b>	\$682.088,99	0,65873097	\$449.313,15
<b>5</b>	\$824.356,17	0,59345133	\$489.215,26
<b>Total</b>	<b>\$3.111.257,13</b>		<b>\$2.231.789,31</b>

Fuente: Cuadro N°68.  
Elaboración: El Autor.

El valor actual neto se lo obtiene realizando la resta de los flujos netos actualizados con la inversión.

$$\text{VAN} = \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = \$2.231,789,31 - \$125.306,71$$

$$\text{VAN} = \mathbf{\$2.106.482,60}$$

El valor actual neto es de \$2.106.482,60 siendo un resultado mayor que cero y significa que la micro empresa se justifica desde el punto de vista financiero.

## **6.2. Periodo de recuperación de Capital**

En el Periodo de Recuperación de Capital es la herramienta en donde calcula los años que la micro empresa va recuperar la inversión, para conocer el tiempo si es en mayor tiempo o menor tiempo se va ver la recuperación, dependiendo del desarrollo va teniendo la micro empresa en el mercado, la acogida y aceptación de los clientes.

### Cuadro N°70 Periodo de recuperación de Capital

Años	Flujo Neto
	\$125.306,71
1	\$464.312,25
2	\$510.226,01
3	\$630.273,70
4	\$682.088,99
5	\$824.356,17
<b>Total</b>	<b>\$3.111.257,13</b>

Fuente: Cuadro N°68.

Elaboración: El Autor.

Para calcular el periodo de recuperación de capital se utiliza la siguiente formula:

$$\text{PRC} = \frac{\text{Total Flujo de Caja - Inversión Inicial}}{\text{Flujo de Caja (Último Año)}}$$

$$\text{PRC} = \frac{\$3.111.257,13 - \$125.306,71}{\$824.356,17}$$

$$\text{PRC} = \frac{\$2.985.950,42}{\$824.356,17}$$

$$\text{PRC} = 3,6222$$

$$\text{PRC} = 3,6222 = 3 \text{ años}$$

$$\text{PRC} = 0,62 * 12 = 7 \text{ meses}$$

$$\text{PRC} = 0,47 * 30 = 14 \text{ días}$$

La inversión de la micro empresa se recupera en tres años, siete meses y catorce días. El periodo de recuperación de capital es menor a la vida útil del proyecto que son de cinco años, en resumen, este proyecto es acepto para la instalación y ponerla en marcha.

### 6.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es la tasa más alta del interés que va a cubrir el costo de la inversión mediante un préstamo a una entidad financiera, conforme a las ventas que la micro empresa va obteniendo se va cubriendo el préstamo.

La Tasa de Interna de Retorno permitirá realizar toma de decisiones para aceptar o rechazar el proyecto de los suplementos deportivos, teniendo presente lo siguiente.

- ✓ La (TIR) es mayor que el costo del capital del proyecto, se debe aceptar.
- ✓ La (TIR) es igual que el costo del capital del proyecto, sería un proyecto indiferente.
- ✓ La (TIR) es menor que el costo del capital del proyecto, se debe rechazar.

**Cuadro N°71 Tasa Interna de Retorno**

Años	Flujo Neto	Factor de Actualización	VAN Menor	Factor de Actualización	VAN Mayor
		382,00%		383,00%	
0			\$125.406,71		\$125.406,71
1	\$464.312,25	0,20746888	\$96.330,34	0,20703934	\$96.130,90
2	\$510.226,01	0,04304334	\$21.961,83	0,04286529	\$21.870,98
3	\$630.273,70	0,00893015	\$5.628,44	0,00887480	\$5.593,55
4	\$682.088,99	0,00185273	\$1.263,73	0,00183743	\$1.253,29
5	\$824.356,17	0,00038438	\$316,87	0,00038042	\$313,60
		<b>Total</b>	<b>\$125.501,21</b>		<b>\$125.162,33</b>
		<b>VAN +</b>	<b>\$194,50</b>	<b>VAN -</b>	<b>-\$144,38</b>

Fuente: Cuadro N°68.  
Elaboración: El Autor.

Para calcular la TIR se realiza el siguiente proceso:

$$\begin{array}{rcl}
 \text{TIR=} & \text{Tm + Dt} & \frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \\
 \text{TIR=} & 382 + 1 & \frac{\$194,50}{\$338,38} \\
 \text{TIR=} & 382 + 1 & 0,573941931 \\
 \text{TIR=} & 382 & 0,573941931 \\
 \text{TIR=} & \mathbf{382,57} & 
 \end{array}$$

El resultado obtenido en la tasa interna de retorno es mayor que el costo del capital de inversión de la micro empresa que es de 11%, dando como resultados favorables dando un alto rendimiento por lo cual el proyecto es factible.

#### 6.4. Relación Beneficio Costo

La Relación Beneficio Costo es un evaluador donde nos permite conocer el rendimiento de la micro empresa de un dólar durante los cinco años de vida útil del proyecto, también permitiendo reconocer las tomas de decisiones que se deben realizar.

- ✓ La Relación Beneficio Costo es mayor a 1 se acepta el proyecto.
- ✓ La Relación Beneficio Costo es igual a 1 es un proyecto indiferente.
- ✓ La Relación Beneficio Costo es menor a 1 se rechaza el proyecto.



**Cuadro N°72 Relación Beneficio Costo**

<b>Años</b>	<b>Ingresos Originales</b>	<b>Egresos Originales</b>	<b>Factor de Actualización 11%</b>	<b>Ingresos Actualizados</b>	<b>Egresos Actualizados</b>
<b>1</b>	\$2.090.325,10	\$1.392.396,55	0,90090090	\$1.883.175,77	\$1.254.411,30
<b>2</b>	\$2.158.241,80	\$1.391.061,72	0,81162243	\$1.751.677,46	\$1.129.016,90
<b>3</b>	\$2.525.415,23	\$1.577.167,74	0,73119138	\$1.846.561,85	\$1.153.211,46
<b>4</b>	\$2.602.321,29	\$1.575.921,03	0,65873097	\$1.714.229,64	\$1.038.107,99
<b>5</b>	\$3.008.000,34	\$1.767.019,12	0,59345133	\$1.785.101,80	\$1.048.639,85
	<b>Total</b>			<b>\$8.980.746,51</b>	<b>\$5.623.387,50</b>

Fuente: Cuadro N°67.

Elaboración: El Autor.

Para calcular la relación beneficio costo es el siguiente calculo:

$$\text{Relación Beneficio costo} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\$8.980.746,51}{\$5.623.387,50}$$

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \mathbf{1,60}$$

En la micro empresa de Suplementos Deportivos la relación beneficio costo el resultado es mayor que uno; el proyecto es factible y aceptable, por cada dólar de inversión se obtendrá **\$0,60** centavos de rentabilidad.

### 6.5. Análisis de Sensibilidad

El Análisis de Sensibilidad es la interpretación de la micro empresa al momento de estar instalada y en marcha, siendo desconocidas el futuro del proyecto de los Suplementos Deportivos.

En este análisis existirá un incremento y una disminución para saber cómo la micro empresa va afrontar las situaciones a futuro, en el incremento será de 47% y la disminución de -53%.

Con los resultados obtenidos se podrá hacer toma de decisiones con los siguientes criterios:

- ✓ Si la sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible.
- ✓ Si la sensibilidad es igual a 1 el proyecto no tendrá ningún cambio.
- ✓ Si la sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible.

Con este análisis podremos saber si la micro empresa soporta incrementos en los costos o disminución en los ingresos, considerando lo siguiente:

- ✓ El coeficiente resultante es mayor a 1 el proyecto es sensible.
- ✓ El coeficiente resultante es igual a 1 el proyecto es indiferente.
- ✓ El coeficiente resultante es menor a 1 el proyecto no es sensible.

**Cuadro N°73 Análisis de Sensibilidad de Crecimiento de 47% en los Costos**

Años	Costos Originales	Costos Originales Totales	Ingresos Originales	Nuevo Flujo	Factor de Actualización	VAN Menor	Factor de Actualización	VAN Mayor
		47%			88%		89%	
0						\$125.406,71		\$125.406,71
1	\$1.392.396,55	\$2.046.822,92	\$2.090.325,10	\$43.502,18	0,53191489	\$23.139,46	0,52910053	\$23.017,02
2	\$1.391.061,72	\$2.044.860,73	\$2.158.241,80	\$113.381,07	0,28293345	\$32.079,30	0,27994737	\$31.740,73
3	\$1.577.167,74	\$2.318.436,58	\$2.525.415,23	\$206.978,65	0,15049652	\$31.149,57	0,14812030	\$30.657,74
4	\$1.575.921,03	\$2.316.603,91	\$2.602.321,29	\$285.717,38	0,08005134	\$22.872,06	0,07837053	\$22.391,82
5	\$1.767.019,12	\$2.597.518,11	\$3.008.000,34	\$410.482,23	0,04258050	\$17.478,54	0,04146589	\$17.021,01
<b>Sumatoria</b>						<b>\$126.718,92</b>		<b>\$124.828,33</b>
<b>VAN +</b>						<b>\$1.412,21</b>	<b>VAN -</b>	<b>-\$478,38</b>

Fuente: Cuadro N°72.  
Elaboración: El Autor.

$$\text{TIR} = T_m + D_t \frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}}$$

$$\text{TIR} = 88 + 1 \frac{\$1.412,21}{\$1.890,59}$$

$$\text{TIR} = 88 + 1 \quad 0,746965975$$

$$\text{TIR} = 88 \quad 0,746965975$$

$$\text{TIR} = 88,75$$

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR original} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{Diferencia de TIR} = 383 - 88,75$$

$$\text{Diferencia de TIR} = 294,25$$

$$\% \text{ Variación} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR original}} \times 100$$

$$\% \text{ Variación} = \frac{294,25}{383} \times 100$$

$$\% \text{ Variación} = 76,83$$

$$\text{Sensibilidad} = \% \text{ Variación}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\text{Nueva TIR}}{\text{76,83}} = \frac{88,75}{88,75}$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,87$$

El Análisis de Sensibilidad con el incremento en los costos del 47% es igual a 0,87 que es menor a 1, el resultado no es sensible al aumento del proyecto.

En el siguiente cuadro se mostrará el análisis de sensibilidad con disminución de -41,22%, obteniendo los siguientes valores:

**Cuadro N° 74 Análisis de Sensibilidad con la disminución en los Ingresos de -41,57%**

Años	Ingresos Originales	Ingresos Totales Originales	Costos Totales	Nuevo Flujo	Factor de Actualización	VAN Menor	Factor de Actualización	VAN Mayor
		-41,57%			109,00%		110,00%	
0						\$125.406,71		\$125.406,71
1	\$2.090.325,10	\$1.221.376,96	\$1.392.396,55	\$171.019,59	0,4784689	\$81.827,56	0,476190476	\$81.437,90
2	\$2.158.241,80	\$1.261.060,68	\$1.391.061,72	\$130.001,04	0,228932488	\$29.761,46	0,22675737	\$29.478,69
3	\$2.525.415,23	\$1.475.600,12	\$1.577.167,74	\$101.567,62	0,109537076	\$11.125,42	0,1079797	\$10.967,24
4	\$2.602.321,29	\$1.520.536,33	\$1.575.921,03	\$55.384,70	0,052410084	\$2.902,72	0,051418905	\$2.847,82
5	\$3.008.000,34	\$1.757.574,60	\$1.767.019,12	\$9.444,53	0,025076595	\$236,84	0,024485193	\$231,25
<b>Sumatoria</b>						<b>\$126.223,30</b>		<b>\$125.299,56</b>
<b>VAN +</b>						<b>\$816,59</b>	<b>VAN -</b>	<b>-\$107,15</b>

Fuente: Cuadro N°71.  
Elaboración: El Autor.

$$\text{TIR} = \frac{\text{Tm} + \text{Dt}}{\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}}}$$

$$\text{TIR} = \frac{109 + 1}{\frac{\$547,28}{891,08}}$$

$$\text{TIR} = \frac{109 + 1}{0,614176095}$$

$$\text{TIR} = \frac{109}{0,614176095}$$

$$\text{TIR} = 109,61$$

**Diferencia de TIR=**

**TIR original - Nuevo TIR**

$$\text{Diferencia de TIR} = 382,57 - 109,61$$

$$\text{Diferencia de TIR} = 272,96$$

$$\% \text{ Variación} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR original}} \times 100$$

$$\% \text{ Variación} = \frac{272,96}{382,57} \times 100$$

$$\% \text{ Variación} = 71,35$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{71,35}{109,61}$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,65$$

El Análisis de Sensibilidad con la disminución en los ingresos de 41,22% es igual a 0,65 que es menor a 1, el resultado no es sensible al aumento del proyecto.

## Conclusiones

En el presente trabajo de investigación, realizo las conclusiones gracias a los resultados obtenidos en el estudio de técnico y de mercado:

- Los Suplementos Deportivos, forman parte de la alimentación de las personas que realizan deportes, para tener una mente sana y un cuerpo sano se necesita de disciplina para lograr los objetivos esperados por las personas, teniendo en cuenta que una buena alimentación que incluya lo que se prepare en las comidas, realizar actividades físicas y con la suplementación adecuada, los resultados serán positivos.
- Los habitantes de la ciudad de Huaquillas están muy interesados en la instalación de la micro empresa dedicada a la comercialización de Suplementos Deportivos, la razón es por la falta de interés de parte de los distribuidores en los clientes que no venden productos de calidad y los precios están sobre valorados del coste promedio.
- La micro empresa, contara con el personal calificado para poder atender al público, no solo nos enfocamos que los clientes compren el producto y se retiren, sino, los clientes adquieran información de cada producto que función cumple en el cuerpo y así vuelvan adquirir el producto o los productos.
- La inversión que tiene la instalación de la micro empresa es una inversión se recuperara dentro del tiempo de vida del proyecto que son cinco años de vida, a la vez que contamos con el 40% de la inversión por parte de los accionistas y el 60% de la inversión por parte

de un préstamo a una entidad financiera, lleva a que la micro empresa no se verá necesaria de realizar alzas en los precios de los productos.

- La micro empresa tiene presente que los clientes tienen la razón, en donde se compromete que tendrá en stock los productos que tengan más demanda en el mercado y si en algún momento no se pueda abastecer a los clientes se hará inmediata nuevos pedidos para cumplir con las expectativas.
  
- Con ultimo punto de las conclusiones, la micro empresa dedicada a la comercialización de Suplementos Deportivos, es un proyecto factible en donde se va a tener buenos resultados como rentabilidad del negocio.

## Recomendaciones

En el presente trabajo de investigación, realizo las siguientes recomendaciones:

- El presente proyecto, tiene como finalidad de aportar a la sociedad una motivación para contar con una vida saludable para que las personas alarguen el tiempo de vida, tomando en consideración que debe ser aprobado por todas las autoridades de la ciudad como de la provincia para tener aceptación y a la vez acogiendo por parte de las personas que se convertirán en clientes.
- Las autoridades de nuestro país, invertir más en la recreación deportiva, abriendo más plazas de deportes para que las personas tengan un lugar ir adecuado y no se siga dañando nuestra gente.
- Capacitar a las personas que tengan un emprendimiento o una micro empresa para que no desmayen y siguen en pie dentro del mercado, porque la competencia es el pilar fundamental para que las empresas hagan mejoras y tomen mejores decisiones.



## Bibliografía

- Abreu, J. L. (Diciembre de 2014). *International Journal of Good Conscience*. Obtenido de International Journal of Good Conscience: [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Administración de Empresas. (2018). *Administración de Empresas*. Obtenido de Administración de Empresas: <https://sites.google.com/site/empreswaites/organigramas>
- Amador, M. G. (29 de Mayo de 2009). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Metodología de la Investigación: [http://manuelgalan.blogspot.com/2009\\_05\\_24\\_archive.html](http://manuelgalan.blogspot.com/2009_05_24_archive.html)
- Arce, A. M. (09 de Febrero de 2020). *ABC Blogs*. Obtenido de ABC Blogs: <https://abcblogs.abc.es/fitness-que-la-fuerza-te-acompane/nutricion/los-suplementos-deportivos-mas-populares.html>
- ASTROS, I. J. (2016). *Monografias.com*. Obtenido de Monografias.com: <https://www.monografias.com/trabajos104/evaluacion-proyectos-capital-deuda-y-propio/evaluacion-proyectos-capital-deuda-y-propio.shtml>
- Ayas, A. G. (2010). *Xing*. Obtenido de Xing: <https://www.xing.com/communities/posts/paso-4-analisis-de-la-demanda-1003939342>
- Baca. (2010). *Administración de empresas*.
- Biberly. (2 de Junio de 2016). *Biberly*. Obtenido de Biberly: <https://www.iberley.es/temas/concepto-clases-domicilio-59467>
- C., J. D. (23 de Febrero de 2010). *Pymes Futuro*. Obtenido de Pymes Futuro: <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
- Carlos, J. (25 de Mayo de 2013). *MICRO LOCALIZACION Y MACRO LOCALIZACION*. Obtenido de MICRO LOCALIZACION Y MACRO LOCALIZACION:

<http://cuadromicroymacrolocalizacion.blogspot.com/2013/05/cuadro-comparativo-micro-localizacion-y.html>

Carrasco, R. D. (2011). *Investigación Comercial Técnicas e Instrumentos*. Madrid: TÉBAR, S.L.

Carter, C. (2016). *La Voz de Houston*. Obtenido de La Voz de Houston:  
<https://pyme.lavoztx.com/cmo-calculan-los-ingresos-por-ventas-en-contabilidad-5731.html>

Corvo, H. S. (2017). *Lifeder.com*. Obtenido de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/costo-unitario/>

Corvo, H. S. (2018). *Lifeder.com*. Obtenido de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/analisis-oferta/>

Corvo, H. S. (2019). *Lifeder.com*. Obtenido de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/demanda-potencial/>

Corvo, H. S. (2019). *Lifeder.com*. Obtenido de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/capacidad-instalada/>

D'economía Blog. (2 de Julio de 2014). *D'economía Blog*. Obtenido de D'economía Blog:  
<http://deconomiablog.blogspot.com/2014/07/factores-de-localizacion-de-la-empresa.html>

Delgado, I. (19 de Agosto de 2019). *Significados*. Obtenido de Significados:  
<https://www.significados.com/eslogan/>

Docenteunivia. (13 de Junio de 2014). *ESTADOS FINANCIEROS WORDPRESS*. Obtenido de ESTADOS FINANCIEROS WORDPRESS: Los estados financieros proforma son estados proyectados. Generalmente los datos se pronostican con un año de anticipación, por ejemplo, en una empresa de transformación el estado proforma obtenido con base al presupuesto maestro es muy completo, en él se

- Eco-Finanzas. (2019). *Eco-Finanzas*. Obtenido de Eco-Finanzas: [https://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA\\_INSATISFECHA.htm](https://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA_INSATISFECHA.htm)
- Galán, J. S. (2015). *Economíapedia Haciendo Fácil la Economía*. Obtenido de Economíapedia Haciendo Fácil la Economía: <https://economipedia.com/definiciones/marketing-mix.html>
- Galán, J. S. (2017). *Economipedia Haciendo Facil la Economía*. Obtenido de Economipedia Haciendo Facil la Economía: <https://economipedia.com/definiciones/capital-social.html>
- HERBOLARIO ONLINE MISOHI NUTRICIÓN. (2020). *HERBOLARIO ONLINE MISOHI NUTRICIÓN*. Obtenido de HERBOLARIO ONLINE MISOHI NUTRICIÓN: <https://www.misohinutricion.com/blog/que-es-la-suplementacion/>
- INEC IPC, J. 2. (06 de Julio de 2020). *Boletín técnico INEC*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Junio-2020/Boletin\\_tecnico\\_06-2020-IPC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Junio-2020/Boletin_tecnico_06-2020-IPC.pdf)
- INEC, & cifras, E. e. (219). *POBLACIÓN Y TASAS DE CRECIMIENTO INTERCENSAL DE 2010-2001-1990 POR SEXO, SEGÚN PARROQUIAS*.
- Ivan, G. (23 de Mayo de 2018). *Economía Simple.net*. Obtenido de Economía Simple.net: <https://www.economiasimple.net/glosario/razon-social>
- Jauregui, A. (2016). *Lifeder.com*. Obtenido de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/evaluacion-financiera-proyectos/>
- Kiziryan, M. (2017). *Economíapedia Haciendo Facil la Economía*. Obtenido de Economíapedia Haciendo Facil la Economía: <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>
- Make Money Factor. (2019). *Make Money Factor*. Obtenido de Make Money Factor: <https://es.makemoneyfactor.com/how-calculate-average-daily-sales>

- Marketing Mix. (2019). *Debitoor*. Obtenido de Debitoor: <https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix>
- Molina, R. G. (20 de Agosto de 2018). *EFE: SALUD*. Obtenido de EFE: SALUD: <https://www.efesalud.com/suplementos-deportivos-proteinas-salud/>
- Montero, M. (16 de Noviembre de 2017). *Emprende pyme.net*. Obtenido de Emprende pyme.net: <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-punto-de-equilibrio.html>
- Navarro, J. D. (25 de Enero de 2018). *ABC FINANZAS*. Obtenido de ABC FINANZAS: <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/que-es-un-analisis-de-sensibilidad>
- Núñez, D. (17 de Septiembre de 2018). *Importancia de la alimentación y los suplementos en el deporte*. Obtenido de <https://www.diarioconcepcion.cl/deportes/2018/09/17/la-importancia-de-la-alimentacion-y-los-suplementos-en-el-deporte.html>
- OK DIARIO. (27 de 01 de 2019). *OK DIARIO*. Obtenido de OK DIARIO: <https://okdiario.com/curiosidades/conoce-metodo-observacion-directa-3628568>
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. (2020). *ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD*. Obtenido de ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD: <https://www.who.int/elena/nutrient/es/>
- Rentería, J. J. (12 de Agosto de 2016). *Mis Abogados*. Obtenido de Mis Abogados: <https://www.misabogados.com/blog/es/que-es-el-objeto-social-de-una-empresa>
- RUIZ, J. E. (2011). *Presupuestos Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión y control de recursos*. Bogota: Mc Graw Hill.
- SMSECUADOR. (2015). *SMSECUADOR*. Obtenido de SMSECUADOR: <https://smsecuador.ec/manual-de-funciones/>

- Solo Contabilidad. (2018). *Solo Contabilidad*. Obtenido de Solo Contabilidad:  
<https://www.solocontabilidad.com/costos/clasificacion-de-los-costos>
- Solo Contabilidad. (2018). *Solo Contabilidad*. Obtenido de Solo Contabilidad:  
<https://www.solocontabilidad.com/contenido/estado-de-ganancias-y-perdidas>
- Thompson, I. (Septiembre de 2009). *Marketing-Free.com*. Obtenido de Marketing-Free.com:  
<https://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>
- Tovar, J. K. (2018). *EUMED.NET*. Obtenido de EUMED.NET: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/210/1n.htm>
- Westreicher, G. (2018). *Economipedia Haciendo Facil la Economía*. Obtenido de  
 Economipedia Haciendo Facil la Economía:  
<https://economipedia.com/definiciones/demanda-efectiva.html>
- Wolters Kluwer. (2018). *Guias Juridicas*. Obtenido de Guias Juridicas:  
[https://www.guiasjuridicas.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASMTCyNLtbLUouLM\\_DxbIwMDS0NDQ3OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAW4j4YTUAAAA=WKE](https://www.guiasjuridicas.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASMTCyNLtbLUouLM_DxbIwMDS0NDQ3OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAW4j4YTUAAAA=WKE)

**Anexos****Anexos N 1 Resumen del Proyecto****“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE SUPLEMENTOS DEPORTIVOS EN LA CIUDAD DE  
HUAQUILLAS - EL ORO.”**

El presente trabajo de investigación es el estudio efectuado en la ciudad de Huaquillas en el sector deportivo, la frontera es conocida por sus habitantes trabajadores y deportistas reconocidos a nivel nacional e internacional en los deportes (Gimnasio, CrossFit, Centros deportivos de Futbol, Box y Atletismo), cada día que pasa es una nueva oportunidad de mejorar tu condición física y de salud, realizando la ejecución de una micro empresa dedicada a la comercialización de suplementos deportivos.

Este trabajo de investigación se necesitó realizar encuestas a los habitantes de la ciudad de Huaquillas y los intermediarios que son las personas que se convierten en mi competencia para poder conocer si la micro empresa a va tener buen desenvolvimiento en sus ventas para obtener buenos ingresos para medir la rentabilidad.

Con el presente trabajo de investigación se lo está realizando pensando en la actualidad, los deportes no son muy empleados por las personas y para tener una vida sana y una correcta condición física se necesita de involucrarse en el mundo del deporte para obtener una mente sana en un cuerpo sano.

**Palabras clave:** Deporte – Suplementos Deportivos – Salud.

## **Objetivo General**

Realizar un plan de negocios para la creación de una micro empresa comercialización de suplementos deportivos en la ciudad de Huaquillas provincia de El Oro.

## **Objetivos Específicos**

- ✓ Establecer un estudio de mercado para determinar la demanda y la oferta proyectada, gustos, preferencias y necesidades de los habitantes de la ciudad de Huaquillas.
- ✓ Elaborar un estudio técnico para determinar la localización, la capacidad instalado utilizado en la reingeniería del proyecto.
- ✓ Proponer la organización legal y administrativa de la micro empresa a crearse en la ciudad de Huaquillas.
- ✓ Fijar los presupuestos de costos e ingresos para determinar las fuentes de financiamiento.
- ✓ Ejecutar la evaluación financiera de la rentabilidad del proyecto de la micro empresa.

## **Metodología**

Se utilizará en la siguiente investigación los siguientes métodos:

- ✓ Inductivo.
- ✓ Deductivo.
- ✓ Estadístico.

Se utilizará las siguientes técnicas e instrumentos:

- ✓ Encuestas.
- ✓ Observación directa.

## Anexos N 2 Modelo de Encuesta a las familias



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR EXTENSION  
LOJA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS



*"Reciba un cordial saludo, pertenezco a la **UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**. Estoy realizando una encuesta sobre la capacidad de consumo de "SUPLEMENTOS DEPORTIVOS", es una investigación académica donde se recogen las opiniones de los ciudadanos sobre una cuestión de magnitud e interés general como esta. Me ha tocado hacerle la encuesta a usted ¿Tendría a bien contestar unas preguntas de la encuesta? No demandará más que unos minutos y realmente me sería de gran ayuda y le agradezco".*

**OBJETIVO DE LA ENCUESTA:** Evaluar la capacidad de consumo de "SUPLEMENTOS DEPORTIVOS" por parte de los habitantes de la ciudad de Huaquillas.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X la respuesta que más le guste.

### 1) Sexo (Genero).

a) Masculino

b) Femenino

### 2) Edad.

a) 18-28

b) 29-39

c) 40-49

d) 50-59

e) 60-69

### 3) ¿Cuánto es el monto que percibe por su salario usted al mes?

a) 200-400

b) 401-600

c) 601-800

d) 801-1000



e) 1001-1200

**4) ¿Consumen usted y su familia suplementos deportivos?**

a) Si

b) No

**5) ¿En qué preparación ha consumido suplementos deportivos usted y su familia?**

a) Batido

b) Pancake

c) Bebida

d) Otros

**6) ¿Qué productos de suplementos deportivos usted y su familia consumen?**

a) Proteínas

b) Creatinas

c) Glutaminas

d) Aminoácidos

e) Multivitamínicos

f) Quemadores

**7) ¿La calidad de los suplementos deportivos que consume usted y su familia, son?**

a) Bueno

b) Muy bueno

c) Promedio

d) Malo

e) Muy malo

**8) ¿Qué características elige usted y su familia al momento de adquirir suplementos deportivos?**

a) Calidad del producto

b) Precio

c) Beneficios

d) Seguridad de compra

e) Marca

**9) ¿En dónde adquiere usted y su familia los suplementos deportivos con mayor frecuencia?**

- a) Tiendas deportivas
- b) Tiendas online
- c) Comerciantes informales
- d) Gimnasios

**10) Si se instalaría en Huaquillas una empresa de comercialización de suplementos deportivos. ¿Estaría dispuesto a consumir los productos usted y su familia?**

- a) Si
- b) No

**11) ¿Qué cantidad de suplementos deportivos consumiría usted y su familia mensualmente?**

- a) 0 a dos productos
- b) Tres a cuatro productos
- c) Cinco a seis productos

**12) ¿En qué lugar le gustaría encontrar los suplementos deportivos?**

- a) Tiendas físicas
- b) Tiendas virtuales
- c) Gimnasios
- d) Empresas productoras

**13) ¿A través de que medios le gustaría enterarse usted y su familia de los nuevos productos deportivos en stock?**

- a) Radio
- b) Televisión
- c) Prensa
- d) Hojas volantes
- e) Redes sociales

**14) Si su respuesta fue la radio. ¿En qué emisora le gustaría conocer sobre los productos y en que horario?**

- a) Radio Punto Clave (08h00)
- b) Radio Onda Sur (10h00)
- c) Radio Génesis (12h00)
- d) Radio Sin Frontera (14h00)

**15) Si su respuesta fue la Televisión. ¿En qué canal le gustaría conocer sobre los productos en que horario?**

- a) Tv Oro Huaquillas (13h00)
- b) Ok Televisión (16h00)
- c) Oro visión (20h00)

**16) Si su respuesta fue la prensa ¿En qué diario le gustaría conocer sobre los productos y en qué días?**

- a) El Universo (lunes – viernes)
- b) El Comercio (martes – jueves)
- c) Diario Correo (miércoles – sábado)
- d) Extra.ec (lunes – miércoles – viernes – domingo)

**17) Si su respuesta fue las hojas volantes. ¿Cada que tiempo le gustaría que la empresa entregue hojas volantes a la ciudadanía?**

- a) Trimestral
- b) Mensual
- c) Semestral
- d) Anual

**18) Si su respuesta fue las redes sociales. ¿En qué redes sociales le gustaría conocer sobre los productos?**

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) WhatsApp
- d) Twitter
- e) Snapchat

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### Anexos N 3 Modelo de encuesta a la competencia



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR EXTESION  
LOJA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS



*"Reciba un cordial saludo, pertenezco a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR. Estoy realizando una encuesta sobre la demanda de ventas que tiene de "SUPLEMENTOS DEPORTIVOS", es una investigación académica donde se recoge la opinión de interés general del tema plasmado. Me ha tocado hacerle la encuesta a usted ¿Tendría a bien contestar unas preguntas de la encuesta? No demandará más que unos minutos y realmente me sería de gran ayuda y le agradezco".*

**OBJETIVO DE LA ENCUESTA:** Evaluar la demanda de ventas de "SUPLEMENTOS DEPORTIVOS" por parte de los habitantes de la ciudad de Huaquillas.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X la respuesta que más le guste.

**1) ¿Conoce usted la existencia de empresas comercializadores de suplementos deportivos en la localidad?**

- a) Si
- b) No

**2) ¿Vende usted algún derivado de suplementos deportivos?**

- a) Si
- b) No

**3) ¿Qué producto de suplementos deportivos tiene mayor demanda en su local comercial?**

- g) Proteínas
- h) Creatinas
- i) Glutaminas
- j) Aminoácidos
- k) Multivitamínicos
- l) Quemadores

**4) ¿Cuántos productos de suplementos deportivos vende usted mensualmente?**

- a) 1 – 50 productos
- b) 51 – 100 productos
- c) 101 – 150 productos
- d) 151 – 200 productos

**5) ¿A qué precio venda la proteína ISO HD de la marca Bpi sports de 5 libras?**

- a) \$70 - \$80
- b) \$81 - \$90
- c) \$91 - \$100
- d) \$101 - \$110

**6) ¿En dónde adquiere usted los suplementos deportivos para ser comercializadas?**

- a) Distribuidores
- b) Empresa
- c) Productores

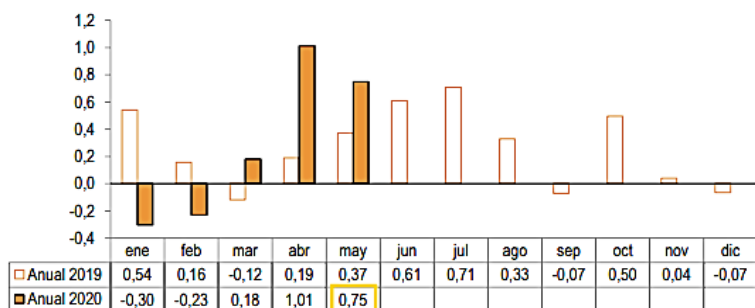
**7) ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted utiliza para dar a conocer los productos que ofrece en su negocio?**

- a) Radio
- b) Televisión
- c) Prensa
- d) Hojas volantes
- e) Redes sociales

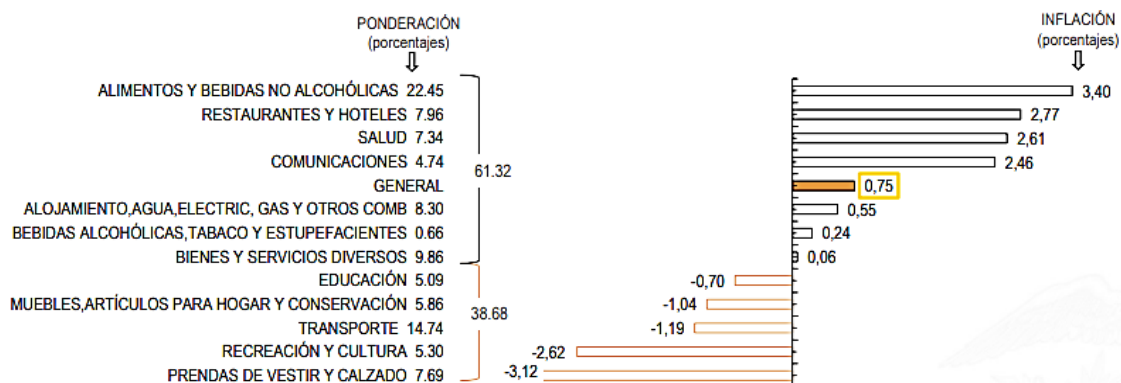
**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexos N 4 Inflación anual

### INFLACIÓN ANUAL DEL IPC Y POR DIVISIONES DE BIENES Y SERVICIOS (Porcentajes, 2019 – 2020)



En mayo de 2020, la variación anual de precios se ubicó en 0.75%; por divisiones de bienes y servicios, 7 agrupaciones que ponderan el 61.32% presentaron porcentajes positivos, siendo *Alimentos y bebidas no alcohólicas*; *Restaurantes y hoteles*; *Salud*; y, *Comunicaciones*, las de mayor porcentaje. En otras 5 agrupaciones que en conjunto ponderan el 38.68% se registraron resultados negativos, siendo *Prendas de vestir y calzado*; y, *Recreación y Cultura* las de mayor variación.



(INEC IPC, 2020)

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf202005.pdf>