

# MODELOS DE NEGOCIOS PARA EL EMPRENDEDOR: RETOS Y OPORTUNIDADES



## AUTORES

PhD. Ana Cecilia Vélez Falcones  
PhD. Derli Francisco Álava Rosado  
MSc. María Guadalupe Mendoza Zambrano  
PhD. Gladys Germania Salazar Olives  
MSc. Jéssica Katherine Meza Montes  
Christopher Chukwugozie Okafor, MBA  
MSc. Miguel Angel Cobeña Napa  
PhD. Lorena Monserrate Vélez López

Título: **MODELOS DE NEGOCIOS PARA EL EMPRENDEDOR: RETOS Y OPORTUNIDADES**

REVISIÓN TÉCNICA:

MSc. Erick Antonio Calderero Villagómez  
Máster en Administración de Empresas

MSc. Nancy Beatriz Delgado Navarrete  
Máster en Dirección de Empresas

DISEÑO Y MAQUETACIÓN:

Bárbara Bravo

© de los textos: los autores

© de la presente edición: CEO Editorial

PRIMERA EDICIÓN: 28 DE NOVIEMBRE DE 2023

ISBN: 978-9942-7177-2-6

Publicado por acuerdo con los autores

Capacitación y Estrategia Online

CEO Editorial

Guayaquil – Ecuador

Fecha: 28-11-2023 Cámara Ecuatoriana de Libro

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos en esta obra son de responsabilidad exclusiva de sus autores

# **MODELOS DE NEGOCIOS PARA EL EMPRENDEDOR: RETOS Y OPORTUNIDADES**

## **Autores:**

PhD. Ana Cecilia Vélez Falcones  
PhD. Derli Francisco Álava Rosado  
Msc. María Guadalupe Mendoza Zambrano  
PhD. Gladys Germania Salazar Olives  
Msc. Jéssica Katherine Meza Montes  
Christopher Chukwugozie Okafor, MBA  
Msc. Miguel Ángel Cobeña Napa  
PhD. Lorena Monserrate Vélez López

## COLABORADORES

Arcentales Intriago Liliam Esther  
Borrero Zambrano Rubí Liceth  
Cedeño Alava Monica Clemencia  
Cheme Altafuya Rocio Marianela  
Delgado Castañeda Alexandra Marisol  
Delgado Cheme Evelin Edita  
Fuentes Charcopa Sandra Paola  
Guerrero Sabando Maritza Alexandra  
Juca Sabando María Victoria  
Loor Olivies Luis David  
Macias Quiñonez Rody Leonel  
Macias Zambrano Daniela Paola  
Manzaba Mera Ider Geoberty  
Marquez Ortiz Jessica Maricela  
Moncayo Ganchozo Joyce Michelle  
Muñoz Morerira María Andrea  
Palma Zambrano Morelia Estefania  
Párraga Bravo José Ricardo  
Puertas Mera Katherine Elizabeth  
Quiroz Moreira Irene Estefanía  
Saldarriaga Garcia Letty Lissette  
Soledispa Guanoluisa Merlin Melissa  
Yaguano Salazar Josselyn Noemi  
Zambrano Ibarra Zoila Nathaly

## Prólogo

El presente libro tiene como objetivo identificar las nuevas tendencias de modelos de negocios que posee el Cantón Pedernales de la provincia de Manabí.

Cabe recalcar que en el campo de estudio contiene nuevas ideas de negocios, y toda la estructura básica de un plan de negocio; por ello es necesario estudiar las diferentes alternativas de negocios para el emprendedor moderno; las estrategias aquí descritas son consideradas oportunidades de negocios familiares y sobre todo creando dinamismo económico al país.

Los métodos utilizados para el desarrollo de este libro es el método analítico, mediante el cual se determina cuáles son las estrategias que se pueden utilizar en el diseño de los modelos, las causas que aporten o afectan en el campo objeto de estudio. El método descriptivo se aplicó con el propósito de describir, mediante un análisis las barreras que se presentan, al momento de colocar un negocio. Como resultado del análisis se pudo determinar que las oportunidades de negocios para emprendedores tienen aspectos importantes al momento de conocer e implementar la estructura básica de un modelo de negocio que permita mantener la estabilidad económica que se requiere. Este libro beneficiario a los diferentes emprendedores que tienen la oportunidad de crear o implementar una nueva idea de negocio, innovadores, sustentable en la localidad.

La academia juega un papel importante en los emprendimientos del Cantón Pedernales, puesto que, mediante la relación formativa y la transferencia de conocimientos, permitirá a la sociedad obtener estrategias innovadoras para el desarrollo económico, social, de cada una de las familias que habitan dentro del sector.

## Contenido

Prólogo.....	5
Introducción.....	1
CAPITULO 1: Estudio de factibilidad de producción y comercialización de jabones artesanales.....	2
1.1 Introducción.....	3
1.2 Análisis del Entorno.....	4
1.2.1 Idea de negocio.....	4
1.2.2 Estudio de factibilidad.....	4
1.3 Estudio Técnico.....	6
1.4 Estudio de Mercado.....	6
1.5 Oportunidad de negocio.....	9
1.5.1 Lienzo CANVAS.....	9
1.6 Plan de Marketing.....	10
1.6.1 Estrategias de Marketing.....	10
1.7 Planificación estratégica de la organización.....	11
1.7.1 Misión.....	11
1.7.2 Visión.....	11
1.7.3 Filosofía y Valores empresariales.....	11
1.8 Diseño de Estructura y plan de recursos humanos.....	12
1.9 Estudio legal y societario.....	13
1.10 Estudio económico financiero.....	15
CAPITULO 2: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de jugos naturales.....	20
2.1 Introducción.....	21
2.2 Análisis del entorno.....	21
2.2.1 Idea de Negocio.....	21
2.3 Estudio Técnico.....	23
2.4 Estudio de Mercado.....	23
2.5 Oportunidad de negocio.....	26

2.5.1 Lienzo CANVAS .....	26
2.6. Plan de Marketing.....	27
2.7 Plan estratégico empresarial .....	28
2.7.1 Misión .....	29
2.7.2 Visión.....	29
2.7.3 Filosofía empresarial .....	29
2.8 Estudio organizacional y de recursos humanos empresarial.....	29
2.8.1 Estudio Organizacional.....	29
2.8.2 Organigrama estructural.....	30
2.9. Estudio legal y societario .....	31
2.10 Estudio económico financiero.....	33
2.10.1 Evaluación Económica Financiera.....	34
CAPITULO 3: Plan de negocio de producción y comercialización de vinos estacionales a base de frutas tropicales embotelladas "FRUIT WINES" .....	
3.1 Introducción.....	38
3.2 Análisis del Entorno .....	39
3.2.1. Idea de Negocio .....	39
3.3 Estudio Técnico .....	39
3.3.1 Descripción de las características de localización del negocio .....	40
3.4 Estudio de mercado.....	41
3.5 Oportunidad de negocio .....	44
3.5.1 Lienzo CANVAS .....	44
3.6 Plan de Marketing.....	46
3.6.1 Estrategia general de marketing.....	46
3.7 Planificación Estratégica de la empresa.....	47
3.7.1 Misión .....	47
3.7.2 Visión.....	47
3.6.3 Valores Corporativos .....	47
3.8. Diseño de estructura y plan de recursos humanos.....	48
3.9 Estudio legal y societario .....	49
3.9.1 Forma de constitución .....	49
3.9.2 Requisitos de constitución.....	49
3.9.3. Normativas y requerimientos de funcionamiento.....	49
3.10 Estudio económico financiero.....	50

CAPITULO 4: Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Aprendizaje Infantil Y Tareas Dirigidas .....	54
4.1 Introducción.....	55
4.2 Análisis del Entorno .....	56
4.2.2 Análisis PESTEL .....	56
4.3 Estudio Técnico .....	59
4.4 Estudio de mercado.....	59
4.4.1 Segmentación del mercado.....	60
4.2.1 Análisis de la demanda.....	60
4.5 Oportunidad de negocio .....	63
4.2.1 Lienzo Canvas.....	63
4.6 Plan de Marketing.....	64
4.6.1 Estrategia General del Marketing .....	64
4.7 Planificación Estratégica de la Empresa .....	64
4.6.1 Misión .....	64
4.6.2 Visión.....	64
4.8 Diseño y Estructura del Plan de Talento Humano .....	65
4.9 Estudio legal y societario .....	66
4.8.1. Forma de constitución .....	66
4.8.2 Requisitos de constitución.....	66
4.8.3 Normativas y requerimientos de funcionamiento.....	66
4.10 Estudió económico financiero.....	67
4.10.1 Evaluación económica financiera .....	68
Referencias bibliográficas .....	70

## Índice de Tablas

Tabla 1 Flujo de caja proyectado para empresa de jabones artesanales .....	16
Tabla 2 Cuadro de presentación para cálculo del VAN.....	18
Tabla 3 Cuadro de presentación para el cálculo de la TIR .....	19
Tabla 4 Flujo de caja proyectado de estudio de factibilidad de creación comercialización de "Jugos Mix" .....	33
Tabla 5 Cuadro de presentación para el cálculo del VAN.....	35
Tabla 6 Cuadro de presentación para cálculo de la TIR.....	35
Tabla 7 Lienzo Canvas para implementación de creación y comercialización de vino de frutas tropicales .....	45
Tabla 8 Datos de cálculo del VAN.....	52
Tabla 9 Datos de cálculo de TIR.....	53
Tabla 10 Sondeo de aceptación .....	60
Tabla 11 Flujo de caja proyectado para la creación de centro de enseñanzas.....	67
Tabla 12 Cuadro de presentación para el cálculo del VAN.....	69
Tabla 13 Cuadro de presentación para el cálculo de la TIR .....	69

## Índice de Figuras

Figura 1 Distribución de preferencias del consumidor.....	7
Figura 2 Distribución de frecuencia de uso del jabón.....	8
Figura 3 Distribución del precio que el consumidor pagaría por un jabón artesanal. ..	8
Figura 4 Lienzo aplicado a modelo de negocio de producto jabones artesanales de frutos tropicales. ....	9
Figura 5 Diagrama de organigrama estructural de la comercializadora de jabones artesanales con base de frutas tropicales. ....	13
Figura 6 Detalle de frecuencia de consumo de jugos mix .....	24
Figura 7 Distribución de factores que influyen en la decisión de compra del consumidor.....	25
Figura 8 Distribución de factores que influyen en la decisión de compra de jugo mix .....	25
Figura 9 Lienzo aplicado a modelo de producto jugo mix de frutas tropicales .....	26
Figura 10 Propuesta de organigrama estructural de la empresa de “JUGOS MIX” ..	31
Figura 11 Representación gráfica de la frecuencia de consumo vino de frutas tropicales .....	43
Figura 12 Distribución del precio que estaría dispuesto a pagar el consumidor por el vino.....	43
Figura 13 Distribución de gráfica en qué ocasiones consume vinos de frutas .....	44
Figura 14 .....	48
Figura 15 Distribución de la cantidad de hijos que tiene cada familia .....	61
Figura 16 Le gustaría qué su hijo acuda centro de aprendizaje infantil con personal capacitado .....	62
Figura 17 Modelo CANVAS propuesto para el centro de Enseñanza.....	63
Figura 18 Diagrama propuesto para estructura organizacional.....	65

## Introducción

En el mundo de las economías modernas, la innovación y transformación digital en los modelos y planes de negocios, se considera la parte más importante para el éxito de cualquier empresa; por tanto, se trata de establecer estudio de factibilidad de la creación de productos o servicio diferenciados de la competencia. En la actualidad se hace necesario diseñar modelos de negocios innovadores adaptables a la necesidad de emprendedores y consumidores que permita a los negocios la sustentabilidad.

El diseño de modelos negocios surge, de diagnosticar el nuevo mercado, identificando las dificultades de clientes, proveedores de un mercado de competencia, una propuesta de valor innovadora que da respuesta a la problemática existente, al momento de diseñar un negocio; como elaborar un estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero, permite conocer con rapidez a inversionistas de cómo va a funcionar su negocio.

Todos los estudios se desarrollan en el Cantón Pedernales provincia de Manabí. En donde se encontrará detalle como: estudio del entorno, estudio técnico, estudio de mercado, la oportunidad de negocio , plan de Marketing, plan estratégico, diseño de estructura y plan de recursos humanos y por último el estudio financiero en el primer capítulo se realiza un estudio de factibilidad de producción y comercialización de jabones artesanales; seguido del segundo capítulo de factibilidad de creación de una empresa de producción y comercialización de jugos naturales; tercer capítulo plan de negocio de producción y comercialización de vinos estacionales a base de frutas tropicales embotelladas “FRUIT WINES”, por último y no menos importante el cuarto capítulo estudio de factibilidad para la creación de un centro de aprendizaje infantil de tareas dirigidas.

Todo el contenido de este libro ha sido generado del proyecto integrador de saberes (PIS), siendo ideas de los estudiantes de ULEAM- Extensión Pedernales de noveno de administración de empresas periodo 2023-1; en donde se integran fundamentos teóricos - prácticos de las asignaturas modelo de negocios, evaluación de proyectos empresariales y simulación de negocios, con el objetivo de diseñar respuesta a las nuevas tendencias de modelos negocios.

# CAPITULO 1: Estudio de factibilidad de producción y comercialización de jabones artesanales



## **1.1 Introducción**

En la actualidad, existen un sinnúmero de jabones que garantizan el cuidado de la piel y cumplen con las exigencias del consumidor, muchas veces no es así, puesto que por lo general estos jabones provocan irritación, resequedad en la piel de quienes las consumen; es por esto, que, enfocados en la deficiencia de calidad de producto, se proporciona el diseño de plan de negocio de jabones naturales de frutas tropicales para el Cantón Pedernales.

Dentro de todo el proceso de investigación sobre estudio de factibilidad del producto, se detallarán de forma minuciosa aspectos como los costos, gastos, el proceso de fabricación, el marketing, forma de venta, la rentabilidad hasta su presentación final como producto terminado, que ayudarán a generar una oportunidad con precisión la factibilidad del modelo de negocio. Con ello los beneficios y propiedades que aportan los jabones artesanales con base a frutas tropicales a la piel son muchos, entre ellos se puede destacar que sirven como antioxidante y ayudan a prevenir el envejecimiento prematuro en hombres y mujeres.

El presente estudio, tiene el objetivo de analizar la factibilidad que tiene la propuesta de negocio, la producción y comercialización de jabones artesanales, con la finalidad de llevarlo al mercado y comprobar su nivel de aceptación de los consumidores; se requiere del diseño de un plan de negocios que permita cubrir las necesidades de los consumidores, por otro lado la razón la creación de jabones naturales a base de frutas tropicales, que, si bien es cierto, la competencia dedicada a la producción de estos productos, no posee valor agregado enfocado a los procesos naturales, sin la utilización de químico con el fin de no provocar afectaciones a la piel; hechos de forma tradicional, es decir, de la manera en la que lo hacían los antepasados.

## **2 Análisis del Entorno**

### **1.2.1 Idea de negocio**

La idea de negocio se genera a raíz de la capacidad que poseen las personas para crear cosas nuevas. Según (Garzozi et al, 2014) mencionan que: “Las ideas son consecuencia de ciertos factores, dentro de los cuales pueden destacarse: la observación del entorno, la formación, la experiencia, los gustos y los deseos del emprendedor” (pág. 30). Las ideas de negocio deben establecerse en aspectos básicos como a quién dirigir un producto, y de qué manera promocionarlo, qué necesidades se cubrirán, entre otros fundamentos.

Hoy en día en el mercado existen distintos tipos de jabones, según su forma, tamaño, fragancia, presentación y propiedades, los cuales contribuyen con distintos tipos de beneficios para la piel del consumidor.

En su gran mayoría, las personas desconocen la composición y sustancias de los jabones, de los cuales tienen reacciones de la piel, alterando el PH, ocasionando irritaciones, alergias, sequedad, entre otras. Con el Jabón artesanal se busca obtener grandes beneficios para la piel, consiguiendo una limpieza segura, profunda gracias a que el jabón artesanal este hecho a base de productos naturales, logrando que el consumidor tenga tranquilidad al usar el jabón.

### **1.2.2 Estudio de factibilidad**

El estudio de factibilidad es importante cuando de emprender se trata, ya que, mediante este se puede conocer aspectos económicos, tales como el VAN y TIR. (Quiroa, 2020), manifiesta que el estudio de factible se podrá saber si la idea de negocio que se quiere implementar va a tener resultados favorables o no favorable. Además, hay que considerar que dentro del estudio de factibilidad hay otros tipos de factibilidad que son necesarias en la realización del proyecto o negocio, puesto que realizando un estudio conjunto de cada una de ella se obtendrán mejores resultados.

### **1.2.3 Factibilidad operativa**

(Córdoba, 2011) Indica que la factibilidad de operación determina si existen capacidades internas de gestión de la empresa, para optimizar sus recursos y

alcanzar sus objetivos planeados siendo eficientes y eficaces. Con ello se relacionan directamente con el personal que tiene que realizar el proyecto. En este apartado, se analiza si el personal posee las competencias laborales necesarias para el desarrollo y ejecución del proyecto.

#### **1.2.4 Factibilidad técnica**

Puesto que (Baca, 2001), menciona que estudio técnico es la determinación del tamaño óptimo de la planta. Localización óptima del proyecto. Ingeniería del proyecto. Factores relevantes que determinan la adquisición de equipo y maquinaria. Distribución de la planta. Cálculo de las áreas de la planta.

En el mencionado estudio se puede enfocar en la capacidad productiva, gestión operativa, infraestructura que posee la empresa para responder a la demanda de un mercado competitivo.

#### **1.2.5 Factibilidad económica**

De acuerdo con (Castro, 2001), indica que el estudio económico financiero de un proyecto se han agrupado en tres aspectos, las inversiones, los presupuestos de ingresos y costos, finalmente el financiamiento

Se debe realizar un análisis exhaustivo de los costos y los beneficios que traerá consigo el proyecto a realizar, para tener con claridad y precisión los resultados económicos que se obtendrán al cabo de un periodo, ya sea este trimestral, semestral o anual. Si los resultados que arroja, indica que los costos superan los beneficios, claramente se tiene la respuesta sobre la factibilidad del proyecto; esta idea de negocio no sería factible debido a que se va a invertir más de lo que ingresa.

### **1.2.6 Factibilidad comercial**

Destaca (Kotler, 2006), factibilidad comercial es el proceso en qué las empresas determinan si sus bienes o servicios tienen la capacidad de competir en un mercado y obtener rentabilidad, que permite evaluar la cantidad de posibles clientes que se tendrán durante la ejecución del proyecto, por otro lado, es importante identificar el público objetivo, en donde se ofertará el producto o servicio.

Saber la idea de negocio logrará generar ganancias, competir y sobrevivir en el mercado de lo contrario morirá fácilmente, la investigación de mercado consiste en el diseño, la recopilación, el análisis y el reporte de la información y de los datos relevantes del mercado para una situación específica a la que se enfrenta la empresa.

### **1.3 Estudio Técnico**

El tamaño óptimo de un proyecto se define como la cantidad de tiempo que una empresa ofrecerá un bien o servicio para la comunidad, en un periodo de tiempo determinado; así mismo, considera el costo mínimo de operaciones y la rentabilidad máxima en el tiempo (Vigo et. al, 2018) para la determinación del espacio, infraestructura de un proyecto de emprendimiento es su capacidad de producción o servicios con costos mínimos y con una máxima rentabilidad económica en sus operaciones; teniendo en cuenta su estabilidad en el tiempo y en el mercado.

Para los procesos de factibilidad es importante el estudio de técnico; ya que este apartado se conocerá la capacidad instalada, ubicación, entre otros factores.

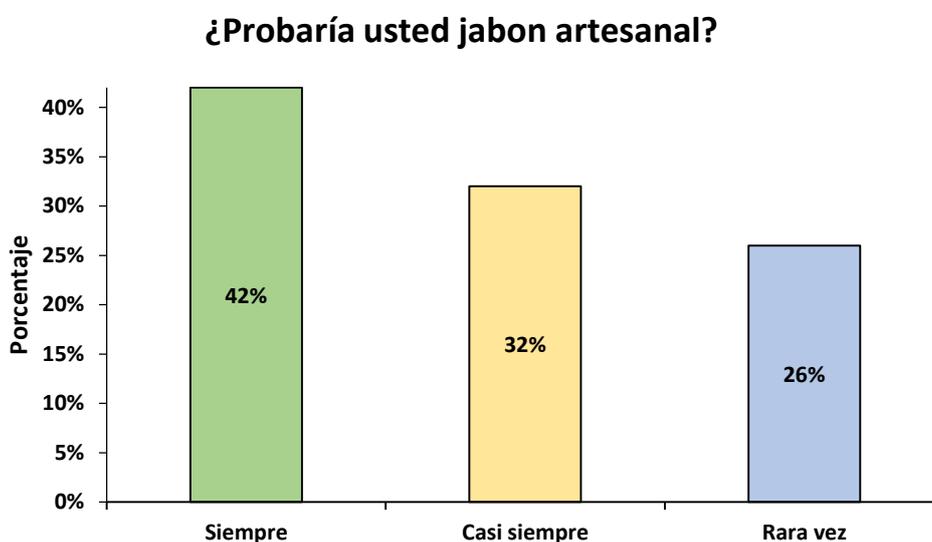
### **1.4 Estudio de Mercado**

Para realizar la investigación de mercado se realizaron un total de 383 encuestas dirigidos a la población, para conocer la relevancia que tendrá creación y comercialización de los jabones artesanales, a través de estas se conocerá las nuevas tendencias del consumo de producto y también identificar el segmento del posible mercado al que estará dirigido.

Para continuar con el proceso de factibilidad se determinó las

siguientes preguntas para conocer la opinión del consumidor entre ellas tenemos:

Figura 1 *Distribución de preferencias del consumidor*



*Nota.* Elaboración por autores en base a las encuestas

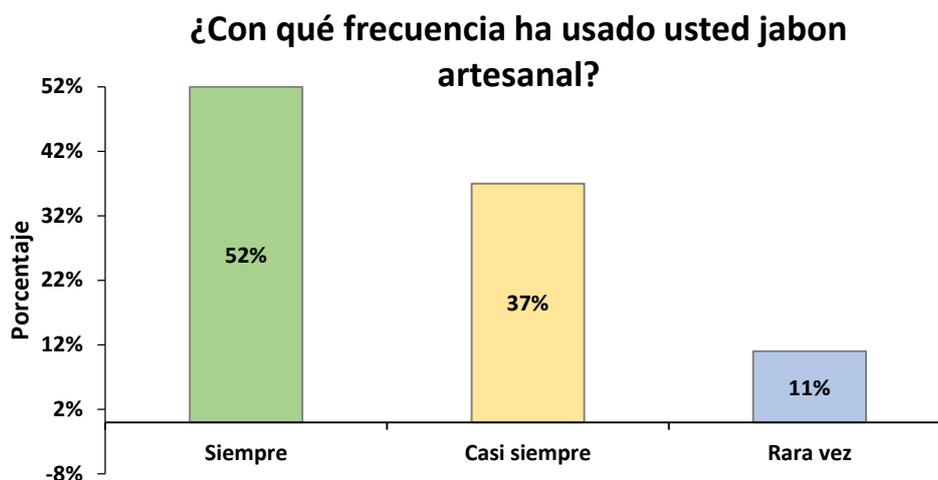
Los resultados de la encuesta reflejan que en un 42% si, tiene la aceptación de consumir jabones naturales, no sólo artificiales para el cuidado de corporal, seguido de 32% indica que no y 26%, tal vez. Los ciudadanos del cantón Pedernales si, consumen jabones naturales, sin químicos, despertando el interés de la adquisición del producto ofertado.

Para continuar con proceso investigativo se continua con las preguntas los siguientes detalles.

Se evidencia que un 52% tiene la frecuencia de usar el jabón artesanal para el cuidado de la piel, seguido el 37% y 11%, se denota que la población tiene interés en el consumo del producto natural, que se oferta en el presente estudio, contribuyendo a la creación y comercialización de este.

Y para conocer el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por un jabón artesanal es el siguiente.

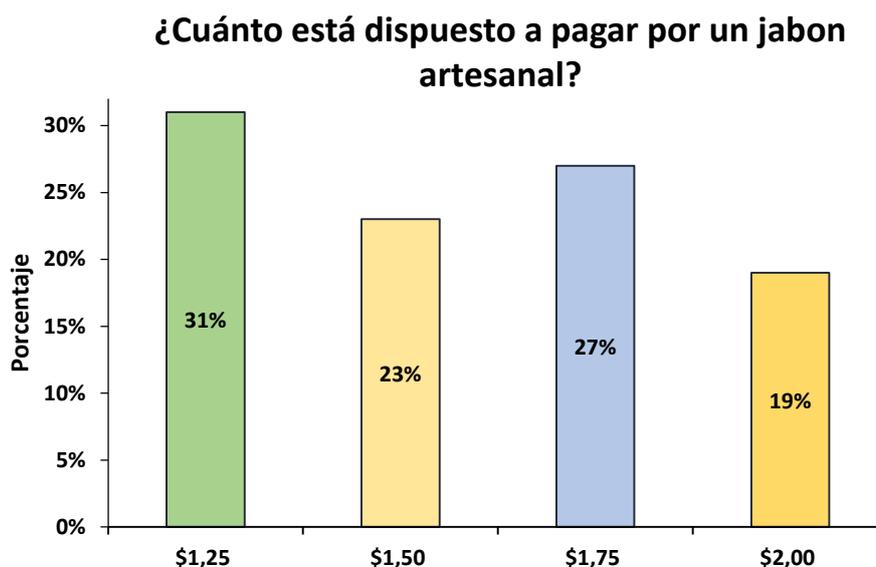
Figura 2 *Distribución de frecuencia de uso del jabón*



*Nota.* Elaboración por los autores en base a las encuestas.

Los resultados de la encuesta se determinan que en un 31% manifiesta que \$1,25 estarían dispuesto a pagar por un jabón pequeño artesanal para el cuidado de la piel, por otro lado, el 27% indica que pagará \$ 1,75 y el 23% \$1,50 y por último 19% a \$ 2,00, esto se denota que al consumir el producto el nivel de aceptación en el precio del producto es considerado positivo para la creación de este.

Figura 3 *Distribución del precio que el consumidor pagaría por un jabón artesanal.*



*Nota.* Elaboración por autores con base a la encuesta.

## 1.5 Oportunidad de negocio

Las oportunidades de negocio es el punto de partida, para todos los emprendedores que buscan iniciar un nuevo o mejorar un negocio y expandir sus operaciones, con ello proceso de innovación es un aporte a la sostenibilidad de estos, para obtener éxito en sus resultados de implementación se utiliza la metodología CANVAS.

### 1.5.1 Lienzo CANVAS

Consta de nueve bloques principales que cubren los aspectos fundamentales de un modelo de negocio:

Figura 4 Lienzo aplicado a modelo de negocio de producto jabones artesanales de frutos tropicales.

Nota. Elaboración por los autores



## 1.6 Plan de Marketing

El plan de marketing proporciona a la empresa una dirección clara y coherente para todas las actividades de marketing.

### 1.6.1 Estrategias de Marketing

El interés del marketing siempre se ha centrado en los productos y los mercados de acuerdo con históricamente se han enfocado en los costos y precio del producto para la venta de acuerdo con (Schnaars, 1993). Para esto un estudio de mercado es vital para la comercialización del producto cumpliendo con las nuevas transformaciones digitales en el mercado actual. Con ello se establecen los siguientes lineamientos para la formulación en el producto actual.

- Identificar el público objetivo: Antes de comenzar cualquier estrategia de marketing, es fundamental conocer a quién está dirigido. Aquí se define el público objetivo en términos de edad, género, intereses y preferencias. Esto permitirá adaptar los mensajes y acciones de marketing de manera más efectiva.
- Crear una marca sólida: Se tiene pensado desarrollar una identidad de marca atractiva para los jabones artesanales. El nombre y logotipo reflejan la calidad y la artesanía de tus productos.
- Establecer canales de venta: En esta sección se determina dónde y cómo se van a vender los jabones artesanales. Se considera la posibilidad de tener una tienda en línea a través de un sitio web. Además, se establecerán alianzas con tiendas locales, centros naturistas, centros de estética y centros dermatológicos.
- Crear contenido relevante: Siguiendo con las estrategias de marketing, se tiene la idea de generar contenido de calidad relacionado con los jabones artesanales. Se pretende escribir blogs, grabar videos, compartir consejos sobre cuidado de la piel o crear publicaciones en redes sociales que muestren el valor para el cliente.
- Utilizar las redes sociales: Las redes sociales son una herramienta poderosa para promocionar un negocio de jabones artesanales. Se va a crear perfiles en plataformas como Facebook durante el primer año, Para los años siguientes, con los ingresos mayores, se tiene la intención de abrir más espacios de publicidad en plataformas como Instagram y Pinterest. Este espacio también servirá como

centro de atención al cliente donde se interactuará con la audiencia, se despejarán dudas y se ofertarán promociones para generar interés y fidelidad hacia la marca.

- Ofrecer muestras gratuitas: Se considera la posibilidad de obsequiar muestras gratuitas de los jabones artesanales a posibles clientes o influencias relevantes en el mercado.

## **1.7 Planificación estratégica de la organización**

La planificación estratégica de una empresa es el proceso fundamental mediante el cual se establecen los objetivos y se determinan los cursos de acción para alcanzarlos. Implica definir la dirección general de la organización, evaluar su posición actual en el mercado y establecer estrategias a largo plazo para lograr un crecimiento sostenible y una ventaja competitiva en su sector. Algunos de los aspectos claves se consideran como:

### **1.7.1 Misión**

La misión de la empresa es “Crear jabones artesanales a base de frutas tropicales con excelente calidad, diseño y marca que se diferencia de la competencia, para satisfacer necesidades a los consumidores con exclusividad en productos innovadores.

### **1.7.2 Visión**

La empresa tiene como visión “Brindar productos de calidad y 100% artesanales, que ayuden a nuestros clientes a sentirse cómodos y seguros al utilizar jabones artesanales de frutas tropicales, además con la calidad y marca del producto sea reconocido a nivel internacional.

### **1.7.3 Filosofía y Valores empresariales**

La filosofía y valores institucionales representan las bases fundamentales y las creencias centrales que guían el comportamiento y las decisiones de una organización.

## Filosofía

Brindar un producto eficiente y de calidad que cumpla con los resultados prometidos, de manera artesanal y sin influir de forma negativa en el medio ambiente.

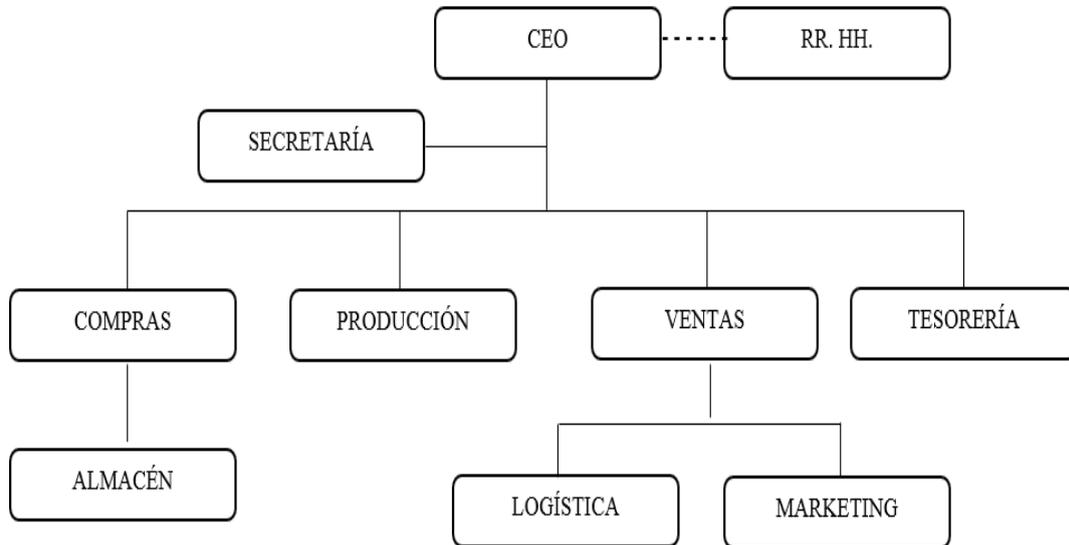
## Valores empresariales

Los valores en la institución es el conocimiento y cumplimiento de los valores, ya que estos serán los que permitirán que la calidad de nuestro producto y la esencia de los ofertan, sea expuesto tal cual, a los consumidores, es por ello por lo que a continuación se mostraran los valores con los que cuenta la empresa como: Transparencia, confianza, responsabilidad, excelencia, resolución, cultura empresarial entre otros de acuerdo con las políticas institucionales.

### 1.8 Diseño de Estructura y plan de recursos humanos

Se refiere a la creación y configuración de un marco o esquema que define cómo se organizarán y se conectarán las diferentes funciones, recursos humanos y responsabilidades dentro de una empresa u organización. Por tanto, se plantea el siguiente organigrama de distribución de sus funciones.

Figura 5 *Diagrama de organigrama estructural de la comercializadora de jabones artesanales con base de frutas tropicales.*



*Nota.* Elaboración por autores

Para llevar a cabo la producción de estos productos, su venta y comercialización se requiere personal pertinente que contribuya al trabajo de Según (Chiavenato, 2009) la previsión del talento humano se considera el conjunto de políticas, prácticas indispensables en el direccionamiento de cargos gerenciales relacionados con talento humano o recursos; aplicando proceso reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación de desempeño.

En los procesos de selección del personal que realiza las actividades de las organizaciones, deben estar capacitadas y con experiencias profesionales en el área que se encuentren laborando.

### **1.9 Estudio legal y societario**

Dentro del marco legal, las instituciones y reglamentos que regulan la actividad comercial son las siguientes:

### **1.9.1 Forma de constitución**

La empresa de jabones artesanales al ser una empresa que recién se está constituyendo y es iniciativa de una sola persona, será presentado como una persona jurídica.

La constitución de forma legal de una empresa sirve para formalizarse ante el Estado y recibir los beneficios pertinentes que este ofrece una vez constituido.

Dentro de la constitución de una empresa, existen una serie de requisitos que debemos llevar a cabo para empezar a laborar de forma legal.

#### **1.9.2 Requisitos de constitución**

- ✓ Copia de RUC o RISE
- ✓ Copsa de servicio básico del lugar donde va a funcionar la actividad económica
- ✓ Pago de predios (si es propietario)
- ✓ Contrato de arrendamiento (Si es arrendatario)
- ✓ Si el lugar es cedido por algún familiar, presentar declaración juramentada

Cabe recalcar que también se tiene que cumplir con requisitos adicionales como los debidos permisos de funcionamiento, entre los cuales tenemos:

### **1.9.3 Normativas y requerimientos de funcionamiento**

Dentro de los estatutos con los que debemos contar se encuentran los siguientes:

#### **1.9.3.1 Patente Municipal**

Para obtener información precisa sobre los plazos y requisitos específicos para la obtención de permisos de funcionamiento en Ecuador, se recomienda ponerse en contacto con las autoridades municipales o gubernamentales pertinentes en el Cantón Pedernales provincia de Manabí; por otro lado, el cuerpo de bombero y el registro sanitario, deben considerarse, dentro del permiso de funcionamiento de una empresa, para cumplir con la exigencia política fiscales. Cabe resaltar que una vez que se cumplan con todos los requisitos el permiso tiene duración de un año a partir de la emisión.

### **1.9.3.2 Afiliación al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)**

Todo emprendedor que hace uso de colaboradores, bajo relación de dependencia tiene la obligación desde el primer día labor de afiliarse al seguro social a sus empleados para proceder a su labor diaria.

## **1.10 Estudio económico financiero**

Después de haber realizado el estudio de mercado, y medir el grado de aceptación del producto y de analizar el comportamiento de la demanda, y el estudio de las estrategias de marketing que permitirá la fidelización de mercado objetivo, examinar los costos asociados con la producción, seguido de elaborar las proyecciones detalladas de ingresos y gastos a lo largo de un período específico, por consiguiente, ayudará a la rentabilidad a corto y largo plazo del negocio. Posterior a eso identifica y evalúa los posibles riesgos, calcula indicadores financieros clave, TIR y VAN establece las nuevas formas de tomar decisiones en el modelo del nuevo negocio.

Plantea (Cuero et al., 1986), el análisis económico-financiero debe considerarse sobre las bases de la empresa como unidad de producción en funcionamiento, esto conlleva a la necesidad de tener siempre presente y exhaustivamente el flujo de valores monetarios correspondiente al giro del negocio y a la viabilidad económica y financiera de la misma hasta determinar la rentabilidad o pérdida del ejercicio económico en un periodo determinado.

Esta información debe ser precisa, concreta, confiable y fácil de seguir y comprender. Si lo considera pertinente, podría incluir cartas de recomendación de proveedores o instituciones del sistema financiero, que acrediten su buen desempeño y el compromiso con sus obligaciones.

### **1.10.1 Proyección de flujo de caja**

Como afirma (Dakay et. al, 2020) flujo de efectivo proyectado como una herramienta de control interno para una eficiente gestión de las finanzas, **PROVOCA**

que las mismas queden rezagadas para enfrentar las responsabilidades en su entorno de modelo de negocio, la utilización de la herramienta adecuada para una gestión eficiente, se logrará alcanzar el objetivo planteado.

El flujo de caja se utiliza para una planificación financiera y de evaluación de proyectos, a través de esta, se planifica, ordena y controla la liquidez de la empresa por un periodo determinado.

Se plantea para el emprendedor una planificación financiera, por medio del flujo de caja, evidenciando el nivel de liquidez por cada año y se observa valores proyectados hasta 5 años, para cumplir con sus obligaciones a corto plazo, en la aplicación de la herramienta, se toma en consideración datos como la base de la tasa de crecimiento poblacional y la tasa promedio de la inflación de los últimos cinco años.

A continuación, los detalles de la aplicación de la herramienta:

Tabla 1 Flujo de caja proyectado para empresa de jabones artesanales.



Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos operacionales</b>		17000,00	18700,00	20570,00	22627,00	24889,70
Ventas		17000,00	18700,00	20570,00	22627,00	24889,70
<b>Total de egresos</b>		15472,82	17301,75	18420,80	11944,51	13688,28
<b>Egresos operacionales</b>		14255,90	16084,83	17203,88	11944,51	13688,28
Costo de venta		5040,33	5544,36	6098,80	6708,68	7379,55
<b>Gastos administrativos</b>		9155,57	9263,68	9384,94	2617,92	3154,37
Gastos publicidad		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Participación de los empleados 15%			541,60	738,93	1138,54	1377,31
Impuesto a la renta 22%			675,19	921,20	1419,38	1717,05
<b>Egresos de financiamiento</b>		1216,92	1216,92	1216,92		
Gastos de financiamiento		329,41	221,31	100,04		
Pago capital		887,51	995,62	1116,88		
<b>Ingresos no operacionales</b>	3000,00					
Crédito bancario	3000,00					
<b>Egresos no operacionales</b>	169,54					
Activos fijos	169,54					
<b>Flujo financiero</b>	2830,46	1527,18	1398,25	2149,20	10682,49	11201,42
Flujo año anterior		2830,46	1527,18	1398,25	2149,20	10682,49
<b>Flujo de caja</b>		4357,64	2925,43	3547,45	12831,69	21883,91

*Nota.* Elaboración por autores

### 1.10.2 Evaluación Económica financiera

Los principales indicadores de evaluación financiera de proyecto es el valor presente neto (VPN), como propone (Ponce, 2019) que indica que es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. El método de valor presente (VPN), es una de las técnicas de evaluación financiera más utilizada en la evaluación de un proyecto de inversión, lo anterior se debe a dos razones fundamentales: la primera es su sencilla aplicación y la segunda, se relaciona con el cálculo de los ingresos y egresos a futuros, traídos a valores presentes, esto significa, que se puede visualizar claramente si los ingresos son mayores que los egresos

Para elaborar el análisis económico financiero se toma de base el flujo de caja, posterior a eso se aplica una tasa de descuento para estimar el valor del proyecto en el presente, es decir, para calcular el Valor Actual Neto (VAN). Se procede hacer uso de la fórmula de acuerdo con Saidi et al, (2021).

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

Donde:

Fn = flujos netos de efectivo hasta el periodo j

i = tasa de retorno requerida

Io = inversión inicial en efecto al año 0

Este valor constituye una medida en valor actual y absoluto (no es una tasa) de la capacidad generadora de renta de una inversión. Sólo convendrá realizar la inversión si el VAN es positivo. A continuación, se presentan los distintos instrumentos financieros que pueden emplearse para evaluar la rentabilidad económica y financiera de un proyecto. Para la práctica se utiliza datos de flujo de caja proyectado con anterioridad.

Tabla 2 Cuadro de presentación para cálculo del VAN

Periodo	Flujo neto	Resultado
0	\$3.000,00	
1	\$1.527,18	
2	\$1.398,25	\$15.410,13
3	\$2.149,20	
4	\$10.682,49	
5	\$11.201,42	

*Nota.* Elaboración por autores

El valor actual neto obtenido es de 15.410,13 positivo, por tanto, se recomienda invertir en el proyecto, puesto que se recupera la inversión y es rentable.

Empleando las palabras de (Sánchez et. al, 2023) indica que, mediante el uso de herramientas financieras e indicadores como el valor presente neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR), las cuales minimizan el riesgo antes de la ejecución en

este proyecto se logra establecer la viabilidad financiera del proyecto. En términos simple, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es el porcentaje de ingresos que se obtiene periódicamente debido a una inversión.  $TIR > 0$ . El proyecto es aceptable, ya que su rentabilidad es mayor que la rentabilidad mínima requerida o coste de oportunidad. Puesto que Salinas, (2015), indica la siguiente fórmula aplicada el su respectivo cálculo:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Donde TIR = Tasa interna de retorno

Donde vemos que el VAN (Valor actual Neto) = 0

Se invierte si:  $TIR > r$

No se invierte si:  $TIR < r$

Donde r es el costo de capital del inversionista.

Tabla 3 Cuadro de presentación para el cálculo de la TIR

Periodo	Flujo Neto	Resultado
0	\$3.000,00	
1	\$1.527,18	
2	\$1.398,25	85%
3	\$2.149,20	
4	\$10.682,49	
5	\$11.201,42	

Nota. Elaboración por los autores

La tasa interna de retorno es de 85%, siendo mayor al costo de la tasa activa de interés crédito productivo para capital de trabajo activo y fijo del Banco Pichincha para el segmento de las PYMES 10,72%, por lo cual se recomienda invertir en el proyecto porque es rentable.

**CAPITULO 2: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de jugos naturales.**



## **2.1 Introducción**

En la actualidad existe nuevas tendencias en la diversidad de productos en el mercado; el nivel alto de consumo de bebidas de zumo natural que satisface a clientes, son útiles para su organismo y su aptitud en estándar. Los consumidores están obteniendo un nuevo comportamiento y se han vuelto cada vez más exigente, en el tema de los productos alimenticios, principalmente en el momento de elegir una bebida del agrado de consumidores.

Para diseñar un Plan de negocios para la implementación de un local de preparación y venta de jugos naturales con mezclas de frutas mixtas y comercializarlos en el cantón Pedernales. "JUGOS MIX" es considerada una misión crucial para el cantón de Pedernales, ya que busca satisfacer los deseos de los clientes que esperan adquirir un producto 100% natural, y de la competencia local; Con la intención de producir bajo estrictos controles de calidad e higiene, buscando satisfacer las necesidades de los clientes, a un precio de venta justo; Se implementará un plan operativo, que garantizará la optimización de recursos y tiempos en el proceso; con ello flujo de información adecuado y comunicación dentro de la empresa. Optimizar de manera as eficiente y detallada los tiempos que dura el proceso y la economía actual del país para saber su precio al mercado.

El presente estudio tiene como objetivo diseñar un estudio factibilidad de creación y comercialización de un local de preparación y venta de jugos naturales con mezclas de frutas mixtas con su localización en el cantón Pedernales.

## **2.2 Análisis del entorno**

### **2.2.1 Idea de Negocio**

Esta idea de negocio surge en referencia a la ausencia de un local de bebidas naturales, sin persevantes ni colorantes artificiales, además de ser con frutas cosechadas en la localidad, lo cual será un beneficio para los productores agropecuarios de las zonas rurales.

La propuesta esa dirigida a la comunidad en general, al ser jugos naturales podrán ser consumidos desde niños hasta adultos mayor; los jugos naturales o

zumos son una fuente de vitaminas, minerales y antioxidantes lo cual favorece al sistema digestivo y fortalecen las defensas por lo que es esencial para el consumo de personas con algún tipo de enfermedad, así como también para quienes cuidan su salud, es ideal para quienes practican deportes.

Por lo tanto, si el cliente quiere conservar una buena imagen es necesario que le proporcione una dieta adecuada a su cuerpo, con base a ello, “Jugos Mix” es la mejor opción, porque serán jugos personalizados, cada cliente tiene la libertad de escoger la preparación o mezcla de frutas que desee. Además, la empresa recordará siempre al cliente la importancia de comer sano, le dará un valor agregado de hacer un itinerario de actividad física para que todo lleve una secuencia, y así mejorar el estilo de vida del consumidor.

“Jugos Mix” se convertirá en el cómplice de todos nuestros futuros clientes al refrescarse, |

#### **2.2.1.1 Estudio de factibilidad**

Según (Guasco et.al, 2022) El estudio de factibilidad se refiere al análisis integral de una empresa, para determinar si la idea de negocio que aspira emprender resulta favorable y proporciona las estrategias que se deben aplicar para lograr el éxito, a sabiendas que todo proyecto requiere la inversión de recursos, es primordial que las decisiones sean tomadas sobre la base de indagaciones y cálculos reales, de manera que el negocio se desempeñe apropiadamente y produzca réditos.

#### **2.2.1.2 Empresa**

La organización es una empresa socialmente responsable, que se desarrollan distintas actividades y se utiliza una exquisita variedad de activos, entre los que se incluyen materiales tecnológicos y humanos, instrumentos financieros, con ello cada individuo colabora para el éxito con el cumplimiento de los objetivos.

### **2.3 Estudio Técnico**

De acuerdo con (Ardila, 2023), Para, poder comprender la profundidad lo que se requiere hacer y lo que se necesita para dar el servicio. Al tener toda esta información se dimensiona el proyecto técnicamente, para determinar necesidades de talento humano, equipos, recursos financieros, así como las necesidades físicas para prestar el servicio en espacio físico, mobiliario, equipamiento, medios logísticos y otros.

El estudio examina aspectos como los movimientos de tarifas y las tendencias que existen dentro y fuera de la metrópolis, lo que facilita el análisis de la viabilidad de la misión.

El local físico de “Jugos Mix” estará situado en la ciudad de Pedernales de la provincia de Manabí, teniendo en cuenta la disponibilidad del espacio y el potencial de mercado que tiene el cantón.

El cantón Pedernales se localiza al centro-norte de la región litoral del Ecuador, a orillas del océano Pacífico, tiene una cantidad de 55.128 habitantes.

### **2.4 Estudio de Mercado**

Según Sarmiento,(2023), para lograr este objetivo, es necesario realizar un análisis exhaustivo de la evolución de este tipo de productos, así como de su consumo, con el fin de identificar las problemáticas que impulsan su creación y distribución, así como las ventajas y desventajas asociadas a su uso.

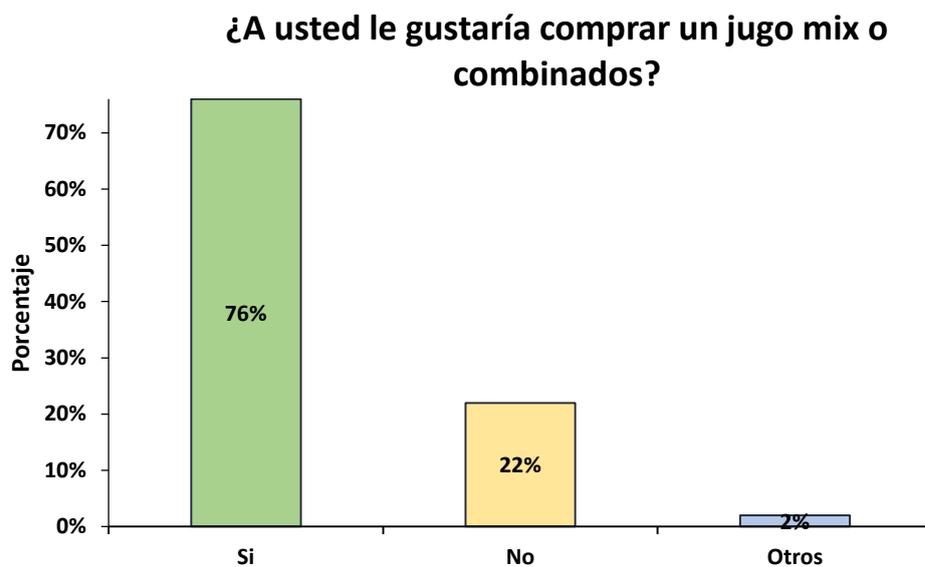
De acuerdo con (Zambrano et. al, 2023), la percepción es el proceso mediante el cual el individuo selecciona, organiza e interpreta la información sensorial, para crear una imagen significativa del mundo. En Marketing no vale la opinión de los técnicos sobre las características de los productos. Lo que realmente importa es la percepción que tiene los consumidores de los atributos de los productos.

De acuerdo con la información proporcionada, Pedernales es una población ilimitada, por lo que la investigación podría realizarse con un patrón aleatorio simple (cuatrocientos individuos del pueblo de Pedernales), es decir, una forma de muestreo probabilístico que da a cada detalle de la población objetivo y a cada

patrón factible de una longitud determinada la misma oportunidad de ser decidido.

A continuación, se detalla algunas preguntas de las encuestas realizadas a consumidores del Cantón Pedernales:

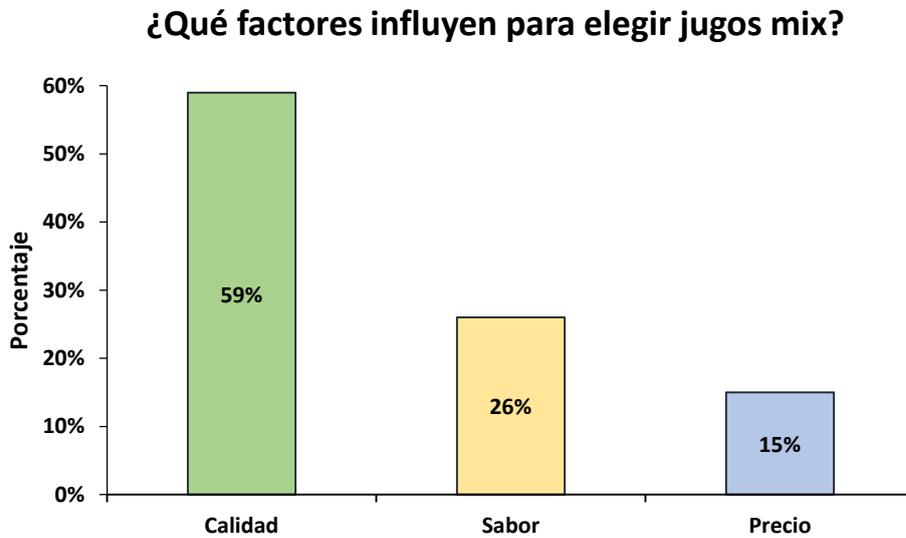
Figura 6 *Detalle de frecuencia de consumo de jugos mix*



*Nota.* Elaboración por autores

Se evidencia que, a la población de Pedernales, que en un 76%, si desea consumir jugos combinados el 22%, seguido del 2% indica que es probable que no es atractivo el consumo del producto. Continuamos con la siguiente pregunta:

Figura 7 *Distribución de factores que influyen en la decisión de compra del consumidor*

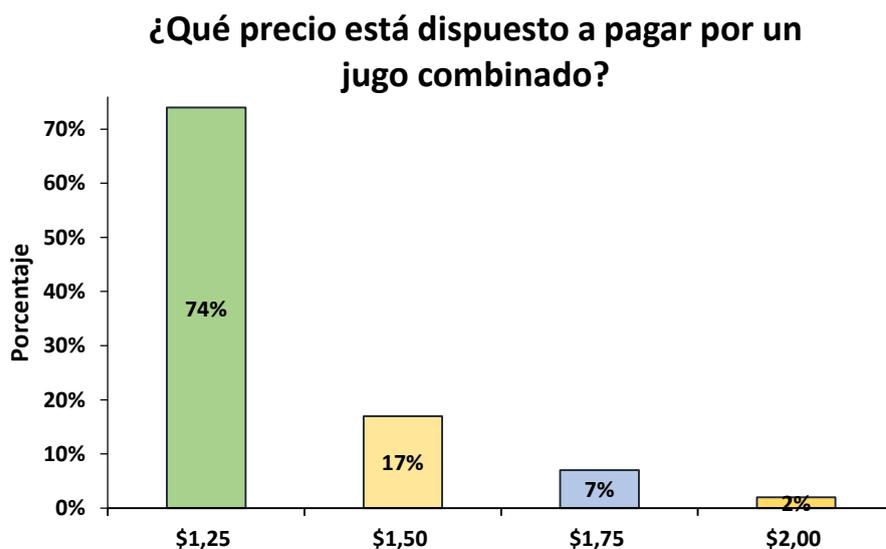


*Nota.* Elaboración por autores de las encuestas

De los resultados obtenidos en la encuesta se observa que el 59% de los factores determinantes para hacer la compra de jugos mix es la calidad, seguido del 26% el sabor y por último 15% el precio; eso significa que no importa el costo en términos de preferencia, considera mucho el contenido del producto.

Continuamos con la siguiente pregunta:

Figura 8 *Distribución de factores que influyen en la decisión de compra de jugo mix*



*Nota.* Elaboración por autores

Como se puede apreciar en el gráfico, el 74% de las personas encuestadas confirma en adquirir el producto en un precio de \$1,25. El 17% de encuestados responden al adquirirlo en \$1,50. El 7% tienen la posibilidad de adquirirlo en \$1,75 los últimos 2% en \$ 2,00, una vez más se denota que el precio, no es inconveniente el momento de la compra, los consumidores buscan calidad del producto.

## 2.5 Oportunidad de negocio

Las oportunidades de negocio es el punto de partida, para todos los emprendedores que buscan iniciar un nuevo o mejorar un negocio y expandir sus operaciones, con ello proceso de innovación es un aporte a la sostenibilidad de estos, para obtener éxito en sus resultados de implementación se utiliza la metodología CANVAS.

### 2.5.1 Lienzo CANVAS

Consta de nueve bloques principales que cubren los aspectos fundamentales de un modelo de negocio:

Figura 9 *Lienzo aplicado a modelo de producto jugo mix de frutas tropicales*



*Nota.* Elaboración por autores

## **2.6. Plan de Marketing**

Un plan de marketing en un modelo de negocio es un documento estratégico que detalla las especificaciones para promocionar con éxito los productos o servicios. De acuerdo con (Gardiola, 2016) las estrategias marketing emocional es la disciplina del marketing que utiliza una marca dentro de una estrategia, con el objetivo de lograr un vínculo afectivo con usuarios, consumidores, y nuevos clientes, para que estos sientan la marca como algo propio y necesiten ser parte de ella.

El crecimiento y el éxito de una organización se alcanza empoderándose desde sus procesos productivos hasta llegar a la mente del consumidor, a través de su marca y logotipo.

### **2.6.1 Estrategias de marketing**

Las estrategias de marketing son fundamentales para el éxito de una empresa, ya que guiarán el desarrollo de campañas y tácticas específicas para promover la marca y alcanzar los objetivos comerciales establecidos.

Desde el punto de vista de (Carbache Mora et al., 2020) manifiesta que los aspectos que más atrae a los consumidores, es la estrategia en que los negocios, promocionan y hacen vivir experiencias memorables del servicio o producto ofertado.

### **2.6.2 Marketing mix**

Marketing mix se refiere a un conjunto de herramientas y estrategias que las empresas utilizan para promocionar y vender sus productos o servicios en el mercado y de acuerdo con (Marcial, 2021) la finalidad conocer acerca del marketing mix y sus cuatro ejes fundamentales como son las denominadas 4P's (producto, precio, plaza, promoción) y su incidencia en las Pymes. Por tanto, el marketing mix es una herramienta estratégica que considera los factores que influyen el comportamiento del consumidor, para esto tenemos las siguientes:

## **1. Producto**

El producto que se va a ofertar dentro del cantón Pedernales como jugos combinados de ahí el nombre del emprendimiento el cual es la creación de una microempresa de jugos de frutas combinadas, se va a procesar la fruta de manera sistematizada para que asegure la calidad del producto y sus características y beneficios de cada fruta.

Los jugos de frutas combinadas serán dados a conocer por las diferentes características por ser el 100% natural, con estas características está enfocada la marca, slogan, logo, la etiqueta, el empaque y el estuche del producto.

## **2. Precio**

El precio de cada jugo de fruta combinado desde \$ 1,25 hasta \$ 2,00. Puesto que en este estudio el precio no es un factor determinante para derecho a la compra, porque sus costos de elaboración de dicho producto, permite obtener la ganancia respectiva.

## **3. Plaza y promoción**

En este factor se tiene previsto aplicar canales de distribución junto con servicios digitales, carteles, folletos, distribuidores minoristas y distribuidores mayoristas

### **2.7 Plan estratégico empresarial**

Un plan estratégico para un modelo de negocio es un documento detallado que define los objetivos y las estrategias claves que una empresa o emprendimiento seguirá para lograr el éxito a largo plazo, por otra parte, la planificación estratégica, como herramienta de gestión que permite establecer el proceso para que las empresas tomen decisiones acertadas para su crecimiento económico financiero, para todo esto se plantea las siguientes misión, visión, filosofía empresarial y valores:

### **2.7.1 Misión**

La misión de la creación y comercialización de jugos mix es “Obtener y comercializar jugos de fruta tropical que sean saludables, únicas, deliciosas, que cumplan las expectativas de los consumidores, a través de un desarrollo sostenible para los clientes.

### **2.7.2 Visión**

Ser una empresa que este en lo más altos estándares, en innovación, de deliciosos y sobre todo saludables jugos tropicales, que las personas lo adquieran por ser contribuidor de una alimentación más sana y provee más energía.

### **2.7.3 Filosofía empresarial**

Provee a tu cuerpo lo mejor para su funcionamiento, adquiriendo beneficios y vitaminas con los jugos combinados.

## **2.8 Estudio organizacional y de recursos humanos empresarial**

El estudio organizacional y de recursos humanos empresariales es fundamental para garantizar que la empresa cuente con una fuerza laboral comprometida y motivada, así como con una estructura organizativa adecuada de acuerdo con la necesidad empresarial, para esto se hace los siguientes estudios:

### **2.8.1 Estudio Organizacional**

Las organizaciones son estructuras administrativas en donde desarrollan actividades para alcanzar un objetivo, en estas se definen los roles a cargo para el control de las diferentes actividades que se realizaran en un tiempo determinado, además es la que determina la división del trabajo de sus colaboradores. (Delgado et. al, 2021).

Por medio del estudio organizativo las empresas pueden identificar posibles cuellos de botella, ineficiencias operativas y áreas de desarrollo y crecimiento. Este estudio proporciona una base sólida para implementar cambios y mejoras en la gestión empresarial en el departamento de talento humano.

En general el factor primordial es el organigrama estructural de una empresa, en el que describen los cargos que puede ocupar cada miembro de una organización, seguido del área de recursos humanos, donde se puede comprobar una lista de los requisitos para cada colaborador y miembro de la empresa.

Finalmente, conocer aspectos legales de código de trabajo, en el fiel cumplimiento desde la contratación hasta la salida de un colaborador de la organización.

### **2.8.2 Organigrama estructural**

El organigrama estructural es donde se muestra la cadena de mando de una empresa u organización. Su objetivo es indicar las posiciones excepcionales reflejando el diploma de autoridad y obligación de cada miembro (Arias E. R., 2020).

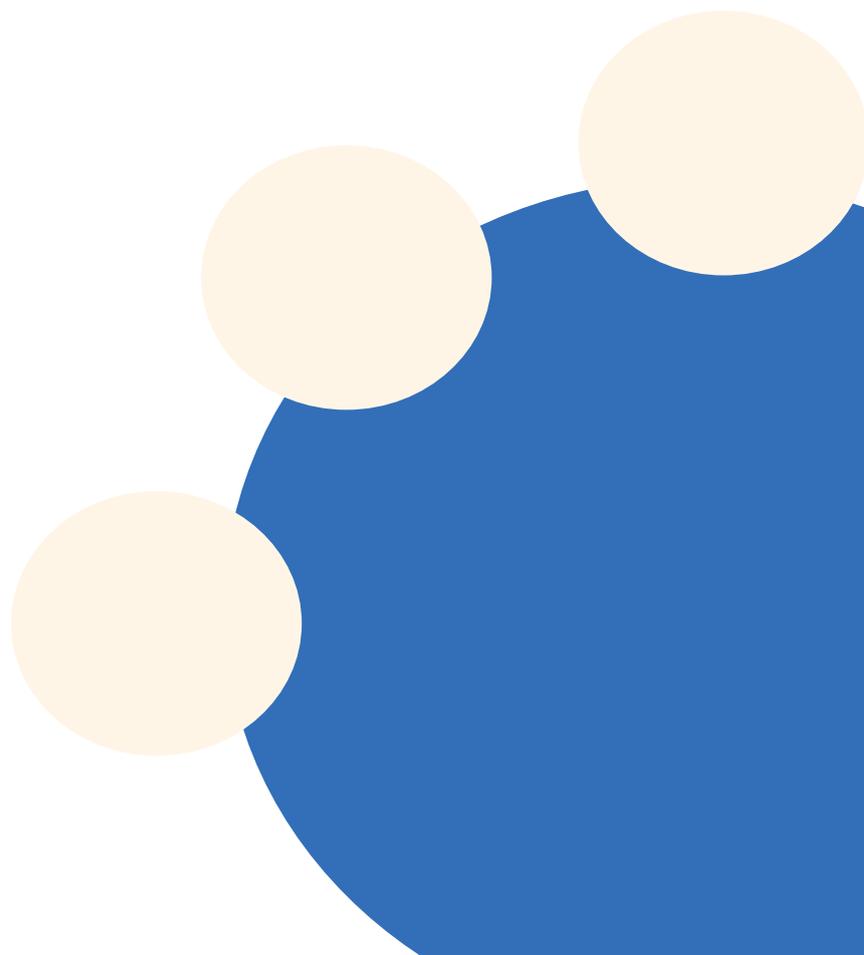
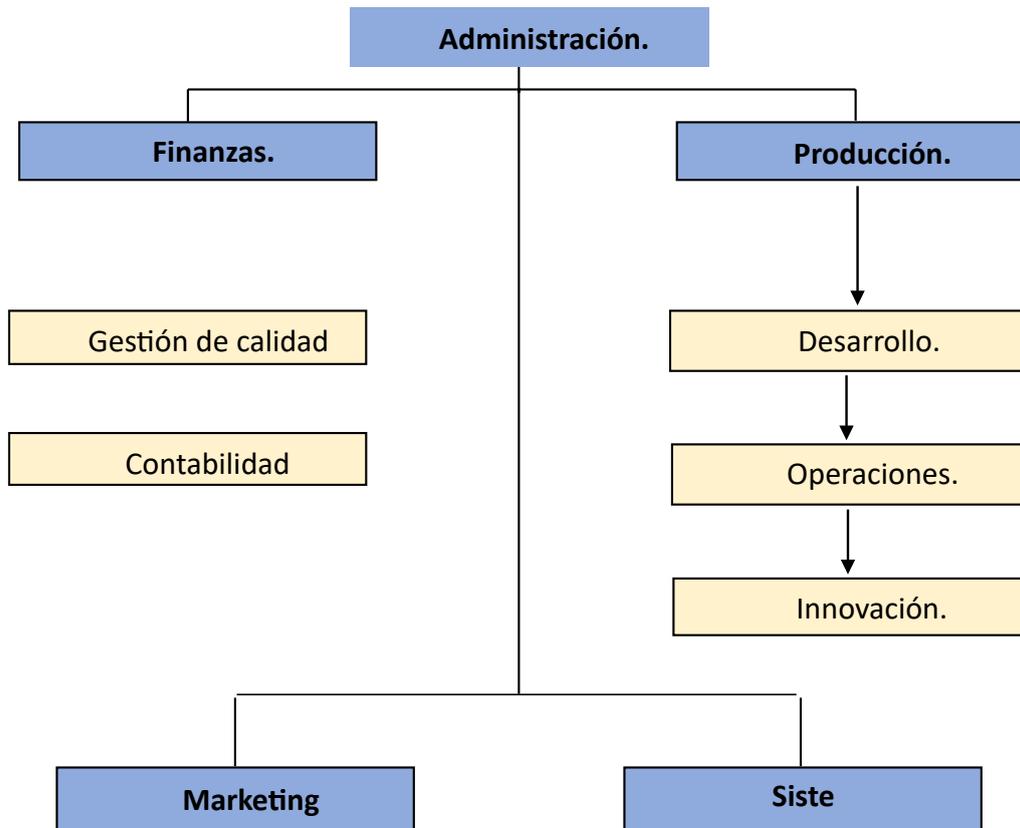


Figura 10 Propuesta de organigrama estructural de la empresa de “JUGOS MIX”



Nota. Elaboración por autores

## 2.9. Estudio legal y societario

Dentro del marco legal, las instituciones y reglamentos que regulan la actividad comercial son las siguientes:

### 2.9.1 Forma de constitución

La empresa de jabones artesanales al ser una empresa que recién se está constituyendo y es iniciativa de una sola persona, será presentada como una persona jurídica.

La constitución de forma legal de una empresa sirve para formalizarse ante el Estado y recibir los beneficios pertinentes que este ofrece una vez constituido.

Dentro de la constitución de una empresa, existen una serie de requisitos que debemos llevar a cabo para empezar a laborar de forma legal.

### **2.9.2 Requisitos de constitución**

- ✓ Copia de RUC o RISE
  - ✓ Copsa de servicio básico del lugar donde va a funcionar la actividad económica
  - ✓ Pago de predios (si es propietario)
  - ✓ Contrato de arrendamiento (Si es arrendatario)
  - ✓ Si el lugar es cedido por algún familiar, presentar declaración juramentada
- Cabe recalcar que también se tiene que cumplir con requisitos adicionales como los debidos permisos de funcionamiento, entre los cuales tenemos:

### **2.9.3 Normativas y requerimientos de funcionamiento**

Dentro de los estatutos con los que debemos contar se encuentran los siguientes:

#### **1. Patente Municipal**

Para obtener información precisa sobre los plazos y requisitos específicos para la obtención de permisos de funcionamiento en Ecuador, se recomienda ponerse en contacto con las autoridades municipales o gubernamentales pertinentes en el Cantón Pedernales provincia de Manabí; por otro lado, el cuerpo de bombero y el registro sanitario, deben considerarse, dentro del permiso de funcionamiento de una empresa, para cumplir con la exigencia política fiscales. Cabe resaltar que una vez que se cumplan con todos los requisitos el permiso tiene duración de un año a partir de la emisión.

#### **2. Afiliación al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)**

Todo emprendedor que hace uso de colaboradores, bajo relación de dependencia tiene la obligación desde el primer día labor de afiliarse al seguro social a sus empleados para proceder a su labor diaria.

## 2.10 Estudio económico financiero

Un plan financiero para un modelo de negocio es un documento estratégico que describe en detalle la proyección financiera y económica de un negocio específico durante un período determinado. La estructura adecuada de herramienta financiera y aplicación de esta servirá para respaldar la toma de decisiones en todas las áreas del negocio; con ello se garantiza el éxito y la sostenibilidad financiera a largo plazo del modelo de negocio.

De igual importancia es la evaluación financiera para tomar decisiones a la hora de realizar un financiamiento. Por otra parte, con la búsqueda de la rentabilidad y cumplir objetivos, plantear desafíos al momento de generar ingresos y contar con recursos, y tener equilibrio en el mercado.

Dicho con (Carvajal et al., 2023) indica que la liquidez de una organización se define como la capacidad de una empresa de hacer frente a sus obligaciones a corto plazo conforme se vence; también como la capacidad puntual de convertir los activos en líquidos o de obtener disponible para hacer frente a los vencimientos a corto plazo. Puesto que los aspectos económicos en que opera la empresa con respecto al nivel de liquidez, solvencia, endeudamiento, eficiencia, rendimiento y rentabilidad, facilitarán la toma de decisiones gerenciales en la actividad empresarial. A continuación, se detalla una herramienta financiera que se utiliza en proyectos de inversión como es el flujo de caja proyectado:

Tabla 4 *Flujo de caja proyectado de estudio de factibilidad de creación comercialización de "Jugos Mix"*

FUJO DE CAJA PROYECTADO							
INGRESOS OPERACIONALES		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS			31.937,50	38.644,38	46759,69	56579,23	68460,87
COSTO DE VENTA			12001,00	13.201,10	14.521,21	15.973,33	17.570,66
GASTOS ADMINISTRATIVOS			9.640,00	10.604,00	11664,4	12830,84	14113,924
MANO DE OBRA			5.400,00	5.940,00	6534	7187,4	7906,14
GASTOS VARIOS			3.600,00	3.960,00	4356	4791,6	5270,76
PUBLICIDAD			2400,00	2640,00	2904,00	3194,40	3513,84
UTILIDAD ANTES DEL IMP/ PART			4296,50	8239,28	13314,08	19789,06	27991,68
PARTICIPACION DEL TRABAJADOR	15%		644,48	1235,89	1997,11	2968,36	4198,75
IMPUESTO A LA RENTA 22%	22%		803,45	1540,74	2489,73	3700,55	5234,44

<b>UTILIDAD LIQUIDA</b>			2.848,58	5.462,64	8.827,24	13.120,15	18.558,48	
<b>INGRESO NO OPERACIONALES</b>		10.000,00						
<b>CAPITAL INICIAL</b>		10.000,00						
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>		6.800,00						
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		4.000,00						
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		2.800,00						
<b>FLUJO FINANCIERO</b>		3.200,00	4296,50	8239,28	13314,08	19789,06	27991,68	
<b>FLUJO AÑO ANTERIOR</b>			3.200,00	4.822,00	6.444,00	8.228,20	10.190,82	
<b>FLUJO DE CAJA</b>			7496,50	13061,28	19758,08	28017,26	38182,50	

”

Nota. Elaboración por autores

### 2.10.1 Evaluación Económica Financiera

Para determinar una evaluación financiera de un proyecto se utiliza los siguientes indicadores:

Para el autor (Ricon, 2022) El valor actual neto corresponde a un indicador financiero que presenta la rentabilidad de un proyecto de emprendimiento, utiliza los flujos de ingresos y gastos proyectados restando la inversión inicial, si el resultado es positivo se considera viable el proyecto.

Además, mediante la siguiente fórmula se aplica el cálculo del Valor Actual Neto:

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

Donde:

Fn = flujos netos de efectivo hasta el periodo j

i = tasa de retorno requerida

Io = inversión inicial en efecto al año 0

El Valor Actual Neto es una métrica financiera que se utiliza para medir la rentabilidad de una inversión al calcular la diferencia entre el valor presente de los flujos de efectivo de un proyecto y el costo inicial de la inversión. Un VAN positivo indica que el proyecto generará más ingresos de los que se invirtieron inicialmente y, por lo tanto, se considera una inversión rentable. El cálculo del VAN implica

descontar los flujos de efectivo futuros a una tasa de descuento apropiada para reflejar el valor del dinero en el tiempo.

Tabla 5 Cuadro de presentación para el cálculo del VAN

Periodo	Flujo neto	Resultado
0	10.000,00	
1	4.296,50	
2	8.239,25	41.615,10
3	13.314,08	
4	19.789,06	
5	27.991,68	

Nota. Elaboración por autores

El valor actual neto obtenido es de \$41.615,10 positivo, por tanto, se recomienda invertir en el proyecto, puesto que se recupera la inversión y es rentable.

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Donde TIR = Tasa interna de retorno

Donde vemos que el VAN (Valor actual Neto) = 0

Se invierte si:  $TIR > r$

No se invierte si:  $TIR < r$

Donde r es el costo de capital del inversionista.

Tabla 6 Cuadro de presentación para cálculo de la TIR

Periodo	Flujo Neto	Resultado
0	10.000,00	
1	4.296,50	
2	8.239,25	84%
3	13.314,08	
4	19.789,06	
5	27.991,68	

Nota. Elaboración por autores

En términos simples, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es el porcentaje de ingresos que se obtiene periódicamente debido a una inversión.  $TIR > 0$ . El proyecto es aceptable, ya que su rentabilidad es mayor que la rentabilidad mínima requerida o coste de oportunidad.

La tasa interna de retorno es de 84%, siendo mayor al costo de la tasa activa de interés crédito productivo para capital de trabajo activo y fijo del Banco Pichincha para el segmento de las PYMES 10,72%, por lo cual se recomienda invertir en el proyecto porque es rentable.

## **CAPITULO 3: Plan de negocio de producción y comercialización de vinos estacionales a base de frutas tropicales embotelladas “FRUIT WINES”**



### **3.1 Introducción**

Para el apertura o desarrollo de una empresa un plan de negocio es fundamental para saber si la misma tendrá rentabilidad o no, mediante la elaboración y ejecución de metodologías e instrumentos que permitan a los directivos promover iniciativas de inversión y así obtener un pronóstico lo más atinado posible de la rentabilidad de un negocio (Rodríguez et al., 2021).

El entorno de las bebidas alcohólicas, cada vez, es más extenso y variado, ya que día a día se incrementa la forma en la que se producen y comercializan, mediante la implementación de nuevos métodos, técnicas o productos que vayan acorde a las exigencias de los consumidores.

Los mercados en la actualidad; se encuentran saturados de ofertantes que quieren producir y comercializar sus productos, pero para esto tienen que estar a la vanguardia de los constantes cambios, adaptándose a las exigencias del consumidor, buscar estrategias, que permita al producto que sea innovador cumpla con las exigencias de la competitividad. En una sociedad cambiante que siempre está en progreso, generar un valor agregado es fundamental.

El presente trabajo se servirá para evaluar de forma cualitativa y cuantitativa plan de negocios que aporta de carácter significativo al diseño y creación de la productora y comercializadora de vinos a base de frutas tropicales en el Cantón Pedernales, y así generan oportunidades de empleo y por otro lado contribuyen al desarrollo de comunidades y el buen vivir de los habitantes.

Para mejorar su posicionamiento e incrementar sus ventas, ingresos, se utiliza el plan como medida indispensable para generar beneficios económicos para las empresas. A través de esta iniciativa se promueve el emprendimiento mediante la producción y comercialización de vinos estacionales a base de frutas tropicales, entre ellas; pechiche, fruta china, maracuyá, frutas mixtas, plátano y grosella, las mismas de identidad del Cantón Pedernales y a nivel nacional.

## **3.2 Análisis del Entorno**

### **3.2.1. Idea de Negocio**

Las ideas de negocio se generan a raíz de la capacidad que poseen las personas para crear cosas nuevas. Según (Garzozzi, 2014) mencionan que: “Las ideas son consecuencia de ciertos factores, dentro de los cuales pueden destacarse: la observación del entorno, la formación, la experiencia, los gustos y los deseos del emprendedor” (pág. 30). Las ideas de negocio deben establecerse en aspectos básicos como a quién dirigir un producto, y de qué manera promocionarlo, qué necesidades se cubrirán, entre otros fundamentos.

El presente proyecto de emprendimiento se fundamenta en la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de vinos estacionales de frutas en el cantón Pedernales. Los vinos para comercializar serán de frutas tropicales; las cuales son: pechiche, fruta china, maracuyá, plátano, frutas mixtas y grosella, mismas que son nativas de la región Costa y del cantón Pedernales. Esta empresa ofrecerá el servicio de vinos estacionales para todo tipo de eventos según como lo dispongan los clientes. Los vinos serán preparados con todas las normas de higiene establecidas, cumpliendo así, los más altos estándares de calidad para que lleguen excelentes productos al consumidor.

El producto debe ser de calidad y diferenciar con ventajas competitivas de este emprendimiento es que en la localidad no se encuentran negocios de este tipo que oferten el mismo producto y servicio.

## **3.3 Estudio Técnico**

A través del estudio técnico se podrá verificar la posibilidad de llevar a cabo la elaboración del producto que se desea crear, analizando si el tamaño del lugar es el adecuado, la localización de este es óptima para el funcionamiento, además va a permitir conocer cuál es el proceso de elaboración de vinos a base de frutas de la zona de diversos sabores y todas las maquinarias, materiales e insumos que serán utilizados en el proceso de elaboración y desarrollo del producto.

### **3.3.1 Descripción de las características de localización del negocio**

Para determinar las características de localización del emprendimiento a crear referente para la elaboración de vinos, esta propuesta posee una gran factibilidad debido a que se iniciará dentro del cantón pedernales, la cual cuenta con todos los servicios básicos y las facilidades para lograr el éxito de esta iniciativa.

Adicionalmente, se cuenta con la presencia de consumidores turística adecuada ya que las playas del cantón pedernales son reconocidas a nivel nacional e internacional como una de las mejores playas de Manabí y el Ecuador.

Puesto que se presenta la localización, tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto con el fin de determinar la zona geográfica y depende básicamente de aspectos como abastecimiento de materias primas e insumos, manode obra y costo de transporte de estas.

Este emprendimiento en sí encaminará sus servicios de vinos para fiestas, graduaciones, y todo tipo de evento social sea dentro o fuera de la localidad. Para la apertura de este negocio se contará con personal capacitado para el servicio y con todos los equipos posibles para brindar una atención de calidad y calidez, y por ende que el cliente se sienta plenamente satisfecho del producto adquirido.

Los productos de este emprendimiento van dirigidos a los consumidores mayores de edad, debido a que se comerciará vino de varias frutas, para que los consumidores tengan variedad al escoger. La microempresa brindará sus servicios o se dará a conocer a través de las redes sociales, y otros medios. El negocio estará a la vanguardia y a la expectativa de los requerimientos y sugerencias de los consumidores.

Por todos los aspectos anteriormente expuestos la puesta en marcha de este tipo de emprendimiento tiene el desafío de indagar cuál es el mercado viable para el vino, que se diferencien de los productos y presentaciones del mercado actual, y que sea un producto que llene las expectativas de los consumidores, con la calidad requerida, estabilidad en su consistencia, facilidad de uso y consumo, siempre dispuesto a la comodidad para el deleite del consumidor.

### **3.4 Estudio de mercado**

Todo emprendimiento de un producto requiere una investigación exhaustiva para comprobar si este, tendrá la acogida, viabilidad, la oferta y demanda, hasta la aceptación del precio; es a allí donde se enfocan los fundamentos de la investigación de mercado. De acuerdo con (Rodríguez, 2015) Un estudio previo siempre va a ser útil para entrar en un mercado y a su vez para detectar oportunidades o amenazas existen, siendo una herramienta sumamente útil para recoger y analizar información importante sobre el consumidor, (Vallejo Díaz, 2023) afirma que “Un estudio previo siempre va a ser útil para entrar en un mercado y a su vez para detectar oportunidades o amenazas existen, siendo una herramienta sumamente útil para recoger y analizar información importante sobre el consumidor.”

Una investigación de mercado está compuesta por diversos parámetros; tanto cuantitativos como cualitativos para recopilar información referida a deseos, necesidades, características y comportamientos de los consumidores, para luego ser cuantificada y analizada para ser utilizada en actividades de marketing. La empresa “FRUIT WINES”, implementará el tipo de investigación de mercado cuantitativa, para lo cual se realizará una encuesta y así lograr obtener información fundamental de la población o situación actual del área o mercado, es decir, la investigación de campo se efectuará en la ciudad de Pedernales.

#### **3.4.1 Metodología**

El presente trabajo encaminado a la comercialización de vinos estacionales a base de frutas buscando la obtención de información por parte de la ciudadanía para determinar el nivel de asentimiento del producto. Debido a la naturaleza de la investigación, este estudio se realiza de forma exploratoria ya que se buscará conocer el grado de aceptación que presentan los vinos estacionales dentro de la ciudad de Pedernales; en por ello que a través de la información aportada por los consumidores potenciales.

### **3.4.2 Tipo de investigación**

De acuerdo con (Arias, 2012) la investigación descriptiva es aquella enfocada en la búsqueda, análisis e interpretación de la información desarrollada por otros investigadores en fuentes documentales, a través de la caracterización de los hechos a fin de determinar su estructura. De igual manera, el estudio es explicativo ya que se centra en buscar las causas y consecuencias de los fenómenos económicos investigados para ayudar a entender de una forma más confiable y precisa las causas de los problemas que se presentan.

### **3.4.3 Enfoque**

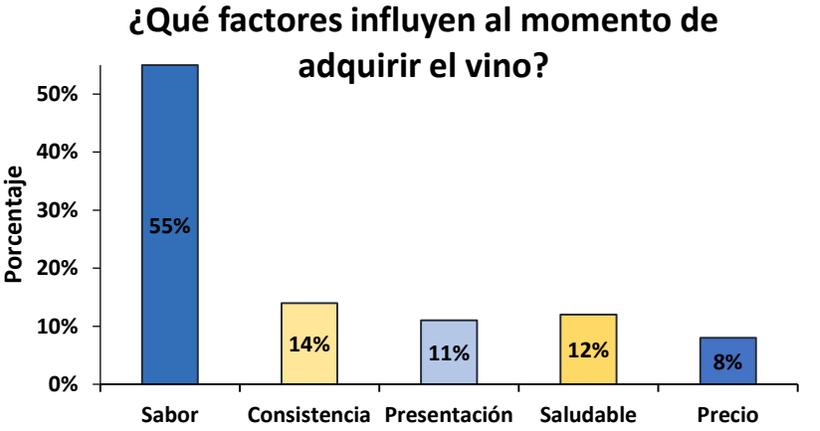
La investigación se desarrolla, bajo un enfoque cuantitativo, desde el punto de vista cuantitativo se realizaron encuestas, para determinar el grado de aceptación de esta propuesta por parte del segmento objetivo, y al mismo tiempo estimar la demanda potencial.

### **3.4.4 Técnicas de Recolección de datos**

Entre las técnicas a utilizarse para la recolección de información es la encuesta y la observación; las encuestas se destinarán a las 381 personas objeto de estudio para la ejecución del proyecto y la observación para el análisis del comportamiento de las personas encuestadas.

Para la aplicación de las encuestas se elaboran las siguientes interrogantes:

Figura 11 Representación gráfica de la frecuencia de consumo vino de frutas tropicales

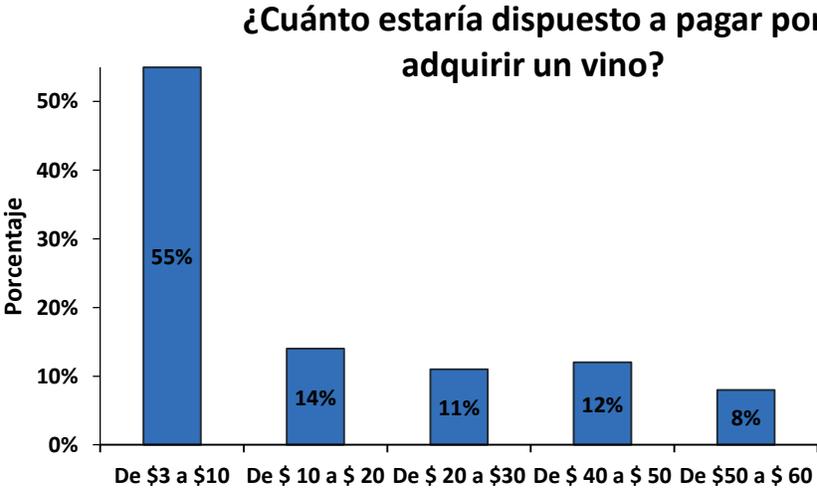


Nota. Elaboración por autores

Se evidencia en los resultados que un 55% factor influyen al momento de adquirir un vino es por el sabor, y el 14% consistencia, seguido 12%, por lo que no afecte a la salud, finalmente 8% es por el precio. Eso significa que los consumidores toman de elección calidad en cuanto a su sabor del producto ofertado.

Para continuar las interrogantes, de cuanto al precio que está dispuesto a pagar por la compra de un vino es el siguiente:

Figura 12 Distribución del precio que estaría dispuesto a pagar el consumidor por el vino



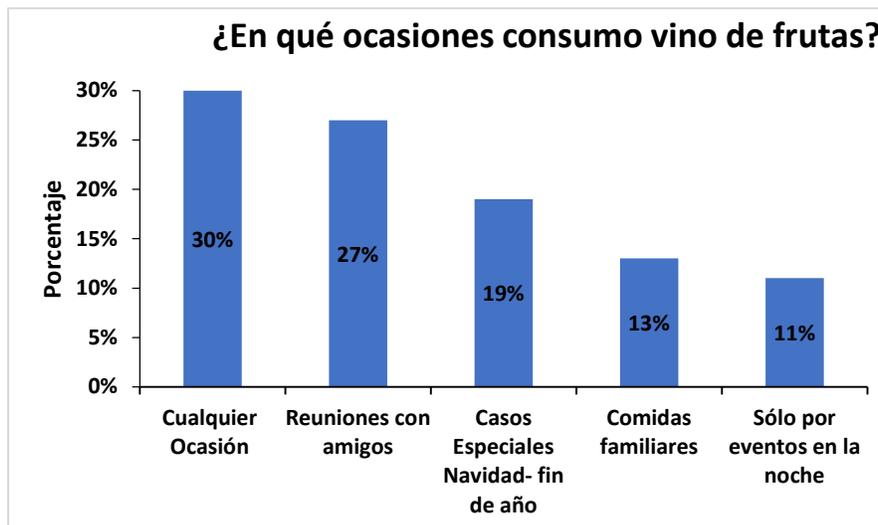
Nota. Elaboración por autores con base a encuestas

De acuerdo con la encuesta realizada, se evidencia que el 55% de las personas encuestadas

prefieren pagar por un vino de \$3 a \$10, el 39% de \$10 a \$20, el 6% prefiere pagar de \$20 a \$40 y el otro 6% de \$40 a \$80, se evidencia que el precio para los consumidores es el de menos costo en el Cantón Pedernales.

A continuación, se detalla la siguiente pregunta de la encuesta:

Figura 13 *Distribución de gráfica en qué ocasiones consume vinos de frutas*



*Nota.* Elaborado por autores

Se evidencia el consumo de vino de frutas el 30%, desea hacerlo en cualquier ocasión, seguido el 27% en reuniones de amigos, el 19% casos especiales navidad- fin de años, y 13% comidas familiares, finalmente 11% sólo por eventos en la noche. El resalta de que los demandantes en cualquier ocasión el consumo de vino de frutas el Cantón Pedernales

### **3.5 Oportunidad de negocio**

#### **3.5.1 Lienzo CANVAS**

Se utiliza el modelo CANVAS para el diseño y validación de modelos de negocio. A continuación, se presenta un esquema que resume el modelo de negocio en módulos

de contenido de manera estructurada, visual y llega a ser comprendido de mejor manera. (Osterwalder, 2018), a continuación, se detalla la aplicación de la metodología CANVAS:

Tabla 7 Lienzo Canvas para implementación de creación y comercialización de vino de frutas tropicales

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON EL CLIENTE:	SEGMENTO DE CLIENTES
Proveedores Clientes Financieras Gobierno local	<p>Preparación del vino: Agregar las frutas, azúcar con la cantidad adecuada, para que el olor y sabor sean de calidad.</p> <p>Fermentación del vino: Fermentar el tiempo preciso, para que el sabor sea satisfactorio.</p> <p>Prueba del vino: Al finalizar la producción del vino, realizar la prueba correspondiente para probar. si cumple con los atributos que los consumidores requieren</p>	<p>Sabor: el componente de frutas tropicales como loson el pechiche, la fruta china, maracuyá, frutas mixtas, plátano y la grosella, ofrece variedad en sabores diferentes a los del mercado.</p> <p>Presentación: El recipiente en el que irá el contenido será reutilizable, ya que el producto se ofrecerá en botellas de vidrio.</p> <p>Son vinos dulces por naturaleza, no necesitan endulzantes artificiales.</p>	<p>Ofrecer una bebida que acompañe a <del>de</del> en los momentos que comparten con sus familiares, amigos, y otros</p> <p>Seguimiento de las demandas de bebidas alcohólicas.</p>	<p>Personas adultas</p> <p>De 18 años en adelante</p> <p>Nivel socio - económico intermedio</p>
	<p><b>RECURSOS CLAVES</b></p> <p>Mano de obra</p> <p>Transporte</p> <p>Calidad de productos comprados a proveedores</p> <p>Permisos</p> <p>Bodegas</p>			
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTES</b></p> <p>Costos fijos</p> <p>Costos variables</p>		<p><b>INGRESOS</b></p> <p>Venta de vinos con sabores a frutas tropicales</p>		

Nota. Elaboración por autores

### **3.6 Plan de Marketing**

En el plan de marketing se realiza un esquema para recopilar los estudios realizados al mercado en los capítulos anteriores, con el objetivo de conseguir estrategias y una planificación para seguir, de esta forma llegar de manera adecuada a los clientes potenciales. Este plan proporciona una hoja de ruta detallada que guía las de marketing y asegura que todas las actividades estén alineadas con los objetivos generales de la empresa.

#### **3.6.1 Estrategia general de marketing**

La estrategia genérica de marketing aplicada es la diferenciación de los competidores (vinos procesados) y también de los sustitutos (tradicionales).

El objetivo de la producción y comercialización de vinos de sabores a frutas tropicales es satisfacer a todas las personas interesadas en adquirir los productos, brindando beneficios como: calidad, sabor, presentación y un buen precio.

El Marketing Experiencial surge debido a los cambios de hábitos de los consumidores que provocan que los planteamientos del marketing tradicional pierdan eficacia. Los consumidores se han vuelto impredecibles, volubles y apenas reaccionan ante las herramientas del marketing tradicional (Galmés Cerezo, 2015).

Hasta el momento las empresas en su proceso de transformación digital y los cambios de paradigmas de ciertos sectores productivos y otros factores que influyen de forma directa en los demandantes; Con ello, cada día se hace necesario innovar productos y servicios diferenciados de la competencia, el marketing tradicional no funciona en estos casos, para el proyecto de factibilidad se diseñó logo y slogan para utilizar en la estrategia que se implementen en este caso, (Lemoine, 2019) fundamentan en sus obras referente a la estrategia de comercialización abarca diferentes aspectos, como son la imagen empresarial o corporativa, el sistema de información con el cliente y el proceso de venta.

### **3.7 Planificación Estratégica de la empresa**

La planificación estratégica de una empresa en el contexto de un modelo de negocio implica el proceso de establecer una dirección clara y coherente para la organización, teniendo en cuenta los objetivos y las metas, para se considera las siguientes definiciones consideras para creación y comercialización de Vinos de frutos tropicales del Cantón Pedernales.

#### **3.7.1 Misión**

Ser una empresa líder en producción de vinos artesanales con la más alta calidad a nivel nacional, llegando a la cadena de distribución, de manera tal que nos permita satisfacer las expectativas de nuestros clientes, y de esta manera contribuir a un desarrollo social sostenible, económico y equitativo.

#### **3.7.2 Visión**

Una compañía líder en el mercado competitivo ofertando productos innovadores para satisfacer a sus clientes, con los más altos estándares de calidad para llegar a ser la empresa número uno en producción y comercialización de vinos artesanales nacional e internacionales.

#### **3.7.3 Principios y valores corporativos**

Para alcanzar el mejoramiento continuo en la capacidad de producción y las condiciones necesarias para ofrecer un servicio de calidad, conforme a las exigencias actuales y las previstas para el futuro se propone lo siguiente:

#### **3.6.3 Valores Corporativos**

Excelencia: Consiste en entregaremos lo que prometemos y agregaremos valor más allá de lo esperado.

Alcanzaremos la excelencia a través de la innovación, aprendizaje y agilidad.

Respeto por los demás: Trataremos a nuestra competencia, clientes y otras personas

con quienes hacemos negocios con respecto, dignidad y cortesía.

Compromiso: Todos los servidores estaremos comprometidos con la empresa, ya que el crecimiento de esta ayudará al desarrollo personal y profesional.

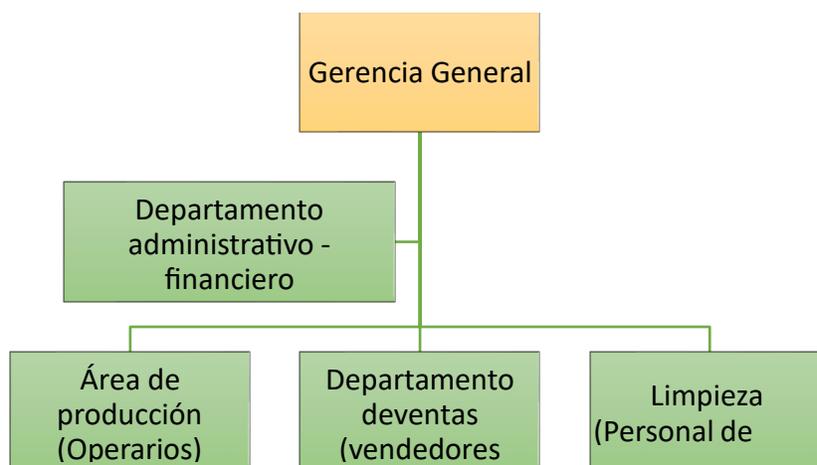
Confianza: Ofreceremos a cada uno de nuestros clientes una combinación adecuada de servicios, atención al cliente y precios.

Responsabilidad Social: Contribuiremos en forma activa y voluntaria al mejoramiento social con el objetivo de mejorar nuestra situación competitiva y valorativa como organización.

### 3.8. Diseño de estructura y plan de recursos humanos

Plantea (Contreras, 2013), que la planeación estratégica requiere que las personas encargadas de tomar las decisiones en una empresa tengan claro qué clase de estrategias van a utilizar y cómo las van a adecuar a las distintas alternativas que se van a presentar en la medida en que van creciendo o posicionándose en el mercado. En este caso se presenta el siguiente:

Figura 14 Organigrama de talento humano de producción y distribución de vinos artesanales



*Nota.* Elaboración por autores

La empresa cuenta con una estructura organizacional en orden jerárquico, en donde se tiene un gerente general, un administrativo-financiero, dos operarios en el área de producción, un vendedor y una persona encargada del aseo.

### **3.9 Estudio legal y societario**

Dentro del marco legal, las instituciones y reglamentos que regulan la actividad comercial son las siguientes:

#### **3.9.1 Forma de constitución**

La empresa de jabones artesanales al ser una empresa que recién se está constituyendo y es iniciativa de una sola persona, será presentado como una persona jurídica.

La constitución de forma legal de una empresa sirve para formalizarse ante el Estado y recibir los beneficios pertinentes que este ofrece una vez constituido.

Dentro de la constitución de una empresa, existen una serie de requisitos que debemos llevar a cabo para empezar a laborar de forma legal.

#### **3.9.2 Requisitos de constitución**

- ✓ Copia de RUC o RISE
- ✓ Copia de servicio básico del lugar donde va a funcionar la actividad económica
- ✓ Pago de predios (si es propietario)
- ✓ Contrato de arrendamiento (Si es arrendatario)
- ✓ Si el lugar es cedido por algún familiar, presentar declaración juramentada

Cabe recalcar que también se tiene que cumplir con requisitos adicionales como los debidos permisos de funcionamiento, entre los cuales tenemos:

#### **3.9.3. Normativas y requerimientos de funcionamiento**

Dentro de los estatutos con los que debemos contar se encuentran los siguientes:

- **Patente Municipal**

Para obtener información precisa sobre los plazos y requisitos específicos para la obtención de permisos de funcionamiento en Ecuador, se recomienda ponerse en contacto con las autoridades municipales o gubernamentales pertinentes en el Cantón Pedernales provincia de Manabí; por otro lado, el cuerpo de bombero y el registro sanitario, deben considerarse, dentro del permiso de funcionamiento de una empresa, para cumplir con la exigencia política fiscales. Cabe resaltar que una vez que se cumplan con todos los requisitos el permiso tiene duración de un año a partir de la emisión.

- **Afiliación al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)**

Todo emprendedor que hace uso de colaboradores, bajo relación de dependencia tiene la obligación desde el primer día labor de afiliar al seguro social a sus empleados para proceder a su labor diaria.

**3.10 Estudio económico financiero El plan financiero es la expresión en cifras de lo que se espera de la empresa, comprende la fijación de los objetivos, el estudio y selección de las estrategias que se usarán para alcanzarlos, la colocación de metas y otros (Saavedra, 2006).**

### **3.10.1 Plan financiero**

La evaluación financiera constituye la sistematización contable y financiera de una empresa, se lo realiza para determinar y verificar los resultados generados por el proyecto, de igual manera la liquidez que generará para cumplir con todas sus obligaciones y por último conocer la estructura financiera, aplicando las fórmulas del VAN y TIR para conocer si el negocio es rentable.

### **3.10.2 Evaluación económica financiera**

En el contexto de la evaluación de factibilidad de un proyecto de inversión se toma en cuenta los siguientes indicadores.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	26634.00	29,297.40	32,227.14	35,449.85	<b>38,994.84</b>
<b>Costo de Ventas</b>	6606.00	7,266.60	7,993.26	8,792.59	<b>9,671.84</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>20028.00</b>	<b>22030.80</b>	<b>24233.88</b>	<b>26657.27</b>	<b>29322.99</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>1425.00</b>	<b>1350.00</b>	<b>1350.00</b>	<b>1350.00</b>	<b>1350.00</b>
<b>Arriendo</b>	200.00	200.00	200.00	200.00	<b>200.00</b>
<b>Gastos de Constitución y publicidad</b>	250.00	250.00	250.00	250.00	<b>250.00</b>
<b>Mano de Obra</b>	900.00	900.00	900.00	900.00	<b>900.00</b>
<b>Serv. Básicos</b>	75.00	75.00	75.00	75.00	<b>75.00</b>
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	<b>18603.00</b>	<b>20680.80</b>	<b>22883.88</b>	<b>25307.27</b>	<b>27972.99</b>
<b>(-) 15% del Trabajador</b>	2790.45	3102.12	3432.58	3796.09	<b>4195.95</b>
<b>Utilidad Antes del Impuesto a la Renta</b>	<b>15812.55</b>	<b>17578.68</b>	<b>19451.30</b>	<b>21511.18</b>	<b>23777.05</b>
<b>(-) 22% Impuesto a la renta</b>	3478.76	3867.31	4279.29	4732.46	<b>5230.95</b>
<b>Utilidad Liquida</b>	<b>12333.79</b>	<b>13711.37</b>	<b>15172.01</b>	<b>16778.72</b>	<b>18546.10</b>
<b>Dividendos del (30%)</b>	3700.14	4113.41	4551.60	5033.62	<b>5563.83</b>
<b>Reserva Legal (10%)</b>	1233.38	1371.14	1517.20	1677.87	<b>1854.61</b>
<b>Utilidad Final</b>	<b>7400.27</b>	<b>8226.82</b>	<b>9103.21</b>	<b>10067.23</b>	<b>11127.66</b>

Tabla 8 Flujo de caja proyectado de creación y comercialización de vinos tropicales

*Nota.* Elaboración por autores

A continuación, se realiza un análisis de resultados aplicando las variables del VAN y TIR

Se procede hacer uso de la fórmula de acuerdo con Saidi et al, (2021).

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

Donde:

F<sub>n</sub> = flujos netos de efectivo hasta el periodo j

i = tasa de retorno requerida

I<sub>0</sub> = inversión inicial en efecto al año 0

Tabla 8 *Datos de cálculo del VAN*

DATOS		
<b>Tasa</b>	0.1	10%
<b>Desembolso Inicial</b>		-6000
Año 1		7400.27
Año 2		8226.82
Año 3		9103.21
Año 4		10067.23
Año 5		11127.66

*Nota.* Elaboración por autores

En las palabras de (Prieto, 2023) indica que se realizará el estudio financiero a través de análisis de estados financieros, evaluación de escenarios y evaluación de indicadores de liquidez, como el flujo de caja, la rentabilidad y el VAN, se generarán recomendaciones para mejorar la rentabilidad del modelo de negocio, así como estrategias para aprovechar las oportunidades de crecimiento y expansión.

El VAN es una medida financiera que se utiliza para evaluar la rentabilidad de una inversión. Representa la diferencia entre el valor presente de los flujos de efectivo de un proyecto y el costo inicial de la inversión. Un VAN positivo indica que el proyecto generará más ingresos de los que se invirtieron inicialmente y, por lo tanto, se considera una inversión rentable.

Tasa Interna de Retorno (TIR): La TIR representa la tasa de rendimiento esperada de un proyecto de inversión. Es la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos de efectivo futuros de un proyecto sea igual a la inversión inicial. En resumen, es la tasa de interés a la que el VAN de una inversión es igual a cero. Una TIR más alta indica que el proyecto es más rentable.

Puesto que Salinas, (2015), indica la siguiente fórmula aplicada el su respectivo cálculo:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Donde TIR = Tasa interna de retorno

Donde vemos que el VAN (Valor actual Neto) = 0

Se invierte si: TIR > r

No se invierte si: TIR < r

Donde r es el costo de capital del inversionista.

A continuación, se detalla valores para cálculo del TIR

Tabla 9 *Datos de cálculo de TIR*

Detalle	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja	-6000.00	7400.27	8226.82	9103.21	10067.23	11127.66

VAN	\$23,414.23
<b>TIR</b>	<b>134%</b>

*Nota.* Elaboración por autores

Con los resultados obtenidos en el VAN y TIR se puede concluir que el plan creado para este negocio si es factible y que se puede realizar la inversión.

## CAPITULO 4: Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Aprendizaje Infantil Y Tareas Dirigidas



*"Conquista tus sueños"*

## 4.1 Introducción

El presente estudio de factibilidad tiene como objetivo evaluar la viabilidad de crear un centro de aprendizaje infantil y tareas dirigidas en el cantón Pedernales, este centro se propone brindar servicios educativos complementarios a niños en edad preescolar y escolar, con el fin de fortalecer sus habilidades académicas, promover su desarrollo integral y apoyar a las familias en la educación de sus hijos; en el cantón Pedernales, ubicado en la provincia de Manabí, se caracteriza por ser una comunidad en constante crecimiento, con una población diversa y una creciente demanda de servicios educativos, sin embargo, es necesario analizar si existe una necesidad insatisfecha en cuanto a la disponibilidad de un centro de aprendizaje infantil y tareas dirigidas que se ajuste a las necesidades específicas de la comunidad.

En esta etapa inicial del estudio, se llevará a cabo una revisión exhaustiva de la literatura especializada y se recopilará información relevante sobre la educación infantil, las necesidades educativas en el cantón Pedernales y las tendencias actuales en el ámbito de los centros de aprendizaje infantil y tareas dirigidas, asimismo, se considerarán aspectos legales, sociales, económicos y culturales que puedan influir en la viabilidad y éxito del proyecto; es importante destacar que la creación de un centro de aprendizaje infantil y tareas dirigidas no solo busca cubrir una demanda existente, sino también contribuir al desarrollo integral de los niños y al fortalecimiento de su educación en un entorno seguro, estimulante y de calidad, asimismo, se buscará establecer alianzas con instituciones educativas, padres de familia y actores relevantes de la comunidad para asegurar la pertinencia y sostenibilidad del centro.

## 4.2 Análisis del Entorno

### 4.2.1 Idea de negocio

Una idea de negocio para un modelo de negocio de tareas dirigidas podría ser el desarrollo de una plataforma en línea que conecte a estudiantes con tutores calificados y especializados en áreas específicas.

Esta plataforma facilitaría a los estudiantes la búsqueda y reserva de sesiones de tutoría personalizadas, donde podrían recibir asistencia en la resolución de tareas y la comprensión de conceptos difíciles en diversas materias académicas.

Para continuar con el análisis de la viabilidad del modelo de negocio se plantea un análisis de los entornos que influyen en el diseño e implementación del centro de tareas dirigidas en el Cantón Pedernales se detalla el mencionado análisis:

### 4.2.2 Análisis PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta utilizada para evaluar el entorno externo de un proyecto o negocio, examina seis factores clave: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales (Ayala, 2020).

- **Factor Político**

De acuerdo con la (ECUADOR, 2021), en el Art. 26.- La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

- **Factor Económico**

En el cantón Pedernales, por sus recursos naturales, cultivables y el acceso a mercados pueden influir en el nivel de ingresos que las familias pueden generar a través de la agricultura, así mismo se tiene, la acuicultura actividad económica

importante en el cantón Pedernales.

Las familias pueden obtener del sector turístico que promueve un impacto significativo en los ingresos y el poder adquisitivo de las familias en el cantón, como medio de subsistencia, el cuál beneficiará a muchas familias del sector.

- **Factor Social**

Dentro del cantón Pedernales existen 55 128 habitantes, pero dentro del área urbana su población es de 21 910 habitantes, de los cuales 6 353.90 son niños de 2.5 a 12 años de los cuales 4.353 niños necesitan apoyo escolar.

La tendencia educativa del cantón pedernales, muestra una diversidad en las opciones educativas disponibles para los estudiantes, esta situación proporciona a las familias la posibilidad de elegir entre diferentes instituciones educativas que se ajusten a sus preferencias y necesidades, los servicios educativos particulares ofrecen programas académicos especializados, enfoques pedagógicos específicos y una atención más personalizada.

- **Factor Tecnológico**

Los factores tecnológicos son fundamentales, la digitalización ha transformado la forma enseñanza y aprendizaje en los centros educativos a nivel mundial, además este ofrece recursos virtuales innovadoras para mejorar la práctica educativa que hoy en día es demandante, estos pueden incluir el acceso a dispositivos tecnológicos, como computadoras, tabletas y dispositivos móviles, así como a Internet de alta velocidad, por otro lado, se deben considerar las plataformas y software educativos, que permiten la creación de contenido interactivo, el trabajo en línea, el acceso a recursos digitales y la evaluación automatizada.

- **Factores Ambiental**

Los factores ambientales en un modelo de negocio se refieren a los elementos del entorno natural y ecológico que pueden afectar las operaciones y estrategias de una

empresa. Estos factores están relacionados con la sostenibilidad ambiental, la conservación de recursos naturales y la responsabilidad corporativa.

- **Factor Legal**

Los factores legales en los modelos de negocios en Ecuador se refieren a las leyes, regulaciones y marco jurídico que afectan la operación y el desarrollo de las empresas en el país. Estos factores legales son cruciales para garantizar el cumplimiento normativo y evitar posibles riesgos legales que puedan surgir durante la operación comercial.

- **Análisis de Porter**

El análisis de Porter proporciona una profunda comprensión del entorno competitivo de una industria y ayuda a las empresas a desarrollar estrategias sólidas para mantener una ventaja competitiva sostenible. Al utilizar este marco analítico, las empresas pueden identificar oportunidades y amenazas clave en su entorno empresarial y tomar decisiones estratégicas informadas para mejorar su posición en el mercado.

- **El Poder de negociación de los Proveedores**

De acuerdo con (Carneiro, 2019) en su investigación sobre el análisis de los efectos de la concentración, la dependencia y las relaciones con los proveedores en la instalación de reemplazo de artículos tiene como objetivo determinar cuáles son las consecuencias de estos tres factores sobre la facilidad de reposición de bienes.

- **El poder de negociación de los clientes**

El poder de negociación de los clientes, también conocido como el Poder de Negociación de los Compradores, es un concepto clave en el análisis de las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter. Se refiere a la capacidad de los clientes o compradores para influir en los precios, la calidad y las condiciones de venta de

productos y servicios en un mercado determinado. Cuando los clientes tienen un poder de negociación significativo, pueden exigir precios más bajos, una mayor calidad del producto o servicio, o mejores condiciones de venta.

Rivalidad entre competidores existentes: Evalúa el nivel de competencia y la intensidad de la rivalidad entre las empresas del mismo sector.

Amenaza de nuevos participantes: Analiza la facilidad con la que nuevas empresas pueden ingresar a un mercado determinado

Amenaza de productos o servicios sustitutos: Considere la posibilidad de que los consumidores cambien a productos o servicios alternativos que puedan satisfacer sus necesidades de manera similar.

**Poder de negociación de los proveedores:** Examina la capacidad de los proveedores para influir en los precios, los costos y la calidad de

**Poder de negociación de los compradores:** Evalúa la capacidad de los compradores para influir en los precios y las condiciones de venta de los productos o servicios, lo que puede afectar la rentabilidad de una empresa.

### **4.3 Estudio Técnico**

A través del estudio técnico se podrá analizar la posibilidad de llevar a cabo la elaboración del producto o servicio que se desea crear, analizando si el tamaño del establecimiento idóneo, la ubicación de este es óptima para el funcionamiento, además va a permitir conocer cuál es el proceso de elaboración de servicios de niños de preescolar a base de formación especializada en el centro infantil del Cantón Pedernales.

### **4.4 Estudio de mercado**

El estudio de mercado en el contexto de un modelo de negocio es fundamental para comprender el entorno comercial, identificar oportunidades de crecimiento.

#### 4.4.1 Segmentación del mercado

Para evaluar la demanda de un Centro de Educación Infantil y tareas dirigidas, se realizó un sondeo a 100 padres de familia con niños y/o niñas entre 2.5 y 12 años, a quienes se aplicó la pregunta: ¿Estaría usted interesado en contar con los servicios de un Centro de Educación Infantil y tareas dirigidas?

Tabla 10 *Sondeo de aceptación*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	86	86%
No	14	14%
Total	100	100%

*Nota.* Elaboración por autores

El sondeo, consistente en la única pregunta señalada, fue aplicado por medio de conversaciones entre conocidos durante una semana, y permitió medir el interés existente en la ciudadanía. Según se observa, 86 personas encuestadas marcaron la opción Sí. Esta tendencia de las 86 respuestas (86%), se plantea como el parámetro de aceptación.

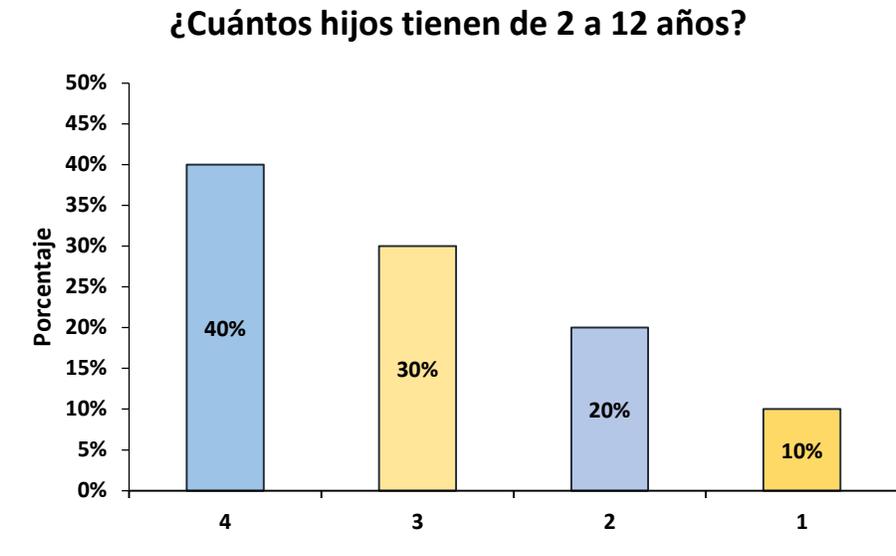
#### 4.2.1 Análisis de la demanda

Investigación Cuantitativa

Determinación de la demanda insatisfecha

Tomando en cuenta que, según el sondeo aplicado, sólo el 86% de los padres de familia tendrían interés en contar con los servicios, factorizando el total de niños identificados se tendría 6 353,90, constituirían la demanda total en el sector. Restando los 2.000 que cubre la oferta en la actualidad, se tendría una demanda insatisfecha de 4.354 niños de 2.5 a 12 años.

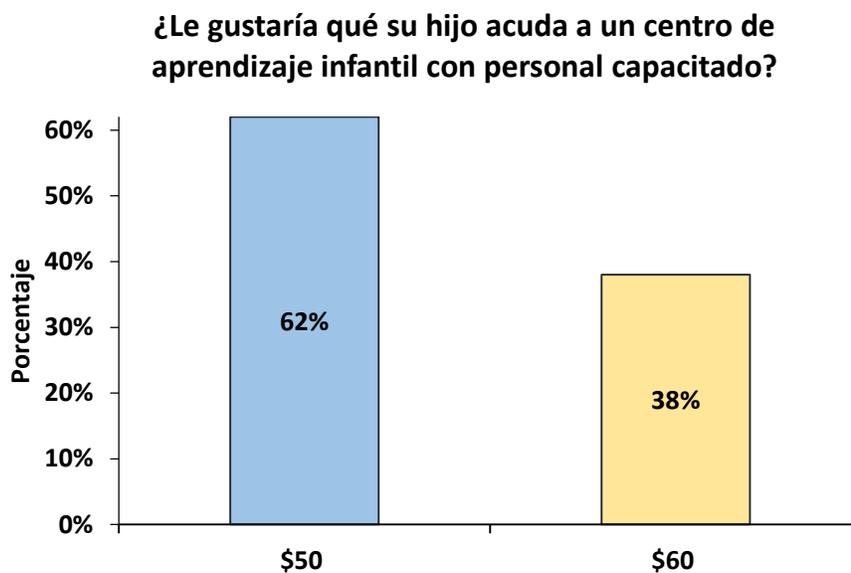
Figura 15 *Distribución de la cantidad de hijos que tiene cada familia*



**Nota.** Elaboración propia

Según los resultados de las encuestas realizadas, se puede observar que el 40 % de ellos tiene cuatro en ese rango de edad. Por otro lado, el 30% de los encuestados tiene tres hijos en esa franja de edad. Además, se encontró que el 20% de tiene 2 hijos en esa misma categoría y por último 10% con un hijo. Esto se denota que la probabilidad de la cantidad de demandantes es aceptable para la oportunidad de negocio.

Figura 16 *Le gustaría que su hijo acuda centro de aprendizaje infantil con personal capacitado*



*Nota.* Elaboración por autores

Se evidencia muestra que un 62 % tiene aceptación con un costo de \$ 50,00 para la creación del centro de aprendizaje infantil con personal capacitado; por otro lado 38% a \$60,00. Estos datos respaldan la importancia y el valor que se le atribuye a la educación basada en la comprensión y el fomento de las diversas capacidades de los niños desde temprana edad.

## 4.5 Oportunidad de negocio

El modelo de negocio Canvas utilizado como una herramienta efectiva para describir y analizar el proyecto. Mediante este enfoque estructurado, podremos identificar y visualizar claramente los diferentes elementos clave de nuestro modelo de negocio. A continuación, se detalla lienzo para esta propuesta:

### 4.2.1 Lienzo Canvas

Con la figura que se indica en la figura siguiente se hace la demostración de su aplicación en la creación del centro de enseñanza.

**Figura 17** Modelo CANVAS propuesto para el centro de Enseñanza



*Nota.* Elaboración por autores

## **4.6 Plan de Marketing**

Un plan de marketing permite establecer una estrategia y un conjunto de acciones para promover y comercializar un producto o servicio de manera efectiva.

### **4.6.1 Estrategia General del Marketing**

La estrategia general de marketing para el centro de aprendizaje infantil y tareas dirigidas en el cantón Pedernales implica comprender el mercado objetivo, posicionar la marca de manera diferenciada, promover activamente el centro, establecer asociaciones estratégicas, priorizar la experiencia del cliente y realizar un seguimiento constante para garantizar el éxito y la satisfacción de los padres y los niños.

La propuesta de valor se centra en los beneficios tangibles e intangibles que los clientes pueden obtener al elegir una determinada oferta.

## **4.7 Planificación Estratégica de la Empresa**

### **4.6.1 Misión**

Proporcionar un entorno educativo seguro, estimulante y enriquecedor para los niños, donde puedan desarrollar su potencial y adquirir habilidades académicas, sociales y emocionales fundamentales.

### **4.6.2 Visión**

Nuestra visión a 5 años es convertirnos en un centro de aprendizaje infantil y dirección de tareas líder, reconocido por brindar una educación de calidad, fomentar el amor por el aprendizaje y promover el desarrollo integral de los niños, sentando las bases para su éxito futuro.

## 4.8 Diseño y Estructura del Plan de Talento Humano

Para el presente proyecto se utilizará un organigrama estructural, el cual representa el esquema del Centro de Aprendizaje Infantil y Tareas Dirigidas, el cual permite conocer de manera objetiva los distintos departamentos.

La estructura orgánica del proyecto está conformada por:

- Nivel Directivo: Propietario, director y Representante Legal
- Nivel Técnico: Educadoras.

Figura 18 *Diagrama propuesto para estructura organizacional*



*Nota.* Elaboración por autores

## **4.9 Estudio legal y societario**

Dentro del marco legal, las instituciones y reglamentos que regulan la actividad comercial son las siguientes:

### **4.8.1. Forma de constitución**

La empresa de jabones artesanales al ser una empresa que recién se está constituyendo y es iniciativa de una sola persona, será presentada como una persona jurídica.

La constitución de forma legal de una empresa sirve para formalizarse ante el Estado y recibir los beneficios pertinentes que este ofrece una vez constituido.

Dentro de la constitución de una empresa, existen una serie de requisitos que debemos llevar a cabo para empezar a laborar de forma legal.

### **4.8.2 Requisitos de constitución**

- ✓ Copia de RUC o RISE
- ✓ Cópia de servicio básico del lugar donde va a funcionar la actividad económica
- ✓ Pago de predios (si es propietario)
- ✓ Contrato de arrendamiento (Si es arrendatario)
- ✓ Si el lugar es cedido por algún familiar, presentar declaración juramentada

Cabe recalcar que también se tiene que cumplir con requisitos adicionales como los debidos permisos de funcionamiento, entre los cuales tenemos:

### **4.8.3 Normativas y requerimientos de funcionamiento**

Dentro de los estatutos con los que debemos contar se encuentran los siguientes:

- **Patente Municipal**

Para obtener información precisa sobre los plazos y requisitos específicos para la obtención de permisos de funcionamiento en Ecuador, se recomienda ponerse en contacto con las autoridades municipales o gubernamentales pertinentes en el Cantón Pedernales provincia de Manabí; por otro lado, el cuerpo de bombero y el registro sanitario, deben considerarse, dentro del permiso de funcionamiento de una

empresa, para cumplir con la exigencia política fiscales. Cabe resaltar que una vez que se cumplan con todos los requisitos el permiso tiene duración de un año a partir de la emisión.

- **Afiliación al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)**

Todo emprendedor que hace uso de colaboradores, bajo relación de dependencia tiene la obligación desde el primer día labor de afiliarse al seguro social a sus empleados para proceder a su labor diaria.

#### 4.10 Estudio económico financiero

Un estudio financiero en el contexto de un modelo de negocio implica el análisis detallado de todos los aspectos financieros relacionados con la operación y la viabilidad de la empresa. Una de las herramientas que, de forma cuantitativa, permite al estudio analizar la viabilidad de este es el siguiente:

Tabla 11 Flujo de caja proyectado para la creación de centro de enseñanzas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	14.880,00	15.252,00	15.624,00	15.996,00	16.368,00
Costos de ventas	2.768,80	500,00	100,00	100,00	100,00
<b>Utilidad bruta</b>	<b>12.111,20</b>	<b>14.752,00</b>	<b>15.524,00</b>	<b>15.896,00</b>	<b>16.268,00</b>
<b>Gastos</b>	<b>11.554,38</b>	<b>11.080,00</b>	<b>11.080,00</b>	<b>11.080,00</b>	<b>11.080,00</b>
Gastos administrativos	10.500,00	10.500,00	10.500,00	10.500,00	10.500,00
Gastos de ventas	75,00	-	-	-	-
Gastos de operación	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
Depreciación	499,38	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>Utilidad del ejercicio</b>	<b>556,82</b>	<b>3.672,00</b>	<b>4.444,00</b>	<b>4.816,00</b>	<b>5.188,00</b>
Utilidad de trabajador (15%)	83,52	550,80	666,60	722,40	778,20
<b>Utilidad antes del impuesto a la renta</b>	<b>473,30</b>	<b>3.121,20</b>	<b>3.777,40</b>	<b>4.093,60</b>	<b>4.409,80</b>
<b>Crédito Bancaria \$ 5000</b>					
Impuesto a la renta (22%)	104,13	686,66	831,03	900,59	970,16
<b>Utilidad líquida</b>	<b>369,17</b>	<b>2.434,54</b>	<b>2.946,37</b>	<b>3.193,01</b>	<b>3.439,64</b>
Dividendos (30%)	110,75	730,36	883,91	957,90	1.031,89
Reserva legal (10%)	10,41	68,67	83,10	90,06	97,02
<b>Utilidad retenida</b>	<b>248,01</b>	<b>1.635,51</b>	<b>1.979,36</b>	<b>2.145,05</b>	<b>2.310,74</b>

*Nota.* Elaboración por autores

En las palabras de (Burneo et. al , 2016) el estudio de factibilidad es la base para la toma de decisiones de los directivos que tienen la responsabilidad de aprobar las inversiones, atendiendo a los valores de los indicadores, Período de recuperación (PR), Valor Actual Neto (VAN) y Tasa interna de retorno (TIR), en donde se establece la estrategia de ejecución de las inversiones en función de las prioridades según los indicadores y las fuentes de financiamiento.

Tanto la TIR como el VAN son herramientas cruciales en la toma de decisiones de inversión, ya que permiten a los inversionistas ya las empresas evaluar la rentabilidad de un proyecto, comparar su rendimiento con la tasa de descuento requerida y determinar si una inversión es beneficiosa en función de los costos iniciales y los flujos de efectivo esperados en el futuro.

#### 4.10.1 Evaluación económica financiera

El análisis financiero es la expresión cuantitativa, del resultado operacional de una empresa, comprende la fijación de los objetivos, el estudio y selección de las estrategias que se usarán para alcanzarlos, la colocación de metas y otros (Saavedra, 2006).

Para continuar con el proceso de factibilidad del centro educativo se utiliza los siguientes indicadores

Se procede hacer uso de la fórmula de acuerdo con Saidi et al, (2021).

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

Donde:

$F_n$  = flujos netos de efectivo hasta el periodo  $j$

$i$  = tasa de retorno requerida

$I_0$  = inversión inicial en efecto al año 0

Como evidenciamos con el siguiente ejemplo:

Tabla 12 Cuadro de presentación para el cálculo del VAN

Periodo	Flujo neto	Resultado
0	\$5.000,00	
1	\$248,01	
2	\$1.635,51	\$2.837,44
3	\$1.979,36	
4	\$2.145,05	
5	\$2.310,74	

Nota. Elaboración por autores

El valor actual neto obtenido es de 2.837,44 positivo, por tanto, se recomienda invertir en el proyecto, puesto que se recupera la inversión y es rentable.

Puesto que Salinas, (2015), indica la siguiente fórmula aplicada el su respectivo cálculo:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Donde TIR = Tasa interna de retorno

Donde vemos que el VAN (Valor actual Neto) = 0

Se invierte si:  $TIR > r$

No se invierte si:  $TIR < r$

Donde r es el costo de capital del inversionista.

Tabla 13 Cuadro de presentación para el cálculo de la TIR

Periodo	Flujo neto	Resultado
0	\$5.000,00	
1	\$248,01	
2	\$1.635,51	23%
3	\$1.979,36	
4	\$2.145,05	
5	\$2.310,74	

Nota. Elaboración por autores

La tasa interna de retorno es de 23%, siendo mayor al costo de la tasa activa de interés crédito productivo 'para capital de trabajo activo y fijo del Banco Pichincha para el segmento de las PYMES 10,72%, por lo cual se recomienda invertir en el proyecto porque es rentable.

## Referencias bibliográficas

- Ardila Solís, J. (2023). Gerencia de estudio técnico y legal: Modelo de Negocio “Novavida en Línea. *Bachelor's thesis, Universidad Casa Grande. Facultad de Administración y Negocios.* <https://doi.org/chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/3988/1/Tesis4084ARDm.pdf>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica.* 6ta. Fidas G. Arias Odón.
- Ayala Beltran, M. J. (2020). Analisis del principio de competencia de subasta inversa electrónica en el Cantón Santo Domingo utilizando análisis de PESTEL combinado. *Universidad y sociedad.* [https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000600366#:~:text=El%20PESTEL%20es%20una%20t%C3%A9cnica,%2C%20](https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000600366#:~:text=El%20PESTEL%20es%20una%20t%C3%A9cnica,%2C%20)
- Baca Urbina, G. (2001). Evaluación de Proyectos. <https://doi.org/https://biblioteca.uazuay.edu.ec/buscar/item/53227>
- Burneo Valarezo, S., Delgado Victore, R., & Vérez, M. (2016). Estudio de Factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Ingeniería Industrial,* 37(3)(305-312). [https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s1815-59362016000300009&script=sci\\_arttext](https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s1815-59362016000300009&script=sci_arttext)
- Carbache Mora, C., Zambrano Zambrano, J., & Lemoine Quintero, F. (2020). Estrategia de marketing emocional para la promoción de locales de servicios gastronómicos en la ciudad de Bahía de Caráquez. Ecuador. págs. 203-216. Obtenido de <https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/2584>
- Carneiro, E., & Da Cunha, J. (2019). Análise dos efeitos da concentração, dependência e relacionamento com fornecedores sobre a facilidade de

reposição de itens. *Revista Gestão & Tecnologia*, 19 (2)(76-108).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.20397/2177-6652/2019.v19i2.1614>

Carvajal Zambrano, G., Lemoine Quintero, F., Romero Zambrano, M., & Hidalgo Cedeño, M. (2023). Monitoreo de los Niveles de Liquidez en las Empresas Utilizando Herramientas de Contabilidad Financiera. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, págs. 210-219. . Obtenido de <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/862>

Castro, F. (2001). El estudio económico-financiero y la evaluación en proyectos de la industria química. *Univ. Nacional de Colombia*.  
[https://doi.org/https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=NLdvnA4kQIIC&oi=fnd&pg=PA5&dq=estudio+economico&ots=dnLyJarNKc&sig=\\_rRNGxB7QklU2v-fTcMSs5wWoN8#v=onepage&q=estudio%20economico&f=false](https://doi.org/https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=NLdvnA4kQIIC&oi=fnd&pg=PA5&dq=estudio+economico&ots=dnLyJarNKc&sig=_rRNGxB7QklU2v-fTcMSs5wWoN8#v=onepage&q=estudio%20economico&f=false)

Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. Mc graw hill.  
<https://doi.org/http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1143>

Contreras Sierra, E. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & gestión*((35)), 152-181.  
[https://doi.org/http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762013000200007&script=sci\\_arttext](https://doi.org/http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762013000200007&script=sci_arttext)

Córdoba, M. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. *Eco- Ediciones - Bogotá*. <https://doi.org/http://bibliotecas.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1206>

Cuero, A., & Rivero, P. (1986). . El análisis económico-financiero de la empresa. *Revista española de financiación y contabilida*. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/42779768>

Dakay Vásquez, Y., & Castrellon Calderón, X. (2020). Importancia del flujo de efectivo proyectado como herramienta de control interno para mantener el negocio en marcha en la micros y pequeñas empresas . *Revista FAECO Sapiens*, 4(1) 43-57. <https://doi.org/10.48204/j.faeco.v4n1a3>

Delgado, A., & Ramos, A. (2021). Organizaciones azules: líderes de la era digital: Cómo son y cómo actúan. . (Libro de Cabecera).

[https://doi.org/https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=cKFQEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Alfonso,+A.+\(2021\).+Organizaciones+azules:+I%C3%ADderes+de+la+era+digital:+C%C3%B3mo+son+y+c%C3%B3mo+act%C3%BAan.+Barcelona:+Libros+de+Cabecera.&ots=OhHizqETJt&sig=6vAdyPkJ-wqqQxueU7](https://doi.org/https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=cKFQEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Alfonso,+A.+(2021).+Organizaciones+azules:+I%C3%ADderes+de+la+era+digital:+C%C3%B3mo+son+y+c%C3%B3mo+act%C3%BAan.+Barcelona:+Libros+de+Cabecera.&ots=OhHizqETJt&sig=6vAdyPkJ-wqqQxueU7)

ECUADOR, C. D. (25 de 10 de 2021). Obtenido de <https://www.studocu.com/ec/document/universidad-tecnica-de-manabi/derecho-constitucional/constitucion-del-ecuador-2021/20081201>

Galmés Cerezo, M. (2015). Comunicación y marketing. *Revistas Científicas de América Latina*, , 31(25), 974-999. <https://doi.org/http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31043005054>

Gardiola, E. (21 de Abril de 2016). Marketing emocional. qué es y cómo usarlo en tu estrategia de marca. Obtenido de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/marketing-emocional-estrategia-marca>

Garzozí Pincay, R., Messina Scolaro, M., Moncada Marino, C., Ochoa Luna, J., Pérez, G., & Zambrano Segura, R. (2014). *Planes de negocios para emprendedores*. Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn). <https://doi.org/http://hdl.handle.net/2133/17694>

Garzozí, R. (2014). Planes de negocios para emprendedores. *Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn)*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books/about/Planes\\_de\\_negocios\\_para\\_emprendedores.html?id=5KAeyAEACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ec/books/about/Planes_de_negocios_para_emprendedores.html?id=5KAeyAEACAAJ&redir_esc=y)

Guasco Aucacama, C., & Luna Altamirano, K. (2022). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría integral para las Pymes en el Cantón Cañar. *Domino de las Ciencias*,, 8(1), 1071-1089. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/dc.v8i1.2541>

Kotler, P., & Keller, K. (2006). Dirección de Marketing. *Pearson Prentice Ha*. <https://doi.org/https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/1902marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>

- Lemoine Quintero, F. (2019). Gestión de Marketing turístico sostenible. *Manta: Editorial Universitaria MUNAYI*. <https://doi.org/> <https://munayyi.uleam.edu.ec/gestion-del-marketing-turistico-sostenible/>
- Marcial, V. (2021). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. *Bibliotecas. Anales de investigación* , 11 (4), 64-78. <https://doi.org/http://revistas.bnjm.sld.cu/index.php/BAI/article/view/196/205>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Etienne, F. (2020). *La empresa invencible: cómo reinventar constantemente su organización inspirándose en los mejores modelos de negocio del mundo*. Vol. 4). John Wiley e hijos. [https://doi.org/https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vtHSDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP21&dq=\(Osterwalder,+2018\)+&ots=JNCW\\_hVKhm&sig=e8N-W4P\\_Zx0oy15b7S1uYDHbVV4#v=onepage&q=\(Osterwalder%2C%202018\)&f=false](https://doi.org/https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vtHSDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP21&dq=(Osterwalder,+2018)+&ots=JNCW_hVKhm&sig=e8N-W4P_Zx0oy15b7S1uYDHbVV4#v=onepage&q=(Osterwalder%2C%202018)&f=false)
- Ponce, A. (2019). Evaluación financiera de proyectos de inversión para la PYMES. *Dominio de la Ciencias*, (3), 375-390. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7154274>
- Prieto, F. (2023). se realizará el estudio financiero a través de análisis de estados financieros, evaluación de escenarios y evaluación de indicadores de liquidez, como el flujo de caja, la rentabilidad y el VAN. Con base en los resultados obtenidos, se generarán recomenda. <https://doi.org/https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/19743>
- Quiroa, M. (2020). *Economipedia*. <https://doi.org/https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Ricon, C. (2022). Auditoria de los sistemas información costos y presupuestos. <https://doi.org/chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/38126/1/743%20O.E..pdf>
- Rodríguez Daza, J., & Sánchez Chavez, I. (2021). PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE COCTELES A BASE DE AGUARDIENTE-CURRINCHO. Obtenido de

[https://rraae.cedia.edu.ec/Record/REPULVR\\_93869a04a34d2eecdcb292b8399b76f9](https://rraae.cedia.edu.ec/Record/REPULVR_93869a04a34d2eecdcb292b8399b76f9)

Rodríguez, R. (2015). *Emprendedor de éxito*. México: Mc Graw Hil.

Saavedra, A. (2006). Liderazgo para el desarrollo sostenible. .  
<https://doi.org/http://mask.wikidot.com/plan-financiero>

Saidi, A., Albaali, G., Shahateet, M., Mohammad, S., & Daher, Z. (2021). Uso de enfriadores de adsorción en refrigeración solar (Beneficios Económico para Jordania). *Revista internacional Económica, política energetica* (11 (6) 234).  
[https://doi.org/chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.researchgate.net/profile/Suleiman-Mohammad/publication/355875737\\_Using\\_Adsorption\\_Chiller\\_in\\_Solar\\_Cooling\\_Economic\\_Benefits\\_for\\_Jordan/links/61827b6da767a03c14e944a2/Using-Adsorption-Chiller](https://doi.org/chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.researchgate.net/profile/Suleiman-Mohammad/publication/355875737_Using_Adsorption_Chiller_in_Solar_Cooling_Economic_Benefits_for_Jordan/links/61827b6da767a03c14e944a2/Using-Adsorption-Chiller)

Salinas, R. (2015). Criterios para la toma de decisión de Inversiones. *Revista electrónica de investigación en Ciencias económicas,,* 3(5), 101-117.  
<https://doi.org/https://revistasnicaragua.cnu.edu.ni/index.php/reice/article/view/1866>

Sanchez Solano, H., & Balaguera Siabato, A. (2023). Formulación y evaluación de un proyecto para la creación de una empresa que produzca y comercialice un deshidratador de alimentos con energía solar en Bogotá.  
<https://doi.org/chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/10759/Proyecto%20Final%202022-05-2023%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sarmiento Manrique, T., Pinzón Ubaque, A., Torres Medina, D., & Sánchez Rodríguez, J. (2023). Estudio de mercado para conocer el interés de las personas en la compra de pañales ecológicos en Bogotá. *Bachelor's thesis, Especialización en Gerencia de Procesos y Calidad*.  
<https://doi.org/http://hdl.handle.net/10882/12959>

Schnaars, S. (1993). *Estrategias de marketing: un enfoque orientado al consumidor*. Ediciones Díaz de Santos.

<https://doi.org/https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=XMhruAii5X0C&oi=fnd&pg=PR11&dq=Definicion+de+estrategias+de+marketing&ots=ScigoM7NAE&sig=JrOVxbiAgl6TAesuU4FQUN4QQ7s#v=onepage&q=Definicion%20de%20estrategias%20de%20marketing&f=false>

Vallejo Díaz, M. (2023). *Estudio de mercado para determinar la creación de una tienda especializada, de productos alimenticios y bebidas alcohólicas refrescantes en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura*.

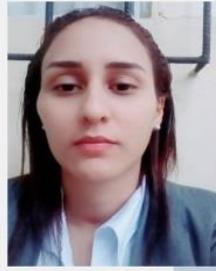
Vigo, V., Vigil, S., Sanchez, S., & Mediano, D. (2018). Manual de diseños de proyectos de desarrollo sostenible. *Asociación de los Andes en Cajamarca*. <https://doi.org/chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfendmkaj/https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/38126/1/743%20O.E..pdf>

Zambrano, L., Muñoz, M., Calderón, M., Esmeraldas, E., Vélez-Falcones, A., Okafor, C., & Marcillo, V. (enero de 2023). Influencia de la percepción del consumidor sobre las actividades comerciales. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfendmkaj/https://www.researchgate.net/profile/Ana-Velez-Falcones/publication/374532524\_Influencia\_de\_la\_percepcion\_del\_consumidor\_sobre\_las\_actividades\_comerciales/links/6521e229fc5c2a0c3bbff651/Influencia-de-la-



#### **PhD. Ana Cecilia Vélez Falcones**

Contadora Pública autorizada CPA, Ingeniera en contabilidad y auditoría, especialización de instituciones de microfinanzas, magíster en administración de empresas, magíster en gestión de empresas turísticas, doctoranda en planificación pública y privada, Docente: en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), investigadora acreditada por la Senescyt, colíder de proyectos de investigación. Docentes de América Latina y el Caribe, experiencia laboral como consultora en empresas públicas y privadas en el área contable-administrativa.



#### **MSc. Jéssica Katherine Meza Montes**

Docente de educación básica superior de la asignatura de matemáticas en la Unidad Educativa "Dr. Jaime Viteri Silva". Licenciada en ciencias de la educación mención Física y Matemáticas; por la Universidad Técnica de Manabí. Magíster en Educación Mención Innovación y Liderazgo Educativo; por la Universidad Técnica de Manabí.



#### **PhD. Derli Francisco Álava Rosado**

Contador Público autorizado CPA, Ingeniero en contabilidad y auditoría, magíster en contabilidad y auditoría, Doctor en Ciencias administrativas, Docente: en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), decano de la Extensión Pedernales, coordinador académico de las áreas administrativas, miembros de proyectos de investigación, autor de artículos científicos entre otros.



#### **Christopher Chukwugozie Okafor, MBA**

Docente investigador acreditado por SENESCYT con registro REG-INV-22-06163 a tiempo completo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Ingeniero en contabilidad y MBA, Énfasis: Marketing. Pose 15 años de experiencia docente ininterrumpida en educación superior con elevados principios éticos y la capacidad de participación eficaz en el trabajo interdisciplinario, miembro Proyecto de Investigación de la ext. Sucre, de la ULEAM y también delegado miembro del equipo como Par Evaluador (Componente Profesorado).



#### **MSc. María Guadalupe Mendoza Zambrano**

Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí en el área de las ciencias exactas impartiendo materias de Matemáticas, Estadística Aplicada, Bioestadística y Cálculo de una Variable. Docente de Física en la Unidad Educativa "4 de noviembre". Licenciada en ciencias de la educación mención Física y Matemáticas; por la Universidad Técnica de Manabí. Magíster en Educación Mención Innovación y Liderazgo Educativo; por la Universidad Técnica de Manabí.



#### **MSc. Miguel Ángel Cobeña Napa**

Docente a tiempo completo en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Pedernales impartiendo asignaturas en la Carrera de Educación Inicial. Cuenta con una Maestría en Innovación de Educación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Licenciatura en ciencias de la educación de la Universidad Laica Eloy Alfaro e Ingeniería en Informática Agropecuaria.



#### **PhD. Gladys Germania Salazar Olives**

Ingeniera Comercial. - Universidad Técnica de Manabí - Ecuador. Diplomado Superior en Educación Universitaria por Competencias. Universidad del Azuay Ecuador. Magíster en Gerencia Educativa. Universidad Estatal del Sur - Ecuador. Doctora (PhD) en Ciencias Sociales y Económicas (En Proceso de Formación). Universidad del Zulia (Venezuela).



#### **PhD. Lorena Monserrate Vélez López**

Ingeniera en Contabilidad Pública y Auditoría CPA. Contador Público Autorizado. Abogada de los Juzgados y Tribunales de la República del Ecuador. Magíster en Derecho Constitucional. Candidata a Doctora en Derecho Constitucional. Diplomado en Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario. Diplomado en Derecho Laboral y Derecho Constitucional. Capacitaciones en ámbitos sociales y legales. Autora y coautora de artículos científicos.