



INSTITUTO DE NEGOCIOS

“HUMANE

**“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL
CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE
IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE
PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA
EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO
2023”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN
OPCIÓN DE OBTENER EL TÍTULO DE
TÉCNICO SUPERIOR EN VENTAS**

MARIO MICHEL BURGOS REQUENA

GUAYAQUIL - ECUADOR

2022



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO: "PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO PARA EL AÑO 2023"

AUTOR: *Mario Michel Burgos Requena*

TUTOR: Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA

INSTITUCIÓN: Instituto de Negocios "HUMANE"

FACULTAD: Ventas

CARRERA: Técnico superior en ventas

FECHA DE PUBLICACIÓN: Noviembre de 2022

Nº DE PÁG:

ÁREA TEMÁTICA: Plan de negocios

PALABRAS CLAVE: Consumidores, envases retornables, medio ambiente, productos.

RESUMEN: Con este proyecto se busca ayudar a la empresa hacer más efectivos en los puntos de ventas, estableciendo una mejor rotación y llevando un mejor control de los envases, ya que esto va a permitir a la misma mejorar el servicio que ofrece y a su vez desarrollar una relación positiva entre los consumidores y la empresa, alcanzando un gran potencial de ventas, incentivando a los clientes para que tengan conciencia sobre el reciclaje ya que con los envases retornables pueden ayudar al medio ambiente.

Nº DE REGISTRO: V-EC-07-01

Nº DE CLASIFICACIÓN: V-EC-07-01

DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):

ADJUNTO PDF:

SI X

NO

**CONTACTO CON
AUTOR/ES:**

Teléfono:
0967760238

E-mail mburgos@es.humane.edu.ec

**CONTACTO EN LA
INSTITUCIÓN:**

Nombre: Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA

Teléfono: (04) 288 2710

Mail: cpazmino@humane.edu.ec

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por mi familia, mis amigos y mi gratificante vida. Es quien puso todo en mi camino, y yo sólo tengo que vivirlo. A mis padres Dora Requena y Neptali Burgos por su constante apoyo, a la Lcda. Erika Delgado Pinargote mi esposa por su apoyo incondicional en este proceso.

A la barra Boca del pozo, mis amigos gracias por motivarme cada día.

Gracias a todos por siempre estar conmigo apoyándome para lograr esta meta tan anhelada.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres que sin ellos esto no sería posible, a mis hermanos que siempre creyeron en mí, a mi madre por ser la fuerza infinita de amor y de esfuerzo, a mi padre por ser mi mentor, mi guía y mi mejor amigo, a mi esposa por apoyarme siempre en cada momento.

A mis amigos de la barra Boca del pozo.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Santiago de Guayaquil, Octubre de 2022

Yo, **Mario Michel Burgos Requena** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor al Instituto de Negocios “HUMANE”, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normatividad Institucional vigente.

Mario Michel Burgos Requena

C.I: 0950028183

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Santiago de Guayaquil, Octubre de 2022

Certifico que el trabajo titulado “Plan de ventas y concientización del consumo de formatos retornables que impacten positivamente al medio ambiente para la empresa Arca Continental, ubicada en la ciudad de Portoviejo para el año 2023” ha sido elaborado por **Mario Michel Burgos Requena** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA

RESUMEN EJECUTIVO

Arca Continental actualmente es una de las embotelladoras líder del mercado de consumo de bebidas, por lo tanto, es una empresa que basa su éxito en el logro de metas establecidas bajo una visión integral del negocio. Toda empresa siempre va a estar interesada en cómo aumentar sus ingresos y cómo verla en constante crecimiento, es por eso que con este proyecto se analizará la situación de mercado y se establecerán las acciones que se realizarán en el futuro, permitiendo un estudio de mercado que aporte la información requerida para llevar a cabo un correcto posicionamiento de los productos.

Es importante destacar que los inversionistas deben de aprovechar esta oportunidad de negocio porque la compañía mantiene una excelente participación de mercado, en el cual esto ha generado a través de los años ser el líder de varios refrescos como resultados de sus estrategias publicitarias, ha obtenido un incremento en sus ventas es por eso que mantiene un compromiso con sus colaboradores quienes están a la altura para ofrecer un buen servicio a sus clientes y consumidores, garantizando así la continuidad de la compañía y el suministro de los productos.

Este proyecto le permitirá a la empresa conocer sus necesidades, ya sea de un instrumento técnico, administrativo, financiero y de organización para su posicionamiento en el mercado a fin de lograr su crecimiento y desarrollo e innovación de los formatos retornables y mejorar la sustentabilidad del medio ambiente.

De esta manera se implementará soluciones que ayuden a la empresa a mejorar en el reciclaje de sus botellas PET, lo cual en la actualidad ha generado problemas con el medio ambiente. Será importante implementar un poco más la distribución de los envases retornables, para esto la empresa tiene que seguir avanzando con estrategias de crecimiento y liderazgo impulsados a la sostenibilidad de sus productos retornables, por

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

lo tanto, esto beneficiaría a la misma a impulsar el consumo ambiental responsable y por ende ayudará a proteger el medio ambiente con esto el consumidor no tan solo va a pensar en el momento cuando disfrute del producto, también en el antes y en el después.

En la actualidad, el consumidor es mucho más exigente debido a su necesidad de cambio, es decir, siempre busca adquirir productos y servicios innovadores o que tengan mayores beneficios. Es por esto que las empresas se encuentran en constante búsqueda de mejoras en sus procesos para poder cumplir con estas necesidades, pero para ello es importante que las empresas conozcan su Cadena de Suministros de inicio a fin, desde la información que recibe con el requerimiento por parte del cliente hasta que el producto y servicio llega a él.

El monto a invertir en este proyecto es de \$19.860, el tiempo en que se recuperará la inversión es de 2 años y la tasa interna de retorno es del 25%.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

ABSTRACT

Currently, human activities sometimes seriously harm the environment, through different kinds of pollution. The problem that there is a relationship of dependency between man and the environment, because the environment is what determines to a large extent the ways of life of each person. Currently, the incidence of polyethylene terephthalate (PET) intervenes in world social and economic development, since its usefulness and benefit generates a great impact on the consumer society, disfavoring the environment, directly affecting human beings and companies. that sell these products or beverages with PET bottles. Therefore, it generates a breach of corporate social responsibility that affects the environment.

The Coca-Cola Company is the main line of business of Arca Continental. In 2010, a strategic alliance was signed with Ecuador Bottling Company to together create sustained growth that allows multiplying the opportunities for value creation in Central and South America. In 2011 Arca and the Continental group join forces and form the Arca Continental Group. The company committed to reusing its bottles and cans as part of a series of initiatives recently taken to change its image, encouraging the use of returnable bottles in homes and restaurants, encouraging reuse and contributing to a solution to the recycling problem for achieve a (world without waste), having pollution prevention as a priority, and making constant efforts to lighten PET bottles, not only decreases the amount of plastic and energy used in packaging, but also impacts people that incorporate sustainable habits in their day to day.

This project seeks to help the company become more effective at the points of sale, establishing a better rotation and taking better control of the containers, since this will allow it to improve the service it offers and in turn develop a relationship between consumers and the company, reaching great sales potential, encouraging customers to become aware of recycling, since returnable packaging can help the environment.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

ÍNDICE GENERAL

Introducción.....	1
Capítulo I: Diseño de la investigación.	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.4. OBJETIVOS	5
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	5
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.6. MARCO REFERENCIAL.....	6
1.6.1. MARCO TEÓRICO	6 - 17
1.6.2 MARCO CONCEPTUAL.....	17 - 19
Capítulo II: Propuesta Comercial.	20
2.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA, ACTIVIDAD	21
2.2 VISIÓN, MISIÓN, VALORES, OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS. MODELO DE NEGOCIOS (CANVAS)	21- 23
2.3 ESTRATEGIA GENÉRICA, VENTAJAS COMPETITIVAS	25 -26
2.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: ORGANIGRAMA	27
2.5 PLAN DE MARKETING	27
2.5.1 CONTEXTO GENERAL DEL MERCADO: FACTORES CLAVE Y TAMAÑO	27 -28
2.5.2 PERFIL DEL CLIENTE: QUIÉN ES, DÓNDE ESTÁ, CÓMO CONSUME.....	27-28
2.5.3 ESTRATEGIA DE PRODUCTO	29
2.5.4 ESTRATEGIA DE PRECIO	29 -30
2.5.5 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	31
2.5.6 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	32
2.5.7 ESTRATEGIA DE PERSONAS	32
2.5.8 PROCESOS	33 -34
2.5.9 ESTRATEGIA DE EVIDENCIA FÍSICA	35 -36
2.6 PLAN DE ACCIÓN PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS	37 -41
Capítulo III: Análisis Financiero del Proyecto.	42
3.1 PRINCIPALES SUPUESTOS FINANCIEROS	43
3.2. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	44 -50
3.3. ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS	51 -53
3.3. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	53 -54
3.5. RATIOS FINANCIEROS	55
Conclusiones y Recomendaciones.....	Error! Bookmark not defined.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Conclusiones.....	57
Recomendaciones.....	Error! Bookmark not defined.

Introducción

Hoy en día las actividades humanas en ocasiones perjudican gravemente el medio ambiente, mediante distintas clases de contaminación. El problema que existe entre el hombre y el medio ambiente es una relación de dependencia en el cuál, el medio es el que determina en gran medida las formas de vida de cada persona. En la actualidad la incidencia del tereftalato de polietileno (PET) en el desarrollo social hace parte importante de la economía mundial, ya que su utilidad y beneficio, genera gran impacto en la sociedad de consumo, que es desfavorable para el medio ambiente, y que directamente afecta al mismo ser humano y a las empresas que comercializan estos productos o bebidas con botellas PET, generando un incumplimiento con la responsabilidad social empresarial con el medio ambiente.

The Coca-Cola Company es el giro principal de Arca continental, en el año 2010 se concretó una alianza estratégica con Ecuador Bottling Company para juntos crear un crecimiento sostenido que permita multiplicar las oportunidades de creación de valor en Centro y Sudamérica. En el año 2011 Arca y el grupo Continental, juntan sus esfuerzos y forman el Grupo Arca Continental. La compañía se comprometió a reutilizar sus botellas y latas en el marco de una serie de iniciativas tomadas recientemente para cambiar su imagen, incentivando el uso de botellas retornables en hogares y restaurantes, fomentando la reutilización y contribución a una solución en el problema del reciclaje para alcanzar un (mundo sin residuos), teniendo como prioridad la prevención de la contaminación, y realizando esfuerzos constantes de aligerar las botellas de PET, no solo se disminuye la cantidad de plástico y energía utilizados en los envases, sino que también impacta a las personas que incorporan hábitos sostenibles en su día a día.

Con este proyecto se busca ayudar a la empresa hacer más efectivos en los puntos de ventas, estableciendo una mejor rotación y llevando un mejor control de los envases, ya que esto va a permitir a la misma mejorar el servicio que ofrece y a su vez desarrollar una relación positiva entre los consumidores y la

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

empresa, alcanzando un gran potencial de ventas, incentivando a los clientes para que tengan conciencia sobre el reciclaje ya que con los envases retornables pueden ayudar al medio ambiente.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Capítulo 1: Diseño de la investigación.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

1.1 Planteamiento del problema

SINTOMA	CAUSA	PRONOSTICO	CONTROL DEL PRONOSTICO
Disminución del volumen de ventas.	Falta de estrategia comercial.	La disminución de las ventas, la falta de capacitación del personal, la desmotivación laboral, puede conducir a la mala planificación dentro de la empresa y esto impide maximizar la rentabilidad de un producto o servicio.	Sería ideal elaborar un plan de ventas y concientización del consumo de formatos retornables que impacten positivamente al medio ambiente.
Bajo nivel de recuperación de envase retornables.	Falta de gestión en la recuperación de los envases.		
Baja demanda en productos de envases retornables.	Desconocimiento de los beneficios de sustituir el plástico.		
Pérdida de cuota de mercado.	Falta de innovación y estrategia de marketing y publicidad.		

Tabla 1

Fuente: Elaboración propia

1.2 Formulación del problema.

¿Cuál sería el impacto de implementar un plan de ventas y concientización del consumo de formatos retornables que impacten positivamente al medio ambiente?

1.3 Sistematización del problema.

- ¿Cuál sería la incidencia de tener adecuadas estrategias de comercialización en el nivel de ventas?
- ¿Cuál sería el nuevo sistema de gestión para la recuperación de los envases?
- ¿Cuál sería el impacto de realizar campañas que indique los beneficios de sustituir el plástico?
- ¿Cuáles serían las estrategias de marketing y publicidad para aumentar la participación de mercado?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar el impacto de implementar un plan de ventas y concientización del consumo de formatos retornables que impacten positivamente al medio ambiente.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Determinar la incidencia de tener adecuadas estrategias de comercialización en el nivel de ventas.
- Elaborar un nuevo sistema de gestión para la recuperación de los envases.
- Realizar campañas que indique los beneficios de sustituir el plástico.
- Desarrollar las estrategias de marketing y publicidad para aumentar la participación de mercado.

1.5 Justificación de la Investigación

1.5.1 Justificación Práctica

La propuesta de mejora en el plan de ventas y concientización del consumo de formatos retornables consiste, en que el canal tradicional y los consumidores adquieran el hábito de reutilizar las botellas tereftalato de polietileno (PET) por las botellas retornables, logrando que el consumidor final retorne o lleve el envase al momento de realizar la compra para que no haya faltante del mismo. Teniendo en cuenta que se pretenderá reducir el impacto ambiental causado por la acumulación de residuos, proponiendo a los tenderos promover la cultura y concientización ambiental dentro de sus comunidades, colocando en las tiendas contenedores de reciclajes, esto ayudará a reducir la contaminación y a motivar a las personas a tomar acciones positivas del medio ambiente. De esta manera la empresa va a lograr un mayor vínculo con el consumidor y podrá hacerlos parte del proceso sobre la responsabilidad social, liderando programas de educación ambiental, controlando y minimizando la contaminación, y a su vez le permitirá a la compañía crear confianza y credibilidad, estableciendo una buena experiencia de compra ligado a sus estrategias de ventas. Finalmente, esta propuesta favorecerá a la compañía a incrementar las ventas en botellas retornables, logrando el objetivo de poder ejecutar su compromiso en alcanzar un #MundosinResiduos.

1.6 Marco referencial de la investigación

1.6.1 Marco Teórico

Estrategias de comercialización en las empresas

El comercio se inició a través de un sistema de trueque, intercambiando un bien material por un servicio.

Las estrategias de comercialización dentro de las empresas juegan un papel importante, permite alcanzar los objetivos previamente fijados, y a su vez ayuda a prestar la atención requerida a sus productos y servicios para aumentar las ventas y lograr una mejor participación en el mercado (Arechavaleta , 2015, pág. 25)

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Según (Jackson, 2011, pág. 45), conseguir un sistema que ayude establecer las recientes estrategias comerciales para que puedan lograr el éxito es una tarea difícil. Y afirma “Me conmuevo cuando pienso en que muchas estrategias comerciales que tienen éxito nunca pueden utilizar las mismas”

De acuerdo con (Vázquez, 2015, pág. 87), la única manera de garantizar la continuidad de cualquier empresa en el mercado actual, es mediante un establecimiento de la cultura encaminando a la constante descendencia estrategias de comercialización donde la causa de éxito sea la innovación.

Por otra parte, es importante las estrategias de comercialización porque esta ayuda aumentar la posibilidad para que los productos tengan mayor aceptación por parte del consumidor final.

Desarrollo de estrategias de comercialización

La estrategia de comercialización permite alcanzar determinados objetivos relacionados con la mercadotecnia, teniendo en cuenta que no es lo mismo ofrecer un servicio que vender un producto. Según (Quiroa, 2021, pág. 65) el desarrollo de una estrategia de mercado suele dividirse en 5 aspectos esenciales:

- Análisis del consumidor
- Desarrollo del producto
- Fijación de precios
- Branding
- Ventas y distribución

De acuerdo con (Kotler P. , 2017) en los últimos años el requerimiento que se les solicitaba a los consumidores en cuanto a precio y calidad, han llevado a las compañías a investigar un incremento de productividad por medio de la eficacia de sus procesos, logrando mejorar para evitar importantes pérdidas económicas

Ventaja competitiva de las estrategias de comercialización

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

La definición de ventaja competitiva fue desarrollada por Michael Porter en 1980. Según el, se puede considerar que “las empresas obtienen ventajas competitivas si su productividad es superior a la rentabilidad media que ejerce el sector industrial”.

Según (Roldán, 2018, pág. 15) La competitividad es la capacidad que posee las compañías o personas para establecer las ventajas competitivas permitiendo a dichas empresas lograr establecer un posicionamiento adecuado para adquirir una diferenciación a sus competidores.

Según (Porter, 1985, pág. 20) La ventaja competitiva es el valor que representa una empresa generando la confianza a los consumidores y por medio de esta pueda lograr ofrecer sus productos a un precio conveniente.

Importancia de las ventajas competitivas en las organizaciones

En la actualidad ser competitivos es vital para la supervivencia de las empresas. Como expresa (Poter, 2017) la importancia reside en el aumento de la productividad por medio del proceso y el uso de recursos, el saber administrarlos permitirá estar siempre dispuestos a garantizar de manera rápida la respuesta a la petición del mercado.

Ventas

Según (Ramos, 2017, pág. 54) a través del tiempo las ventas han sido una de las principales funciones de las empresas, con el pasar de los años se han realizado grandes cambios en el mercado aumentando la productividad en la comercialización de los bienes y servicios.

La venta proviene del latín vendīta, es la acción que se debe de enfocar en ofrecer los productos para generar ganancias, y es muy fundamental para el crecimiento de las empresas (Carrillo, 2010, pág. 36)

Estrategias para incrementar las ventas

Para las empresas implementar estrategias adecuadas en el mercado para incrementar las ventas es muy importante al momento de realizar un plan de

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

marketing de servicios, porque esta le ayudara a obtener el éxito empresarial y le permite mostrar los beneficios de la marca o del producto para los clientes potenciales. De acuerdo con (Peralta, 2015, pág. 38) en las empresas es importante planificar e implementar estrategias para aumentar y mejorar la excelencia del servicio al cliente, identificando sus deseos y necesidades, estableciendo las respuestas solucionando sus problemas mejorando el proceso de ventas.

De acuerdo con (Evans, 2005, pág. 74) el sistema es un conjunto de elementos de una organización que establece diversas funciones, implementando las mejores decisiones necesarias en los procesos y los procedimientos para lograr los objetivos. El sistema de gestión permite controlar, planificar y organizar las tareas de una empresa.

Según (Farrega, 2011, pág. 34) el sistema de gestión es un grupo de elementos que interactúan entre sí, implementando las políticas y objetivos con el fin de lograr las metas planteadas.

Caso de éxito: Empresa Nestlé

Nestlé comenzó sus operaciones en Ecuador en el año de 1964, el objetivo de la empresa es ofrecer al cliente la nutrición, salud y bienestar, que promueve una alimentación saludable y balanceada elaborando productos con alto valor nutricional de gran sabor y calidad. La compañía se centra básicamente en la innovación de productos, recetas y sistemas, las estrategias de ruta hacia el mercado, las actividades de venta en el campo y en las cadenas de suministro orientadas al cliente. Toda esta área se centra en deleitar a los consumidores, garantizando sus productos para que estén siempre disponibles.

Se espera lograr con este objetivo de investigación un adecuado desarrollo que permita implementar estrategias con el fin alcanzar los objetivos de la compañía ya que las estrategias ayudarán de manera positiva a los clientes y al posicionamiento de la marca en el mercado.

Envase

Desde hace un tiempo atrás, los envases son una vía de comunicación entre los productores y consumidores, ayudándolos ajustarse a los cambios que hay hoy en día, a su vez los envases son instrumentos de marketing muy efectiva que pueden ayudar a cumplir con las tareas y acciones de la empresa.

Para (León, 2013, pág. 12) el envase es un producto que logra estar fabricado en gran cantidad de materiales y sirve para poder distribuir y presentar las mercancías en diferentes fases de su proceso productivo o distribución de venta.

(Cervera, 2003, pág. 23) Indica que el envase es el recipiente que contiene una gran cantidad de materiales en los productos para el uso o consumo habitual, favoreciéndolo de las posibles alteraciones y acceso a la comercialización.

Tipos de envases

(Fernández, 2015, pág. 56) argumenta que los mercados cada vez son más competitivos y es importante poder atraer a los clientes con las diferentes herramientas para las marcas implementando envases con una excelente presentación. Según (González, 2014) existen tres tipos de envases:

- Envase primario: Está en contacto directo con el producto.
- Envase secundario: Sirve para embalar productos ya envueltos en envases primarios.
- Envase terciario: Ayuda a la protección y poder de manipulación a las mercancías envasadas.

El uso de los envases retornables y su impacto en el medio ambiente

En la actualidad muchas empresas han optado por implementar el uso de envases retornables como una solución de crear conciencia del impacto ambiental que producen las botellas tereftalato de polietileno (PET), es importante en las empresas realizar una correcta rotación de los formatos retornables porque esto ayudara a obtener un mejor incremento en las ventas.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Por otra parte, la botella retornable tiene un ciclo de vida útil mucho mayor, con la ventaja de poder volver rápidamente al mercado.

Hoy en día, el plástico - botellas tereftalato de polietileno (PET) son responsables en gran parte de la contaminación del medio ambiente (Kolb, 1999, pág. 18)

Para el autor (Hernández, 2010, pág. 38) los envases retornables de vidrio son seleccionadas a un proceso de lavado y desinfección, permitiendo garantizar un efecto germicida. Por otra parte, hay que tener en cuenta que las botellas retornables de plásticos pueden llegar a usarse 12 veces, mientras que las de vidrio puede dar 35 vueltas antes de salir de circulación.

Importancia de la recuperación de envases para la reutilización

Es importante que los envases retornen directamente al fabricante para que sea reutilizado. Para (Moreno, 2019, pág. 13) la recuperación y reutilización de envases actualmente es necesaria porque ayuda a disminuir las materias primas, puesto que establece la concientización a las empresas del impacto ambiental que el ser humano produce con su derroche, logrando adoptar medidas sostenibles para el medio ambiente.

Cabe mencionar que las reutilizaciones de los envases ayudan a convertirse en nuevos recursos, recuperando los que se desechan para que ninguno termine como residuo ni afecte al medio ambiente.

Caso de éxito: La empresa RIGK

La misión de la empresa es organizar la recuperación de envases y de plásticos a escala nacional, de manera rápida y conforme a la ley para el sector industrial y agrícola para conservar la naturaleza y fomentar una gestión responsable.

Esta empresa se dedica a la organización y fomento del reciclaje de plásticos en Chile, inicia sus actividades operativas en el año de 1992 con la implantación del sistema RIGK para envases de materiales de contenido no peligroso. El equipo RIGK desarrolla e implementa sistemas de recuperación y recolección innovadoras.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Con el paso del tiempo se han añadido otros sistemas de recuperación, las compañías para cumplir con los objetivos trabajan con tecnologías, optimizando continuamente con los procesos actuales y colaborando con los clientes y socios.

Lo que se espera lograr con el segundo objetivo de la investigación es: La implementación de un sistema de gestión que ayude asociar un valor a cada envase para que éste sea devuelto por el consumidor para su reciclaje, a su vez poder establecer políticas para determinar las necesidades y procesos, permitiendo lograr los objetivos y brindando a la compañía beneficios que con el tiempo conducirán a un negocio más sólido y rentables.

Origen del plástico y su vida útil

Hace más de 100 años se fabricó los primeros plásticos, actualmente su uso ha aumentado en forma continua, hasta convertirse en materiales insustituibles en la sociedad actual. La mayoría de los plásticos utilizados actualmente se fabrican a partir del procesamiento de combustibles fósiles, petróleo y/o directamente del gas natural. Una botella tiene unos cuantos meses de vida útil. Si termina en un relleno sanitario o tiraderos clandestino tardará entre 450 y 700 años en descomponerse. De acuerdo con (Gómez, 1997, pág. 20) los plásticos es un producto natural que se establece en la industria, por medio de reacciones químicas. El uso de este material genera preocupaciones ambientales.

Según (Avi, 2012, pág. 37) el periodo de degradación del plástico es de 150 años. Las bolsas de plástico, fabricadas con polietileno de baja densidad, tardan más de un siglo en descomponerse. Teniendo en cuenta que las botellas de plástico pueden demorar en degradarse hasta 1000 años si permanecen enterradas.

Uso del plástico y sus consecuencias

El plástico es uno de los residuos más contaminantes y frecuentes del ambiente, su uso en la actualidad sigue creciendo y este se ha convertido en algo normal en la vida cotidiana de los seres humanos, generando consecuencias en entornos naturales que generan en el medio ambiente y en la supervivencia de

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

las especies. Citando a (Botero, 2018, pág. 14) la permanencia de los plásticos en la naturaleza ocasiona riesgos para el ser humano y la fauna salvaje, ocasionando impactos y consecuencias de una amenaza global.

Según (Huelva, 2022, pág. 22) los plásticos de un solo uso producen inundaciones en las alcantarillas, ocasionando la obstaculicen del agua de las lluvias.

Impacto del plástico en el medio ambiente

Uno de los impactos que presentan las botellas PET, es el desplazamiento de las aves y variación de los ecosistemas que se presentan en los humedales por invasiones de su habita, por tal motivo es importante considerar la función que cumplen los humedales como controlar y evitar inundaciones, deteniendo sentimientos y nutrientes (Tabilo, 1999, pág. 30). El aumento de restos plásticos en los océanos está directamente relacionado con el consumo y falta de concientización de la población.

Según (Martínez, 2017, pág. 37) En definitiva, los plásticos hoy en día es una de las amenazas más peligrosas del medio ambiente marino, existen muchos cambios en la faz del planeta en los últimos tiempo la abundancia de desechos plásticos es uno de los más dramáticos y destacables.

La reutilización del plástico

Una vez que el producto ha cumplido su función principal, debe ser utilizado en una nueva forma y esto incluye y requiere información adicional, capacitación, habilidades y creatividad, convirtiéndolo así en productos (Lara, 2008, pág. 89)

(Bilbao, 2004, pág. 45) refiere que las dificultades que presenta la reutilización directa de los residuos, despiertan el interés por su valorización, debido a su creciente uso, elevados costos y por los problemas actuales de eliminación que presentan. Estos aspectos son más pronunciados específicamente en los plásticos no reutilizables como los envases y embalajes para alimentos.

Caso de éxito: McDonald's

McDonald's fue la primera empresa de restauración organizada en instalar papeleros de reciclado en los salones de sus restaurantes, como estrategia de reciclaje realizó un programa para eliminar, minimizar el plástico y fomentar el reciclaje. El plan incluye la retirada de las tapas de Mcfurry (tapas de helado) en todos los países europeos en los que opera McDonald's y la implantación de una nueva tapa a base de fibra (hechas de fuentes sostenibles certificadas al 100%) y de materiales reciclables. Además de eliminar el plástico y cambiar a materiales más sostenibles. McDonald's también se centra en hacer que los envases que utiliza sean más fáciles de reciclar y reutilizar.

Con este objetivo se espera lograr una correcta gestión para eliminar los residuos que causan problemas con el medio ambiente, aplicando medidas que ayuden a la empresa a implementar el compromiso de responsabilidad social corporativa, contribuyendo a disminuir el daño que sufre el medio ambiente y el planeta.

Evolución de las estrategias de marketing

Según (Palacio, 2014, pág. 14) el marketing es una parte importante en la estructura de la administración en una empresa moderna. Nacido en Estados Unidos a principios del siglo XX, con inmensas raíces que conlleva el pensamiento europeo de los siglos XVIII y XIX, el marketing en la actualidad ha evolucionado en las compañías y a su vez estas requieren de conexión con las redes sociales.

Por otra parte el autor (Enriquez, 2013, pág. 74) menciona que en la actualidad la evolución del marketing ha surgido considerablemente desde sus inicios, el neuromarketing plantea conceptos como la economía emocional que proporciona todas las ciencias sociales.

Según (Gary, 2004, pág. 16) el marketing es un proceso social donde los grupos e individuos logran lo que necesitan y desean, y a su vez crean y ofrecen el intercambio de productos de valor con sus semejantes, lo cual es esencial cuando compiten en el mercado.

Estrategias de marketing

Citando a (Guerrero, 2019, pág. 32) la estrategia de marketing se refiere a un conjunto de decisiones, logrando múltiples objetivos y recursos que se utilizan de mejor manera posible para aumentar las ventas en el mercado. Con la estrategia de posicionamiento permite a las empresas determinar el interés de los clientes por los productos, para que el negocio se posicione respecto a los consumidores es importante usar diferentes estrategias de marketing.

Por otra parte, las estrategias de marketing parten de la base de los objetivos, las mismas que están siendo forzadas en adoptar nuevas estrategias de marketing a medida que la tecnología avanza.

La importancia de la implementación de estrategias de marketing en las empresas

Según (Thompson, 2012, pág. 65) hoy en día en las empresas es importante que adquieran conocimientos de la implementación de un plan estratégico de marketing, teniendo en cuenta que las mismas ayudan a los directivos en las tomas de decisiones, detectando los errores y los lineamientos para poder corregirlos.

Una de las ventajas de establecer estrategias de marketing es que permite controlar y evaluar a la empresa en su conjunto.

Según (Cardona, 2017, pág. 14) es fundamental que las empresas desarrollen estrategias para obtener conocimientos de la competencia en el mercado, las mismas que dependerán del éxito de su gestión.

La publicidad y su importancia

Según (Stanton, Fundamentos de Marketing, 2007, pág. 13) la publicidad son las comunicaciones impersonales pagadas por un patrocinador claramente identificado que ayuda a promover una idea, organización o producto. Los medios publicitarios más habituales son la televisión y la radio, así como los medios impresos (periódicos y revistas). Sin embargo, existen muchos otros

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

medios publicitarios, desde vallas publicitarias hasta camisetas impresas y en fechas más recientes el internet.

Toda pequeña y mediana empresa necesita una buena estrategia publicitaria para posicionarse en el mercado. Estas estrategias se enfocan en encontrar ideas para vender productos o servicios. La publicidad ya no es opcional para los negocios y se ha vuelto necesaria a la hora de competir en el mercado.

Estrategias de publicidad para aumentar la participación de mercado

La participación de mercado en las empresas es una medida que da como resultado el porcentaje de éxito y comercialización de la empresa frente a sus competidores en el mercado. Es una medida necesaria que permite aumentar las ventas de las empresas.

Según, (Abascal, 2006, pág. 74) las estrategias de publicidad, también conocidas como estrategias de marketing o estrategias comerciales, consiste en las acciones realizadas para lograr un objetivo relacionado con el marketing.

Caso de éxitos: Cervecería Nacional

Cervecería Nacional es una de las principales empresas ecuatorianas, opera desde hace más de 130 años como una de las empresas más importantes a nivel local. La empresa ha optado por realizar estrategias de publicidad en redes sociales, las estrategias de Pilsener se fundamentan en el Marketing de Contenidos. Cervecería Nacional conoce a la perfección el objetivo de su mercado. Por tanto, tiene muy claro aquello que es relevante y valioso para su público. En este caso, Pilsener tiene un ejército de dependientes los cuales crean videoclips, hacen fotos, actualizan estados y administran cuentas. Ciertamente, Pilsener aprovecha el hecho de ser una Lovemark, siempre promoviendo la unión nacional a través de la celebración. En Ecuador, el deporte rey es el fútbol y Pilsener lo sabe muy bien. Utiliza Twitter para difundir rápidamente su contenido y vincularse con todos los equipos, es muy activa con una frecuencia promedio de 5 tweets por día.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Lo que se espera lograr con el segundo objetivo de la investigación es: Ayudar a elevar la audiencia y convertir a las personas interesadas en clientes potenciales de una manera beneficiosa, realizando contenido relevante con diseños innovadores para la audiencia ya que es la clave para aumentar la presencia de la marca en los medios digitales.

1.6.2 Marco conceptual

Administración

Según (Castro, 2001, pág. 15) la administración una de las actividades humanas más importantes son todas las funciones o procesos básicos que sirven para planificar, organizar, dirigir los recursos con los que cuenta una persona, empresa, negocio u organización. Es decir, es la rama de la ciencia que estudia las organizaciones y constituye una disciplina.

Comercialización

Según (Arellano, 2004, pág. 45) La comercialización se define como un conjunto de actividades que permite dar a conocer los productos que la empresa va a comercializar al consumidor final. Por otra parte, la comercialización se encarga de diferentes actividades dentro del área de marketing, Permite realizar actividades para facilitar la venta y asegurar que el producto final llegue al consumidor.

Competencia

Según (Ruiz, 2010, pág. 19) la competencia es la capacidad multidimensional para realizar actividades satisfactoriamente. Incluye el conocimiento técnico específico y las habilidades para hacer el trabajo con éxito. La competencia incluye la capacidad para hacer frente a lo incierto y a lo irregular en la situación de trabajo. Es una situación en la que hay innumerables compradores y vendedores tratando de maximizar sus ganancias o satisfacción.

Innovación

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Para el autor (JOHNSTON, 1974, pág. 65) la innovación como una de las causas del desarrollo económico, como un proceso de transformación económica, social y cultural, y la definió como: la introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, la aparición de nuevos métodos de producción y transporte, la realización de la apertura de nuevos mercados, la creación de nuevas fuentes de suministro de materias primas, un cambio de organización en el proceso de gestión.

Mercadotecnia

Según (Peñafiel, 2020) el marketing le permite a las empresas lograr el crecimiento y rentabilidad de sus operaciones, para esto deberán conocer sus fortalezas y debilidades para permitirles estudiar las oportunidades que pueden surgir como consecuencia de la estrategia de marketing, teniendo en cuenta que todas las empresas compiten por obtener ganancias.

Medios digitales

Según (Contreras, 2017, pág. 15) los medios de digitales proporcionan a las personas fuentes de información actualizadas permitiendo a los usuarios conectarse y estar informaciones de los acontecimientos que suceden en su entorno. A su vez son los medios digitales son el espacio en el que se produce la comunicación y el intercambio de información entre usuarios y productores de contenidos digitales, ya sean empresas o sitios de noticias.

Reciclaje

Según (Barreto, 2018, pág. 16) es el proceso mediante el cual los residuos son recuperados y se transforman a materia prima para producir nuevos productos. El reciclaje puede incluir varias etapas: Proceso de tecnología, limpieza, transformación industrial, separación, recolección selectiva, reutilización, conversión y comercialización. Se puede reciclar total o parcialmente, según la situación.

Plan estratégico de marketing

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Según (Fred, 1997, pág. 14) es un plan que contiene una serie de pasos o diferentes métodos para lograr los objetivos y propósitos que plantea la empresa. El proceso para diseñar un plan se lo conoce como planeación, este consiste en establecer los objetivos que tienen que tener en cuenta para alcanzarlo. Es un proceso que permite estructurar técnicas de mercadotecnia para organizar acciones.

Producto

Según (Stanton, 2007, pág. 45) el producto es “un conjunto de atributos tangibles e intangibles que incluyen empaque, color, precio, calidad y marca, así como los servicios y la reputación del vendedor; un producto puede ser un bien de bienes, servicios, lugares, personas o la flexibilidad y adaptabilidad de los trabajadores. Es el resultado que se obtiene del proceso de producción dentro de una empresa.

Productividad

Según (Martínez, 2005, pág. 25) la productividad puede definirse como la relación entre los resultados y el tiempo que lleva conseguirlos. Es el proceso de producción, permite saber lo que produce un trabajador en una hora, en un día o incluso en un mes. El objetivo de la productividad es medir la eficiencia productiva de cada trabajador o recurso utilizado, la productividad es una medida económica que calcula la cantidad de bienes y servicios producidos por cada trabajador.

Capítulo 2: Propuesta comercial.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Descripción de la empresa

La empresa The Coca-Cola Company fue creada en el año de 1886, su objetivo es ofrecer al mercado productos de calidad y lograr satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores.

Actualmente es la compañía de bebidas más grande del mundo, se dedica a la producción, distribución y venta de bebidas no carbonatadas, con el fin de ofrecer productos de alta gama con presentaciones retornables a precios accesibles, logrando posicionarse en el mercado y obteniendo un liderazgo, innovación y satisfacción de los consumidores. La compañía tiene líneas diferentes productos en las cuales se encuentran productos de bebidas gaseosas, agua, deportivas y energéticas, lácteos y bebidas a base de proteína vegetal.

El proyecto consiste en elaborar un plan de ventas que permita desarrollar estrategias que ayuden a la empresa a mejorar la rentabilidad en sus puntos de ventas, con la finalidad de que sus clientes adquieran sus productos con más frecuencia, por lo tanto, esto le ayudará a la empresa a cumplir con sus objetivos.

Se buscará implementar una solución al retorno y control de los envases de una manera más eficiente, a su vez con este proyecto se espera lograr que la empresa establezca un plan de reciclaje en los negocios para incentivar a los clientes y consumidores a que se sumen a #UnMundossinResiduos y ayuden al medio ambiente.

Visión

Sumar líderes en todas las ocasiones de consumo de bebidas y alimentos en los mercados donde participamos, de forma rentable y sustentable.

Misión

Generar el máximo valor para los clientes, colaboradores, comunidades y accionistas, satisfaciendo en todo momento y con excelencia las expectativas de nuestros consumidores.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Valores

- Orientación al cliente y vocación de servicio: Permite a la empresa establecer un mejor asesoramiento a sus clientes, permitiendo un mejor servicio y un cierre de ventas agradable.
- Integridad sustentada en respeto y justicia: Ayuda a determinar decisiones y comportamientos adecuados dentro de las empresas para así poder construir una organización estable.
- Desarrollo integral de capital humano: Es importante porque permite una productividad de los trabajadores en función de su experiencia laboral y de su formación.
- Sustentabilidad y responsabilidad social: Permite tener un negocio con sustentabilidad a largo plazo.
- Liderazgo: Organización y capacidad para gestionar los recursos.

Objetivo General

Incrementar las ventas para obtener una mejor rentabilidad de los formatos retornables, que permitan establecer un eficaz control y recuperación de los envases.

Objetivos Específicos

- Incentivar un 35% al canal tradicional con premios o descuentos para lograr su fidelización y obtener mayor incremento en las ventas cada 6 meses.
- Incrementar el número de ventas en un 10% a través de 3 nuevas técnicas al finalizar el año 2024.
- Aumentar el 35% de la participación en el mercado de los productos a través de publicidades innovadoras anualmente.
- Recuperar al menos el 50% de los envases semanalmente.
- Implementar una gestión del control del 70% de los envases que permita mejorar la rotación de los formatos retornables al finalizar el año 2025.

Canvas

“PLAN DE VENTAS Y CONCIERTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Aliados Clave -Arca Continental -IMER -PET STAR -ACCIONISTAS INSTITUCIONALES DE LA EMPRESA	Actividades Clave -Producción del producto: envasado, producción de la bebida -Preocupación del cliente mediante módulos de atención vía telefónica e internet -Información al cliente -Diseño de los envases Embotellado Etiquetado Distribución	Propuesta de Valor Coca-Cola ofrece una alta gama de alternativas, en el cual su objetivo es satisfacer las necesidades de los consumidores brindando productos de calidad para todas las edades, dichos productos son elaborados con fórmulas originales que le han permitido ser parte de su éxito hasta en la actualidad, y sus precios son accesibles para los clientes.	Relación con el Cliente -Visitas presenciales -Vía telefónica -Publicidad mediante las redes sociales	Segmentos de Clientes -Personas de todas las edades. -Tiendas de abarrotes, restaurant y hoteles. -Nivel socioeconómico medio y alto.
	Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> • Fabricas • Empleados • • Capital empresarial • Vehículos • Posicionamiento de la marca 		Canales De forma directa: <ul style="list-style-type: none"> - La preventa - Auto venta - Supermercados De manera indirecta <ul style="list-style-type: none"> - Mayoristas - Tiendas, autoservicios, etc. 	
Estructura de Costes -El marketing y publicidad -Sueldo de los trabajadores -Distribución -Impuestos y mantenimiento de equipos		Estructura de Ingresos -Venta de productos -Asociaciones estratégicas con los distribuidores.		

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla N°2

Fuente: Elaboración propia

Propuesta de valor

Ofrecer una variedad de productos de calidad que permitan satisfacer las necesidades de los consumidores para todas las edades, elaborados con fórmulas originales que le han permitido ser parte de su éxito. Uno de los productos de éxito de la marca son las ventas de las colas, los productos de coca cola son comercializados a nivel mundial en tiendas, restaurantes, hoteles, y sus precios son accesibles para los clientes.

Segmento del cliente

El segmento del cliente al cual está dirigido la propuesta de valor, está enfocado en personas socioeconómicamente de nivel medio y alto, debido a la calidad de los productos y prestigio de la marca, optando siempre por mejorar el proceso de innovación en dichos productos. Las personas que consumen los productos oscilan en un rango de edad entre los 18 y 70 años ubicadas principalmente en la ciudad de Guayaquil y posteriormente en todo el país.

Canales de comunicación/distribución

Las ventas de los productos se realizarán de manera directa e indirecta, estos tipos de ventas se consideran desde el punto de vista del fabricante, se visitará a los clientes en sus locales (tiendas / supermercados/ mayoristas) por los pre vendedores de la empresa con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y que los mismos adquieran la compra de los productos y a su vez permitiéndole a la empresa aumentar el volumen de sus ventas.

Relación con el cliente

La relación con el cliente permitirá especificar como se va adquirir, retener y hacer crecer la cartera de clientes y se realizará principalmente de manera presencial las visitas en sus tiendas o locales, vía telefónica, mediante un trato amable, y realizando publicidades en las redes sociales para cubrir sus necesidades de manera eficaz y ofreciéndoles productos que ayuden a reducir el medio ambiente.

Fuentes de ingresos

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Los ingresos es uno de los factores más importantes que componen un modelo de negocio, estos ingresos se realizarán en base a las ventas de los productos que la empresa ofrece a sus clientes, visitando sus locales o tiendas de manera presencial o por medio de vía telefónica. Permitiendo que sus distribuidores adquieran sus productos con mayor frecuencia y con descuentos.

Recursos clave

Entre los recursos claves se encuentran los recursos físicos, que en este caso vienen dados por las instalaciones de la empresa y las fábricas que pertenecen a la misma. Por otra parte, disponen de espacios e instalaciones adecuadas que permiten elaborar los productos de una manera más eficaz y efectiva, con la ayuda de sus empleados y la disponibilidad que ejercen en el trabajo que les correspondan realizar. La idea principal es lograr que los clientes se sientan satisfechos con la calidad de los productos elaborados por la empresa.

Principalmente será la revisión constante del cumplimiento de cada tarea que los empleados deben de realizar en cada proceso como lo es la producción del producto, envasado y producción de bebida, diseño de los envases, embotellado, etiquetado y distribución. Con esta revisión se logrará que los clientes adquieran los productos de una manera eficaz y de alta gama. Así mismo para eso es necesario solicitar al cliente de manera presencial o por vía telefónica la información correcta de los productos a la venta y sus descuentos.

Socios clave

Dentro de los socios o aliados claves se encuentran las empresas de reciclaje como IMER y PET STAR. Son empresas aliadas a Coca – Cola que les ayuda a contribuir con el medio ambiente, utilizando plástico reciclado para producir a través de la resina reciclada la fabricación de nuevos envases. Para reducir el impacto ambiental de sus operaciones la empresa ha promovido durante muchos años una cultura de manejo de residuos en todos los países donde opera y a través de toda su cadena de valor.

Estructura de costos

Mantener las finanzas de un negocio es clave para evitar sorpresas desagradables en el futuro, es por eso que la estructura de costos tendrá

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

un componente fijo que ayudará principalmente por gastos de publicidad, remuneraciones del personal, la distribución de los productos. A su vez se incluye los gastos anuales de permisos de funcionamientos e impuestos. Se implementará gastos por mantenimiento de equipos para garantizar el buen funcionamiento y rendimiento de las mismas.

Estrategia genérica

Diferenciación: La empresa Coca cola busca brindar una mejor experiencia en sus productos, en el transcurso del tiempo ha generado posicionamiento en el mercado, llegando a sus clientes con productos innovadores sobre la bebida original, buscando promover los productos de bajas y sin calorías, brindando el mismo nivel de visibilidad y accesibilidad que la Coca – Cola original, es fundamental en el camino que la empresa ofrezca más opciones de productos a los consumidores.

Por lo tanto, los productos que elabora la empresa se considera que es para todo el mundo, desde el principio hasta el final la compañía mantiene un exhaustivo control de toda la cadena de suministro, permitiendo ofrecer a los consumidores productos de buena calidad con el fin de garantizar el cumplimiento de las obligaciones adquiridas por los proveedores.

Ventajas competitivas

- **Posicionamiento de la marca:** Coca - Cola es una de las compañías de refrescos más grandes del mundo y no es casualidad que sea una de las marcas con una de las posiciones más fuertes, estableciendo una diferenciación basada en la percepción de calidad superior del producto. Por lo tanto, si la marca no ofrece nada diferente, los consumidores no tendrán motivos para elegirla frente a otros competidores.
- **Desarrollo sostenible:** Es una ventaja competitiva porque el desarrollo sostenible es un pilar importante en la compañía, en el cual permite desarrollar programas y asegurar la creación del valor social y económico impulsando la calidad de vida de los empleados, y permitiendo cumplir con la misión de crear una transformación positiva en las comunidades en el que la empresa opera, siempre basados en técnicas y valores que son únicos.
- **Consumo responsable:** Se considera que el consumo responsable es primordial para la compañía y es un aspecto fundamental para contribuir y mantener una buena relación con los clientes. Es importante aplicar esta ventaja porque evita los desechos de

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

recursos naturales y ayuda a reducir el consumo innecesario puede mejorar la calidad de vida del planeta y el equilibrio medioambiental.

ORGANIGRAMA

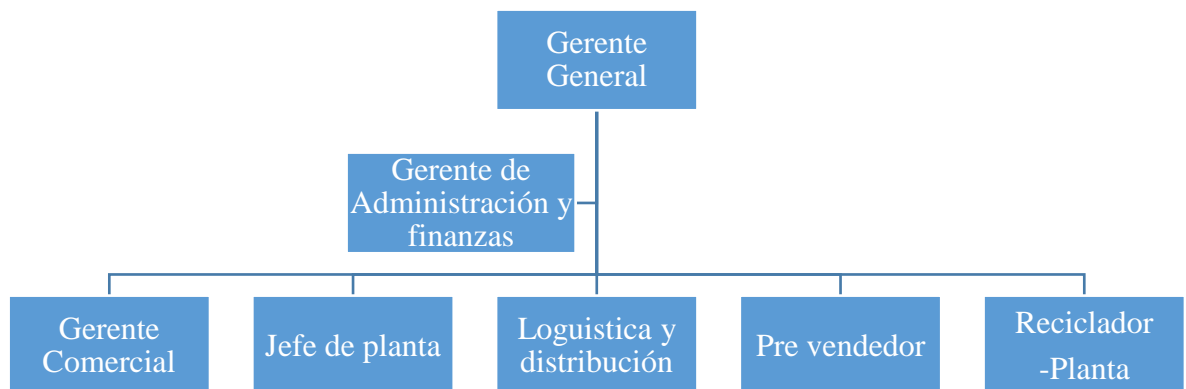


Gráfico N°1

Fuente: Elaboración propia

Plan de marketing

Contexto general del mercado

El mercado de las bebidas gaseosas es muy competitivo, lo que permite a los consumidores obtener varias opciones de compra. Actualmente las marcas que distribuyen bebidas gaseosas son Coca – Cola, Pepsi, y Big cola. El portafolio de productos varía en cada compañía, en Coca – Cola se encuentran disponibles opciones con menos calorías, bajas en calorías y sin calorías, estas marcas incluyen a Coca-Cola Zero, Fanta, Sprite, Dasani, Powerade, Del Valle. En Pepsi los productos que ofrecen al mercado son Pepsi, Diet Pepsi, Gatorade, y 7UP entre otros. Por otra parte, Big cola ofrece productos como KR, Kola real, sabor de oro, Plus Kola, Big Cola, y agua natural cielo. Estos productos se distribuyen en hoteles, restaurantes, tiendas, instituciones, supermercados etc, con diferentes tamaños de presentación las más comunes son la personal y de 1lt.

Actualmente el mercado es liderado por la empresa Coca – Cola. La compañía se ha convertido en una marca conocida en todo el mundo, con una amplia gama de productos, así mismo es una de las compañías que tiene presencia en prácticamente todos los mercados posibles en el que se puede imaginar. Entre los factores claves que se encuentran dentro de la compañía son, la fórmula secreta del producto, calidad en el punto de venta, y precio fijo de los productos, los factores claves son fundamental

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

para el éxito de las empresas, por lo tanto, son de gran importancia y a su vez les permite alcanzar los objetivos que se ha trazado y lograr distinguir las empresas de competencia haciéndola única.

Los formatos retornables han ido implementándose de a poco en el mercado, los envases reutilizables son una de las formas más efectivas de disminuir los residuos. Como una solución para promover la contaminación del medio ambiente, es por esto que se ha optado por implementar en los productos envases retornables, con el fin de incentivar a los clientes a comprar dichos productos para reducir el plástico y el medio ambiente, actualmente el mercado se encuentra muy contraído por la competencia.

Para que exista un correcto comportamiento del consumidor es necesario cuidar al cliente, emitiendo mensajes claros, concisos y directos, que transmitan la información necesaria que tienen que conocer, aplicando un estudio previo de conductas y las ideologías del nicho del mercado, que permita ponerse en la posición del consumidor para entender las preferencias de comunicación y los canales que debe ser comunicado el mensaje.

Las tiendas y almacenes son comercios en el cual es difícil competir porque pueden ofrecer precios más bajos y el cliente opta por buscar dichos precios. En cuestiones de ventas, sus proveedores les dan precios más económicos por la cantidad de productos que ellos venden. Por otra parte, al momento de realizar las visitas por los pre vendedores, los clientes no saben estar conforme con el nivel de ganancia y precios de los productos, ya que los precios que se les ofrecen son muy altos y las ganancias son mínima y por ende obtienen poca margen de utilidad.

Perfil del cliente

Los clientes de la compañía son personas de todas las edades que desean pasar un buen momento solo o acompañado al momento de adquirir los productos, sin embargo cabe destacar que la población a la que se dirige con más consistencia son los adolescentes, adultos jóvenes y mayores de edad. Las bebidas gaseosas se consumen en todo el mundo, su gran consumo se debe principalmente a las inmensas campañas promocionales que las industrias imponen en la sociedad.

Es importante investigar al consumidor para conocer sus gustos y preferencias, estilo de vida y características. Cabe recalcar que los clientes se encuentran en tiendas de conveniencia como restaurantes, bares,

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

cafeterías, supermercados, etc. Uno de los objetivos es satisfacer sus necesidades a través de una innovación constante de productos e impecable ejecución en el punto de venta. El consumo de estos productos se puede realizar dependiendo del momento, ya sea en una fiesta, reunión familiar etc.

Marketing Mix

Estrategia de producto

Es importante para una compañía implementar estrategias de marketing para asumir los retos del entorno competitivo. Una de las mejores estrategias es la del producto, su objetivo es poner el producto o servicio en el lugar adecuado, al alcance del consumidor ofreciendo productos de innovación, este factor siempre ha sido fundamental en el crecimiento de Coca – Cola. La innovación permite lograr los objetivos establecidos, ofreciendo los productos para todos los gustos y todos los estilos de vida.

Para implementar la estrategia de producto, uno de los aspectos más importantes es el análisis del consumidor. Actualmente las personas ya no solo buscan el mejor producto o servicio, quieren que las empresas los escuchen y atiendan en todas sus peticiones, esperando que les ayude a solucionar los problemas o inconvenientes que pueden atravesar al momento de adquirir algún producto, es importante que las empresas se actualicen constantemente para así ofrecer un servicio de calidad.

El producto final es el enlace de contacto que la compañía utiliza para llegar a sus clientes, por lo tanto, es importante implementar estrategias antes de lanzar los productos al mercado. Tener un camino bien definido facilitará la toma de decisiones estratégicas y evitará pérdidas de tiempo y dinero por un mal enfoque de la compañía. Hoy en día, los consumidores buscan marcas que los entiendan y les permita satisfacer sus necesidades.

Uno de los productos más solicitados por los consumidores es la bebida de cola, es un refresco azucarado de color marrón, oscuro, negro debido al caramelo de su composición, es una bebida elaborada con agua carbonatada, edulcorantes naturales, acidulantes, colorantes, antioxidantes, estabilizadores de acidez y conservadores. Muchas personas están dispuestas a pagar un precio más alto por un producto que excede sus necesidades básicas.

Estrategia de precios

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

El precio es una de las variables más importantes de un producto o servicio que una compañía puede determinar. Una buena estrategia de precios puede traer muchos beneficios a una empresa, y una estrategia no adecuada puede causar un gran daño a las ventas y la marca. Uno de los objetivos es incrementar el volumen de ventas, es por ello que se debe implementar estrategias que ayuden a incentivar a los clientes al momento de realizar sus compras, la promoción y descuentos de ventas cada vez que se inicia, debe ser una acción esporádica, limitada en el tiempo, esto no impide que una promoción que haya tenido éxito, pueda repetirse.

Los precios pueden variar de un mínimo aun máximo, depende de su posición en la cadena de distribución. Además, el precio puede cambiar según la etapa del ciclo de vida del producto, y por lo tanto es donde la estrategia de precios entra a jugar un papel importante. Los productos de Coca – Cola, suelen tener un precio por debajo, por encima o igual a los precios de sus competidores.

Una de las promociones que se establece es la promoción de 1 caja que vienen 10 botellas de mil 250 ml + 6 botellas de 300ml PET con un valor de USD \$7.35. Uno de los descuentos que ofrece la compañía es el de “Destapa y gana”, en el cual se les ofrece a los clientes reunir 5 tapas amarillas + 1 envase retornable, llevan gratis 1 retornable de regalo. En los descuentos que se le ofrece al mercado se encuentran los combos, por ejemplo, un combo de 22 botellas, que incluyen 6 botellas de vidrio de 250 ml, 6 botellas de 750 ml, 5 botellas de dos litros retornables y seis botellas de un litro desechables aun un precio fijo de USD \$18,75 y el precio de descuento es de USD \$15.50. Por lo tanto, se sugiere el cambio del valor de la cola mil 250 ml a USD \$0.75 ctvs.

A continuación, se detallará los precios de las cajas de colas.

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO
1 caja	1 lt. PET no retornable	\$10.70
1 caja	750 ml. retornable	\$5.24
1 caja	mil 250 ml. retornable	\$6.97

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

1 caja	300 ml. retornable	\$5.26
1 caja	2.000 ml. PET retornable	\$12.05

Tabla 4 Precios de las cajas de colas

Fuente: Elaboración propia

Estrategia de distribución

La estrategia de distribución permite definir los puntos claves de ventas, en función de los clientes que los atenderá y el tipo de productos que se venderá. Además de especificar como se realizará el envío y cómo será la manipulación de los productos. La distribución y selección de puntos de ventas para los productos o servicios es un punto fundamental en el crecimiento de los negocios. Saber cómo llegara los productos al consumidor final es una parte esencial en el proceso de venta, por lo tanto, es importante elegir la opción adecuada que más convenga.

Las distribuciones de los productos se envían directamente desde la fábrica, a través de los camiones de la empresa, lo que permite que el producto sea transportado a la ciudad y a los respectivos negocios, tiendas de autoservicios, o grandes supermercados, luego de que los productos sean entregados a los tenderos serán adquiridos por los consumidores. La prioridad de la distribución es que los productos de coca cola lleguen al alcance del consumidor final.

Una de las ventajas es que el producto es reconocido por millones de personas y empresas de autoservicios porque lo que tiende a que la demanda sea mayor en pedidos para su venta. La compañía cuenta con sus camiones para realizar las entregas de los productos a los diferentes establecimientos y en algunos casos las personas optan por ir ellos directamente a la bodega a buscarlos.

Actualmente se elaboran productos con una cobertura a nivel mundial ya que los productos son reconocidos, al ser productos con mucha demanda se lleva un control de entrada y salida directamente con la planta y al entregar los productos a los clientes, ellos designaran el costo del mismo para identificar el valor de venta.

Estrategia de promoción

Las estrategias de promoción es una de las principales herramientas de las que dispone el marketing para promocionar los productos o servicios. Estas estrategias pueden crear necesidades de compra en los usuarios e incluso ayuda a lograr posicionarse la marca en el mercado. Los principales objetivos de marketing del proyecto se basan en poder satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de los clientes.

Por lo tanto, con este proyecto se espera lograr una integración de diferentes tecnologías de publicidad y marketing en el cual, permitirá llegar a mas tenderos y consumidores. La clave de la marca es esencial para mantener una base que permita conseguir más consumidores y la participación en el mercado. De esta manera se podrá trabajar para lograr tener éxito y lograr las metas establecidas. Se implementará estrategias que permita establecer los siguientes canales promocionales como la televisión y vallas publicitarias.

La televisión ocuparía el primer lugar en las estrategias de promoción, ya que es un medio eficaz para promocionar una marca y llegar a una gran audiencia, e incluye anuncios dirigidos que captan la atención del usuario. El anuncio suele tener una duración de 20 segundos y busca la atención de los usuarios mediante el impacto visual. Así mismo, se realizará promociones que impacten a los consumidores de una manera positiva ayudando a disminuir los residuos del medio ambiente.

Uno de los objetivos que se espera lograr es la eliminación de las botellas PET en las promociones, se ofrecerá a los tenderos la compra de los productos en envases retornables para que los consumidores al momento de adquirir dichos productos puedan participar solo por la compra de dichos envases y recolectando las tapas de los envases de color dorado, con la presentación de 3 tapas doradas, los consumidores podrán canjear una botella de Coca – Cola de 1lt y participaran en un sorteo, el consumidor podrá ganar 1 de las 10 PlayStation5 al encontrar la frase “Ganaste un PS5” debajo de una de las tapas doradas colocadas en el mercado.

Estrategia de personas

El objetivo más claro es el proceso de selección es la contratación de personal, el candidato a ocupar el puesto de trabajo debe coincidir con los valores y necesidades de la organización y la situación en sí. Entre las vacantes disponibles se tendrá el puesto para Gerente general que cumple

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

con la función de ser el portavoz máximo de la empresa, en el cual se espera que realice decisiones de alto nivel y dirija estratégicamente de una manera eficaz para lograr el cumplimiento de los objetivos planteados para la empresa.

El Gerente de Administración y finanzas cumplirá con una función de alta responsabilidad en la organización, en la gestión y control del sistema financiero, tesorería y contabilidad, desarrollo de pagos de impuestos, recopilación, y preparar facturas de acuerdo con las normas pertinentes. Es decir, es el responsable de actualizar toda la información contable de la empresa, en los sistemas de información que se utilicen, generando y mejorando los procedimientos necesarios.

Por otra parte, el Gerente comercial será el responsable de planificar y dirigir los planes de la empresa para vender productos o servicios y lograr los objetivos establecidos y a su vez se encargará de coordinar, liderar y supervisar el trabajo comercial del equipo de ventas. Una expectativa importante de los gerentes de ventas es que tengan experiencia en ventas y una red consistente de relaciones de mercado.

El Jefe de planta será el responsable de todas las actividades relacionadas con el proceso productivo en producción, calidad, mantenimiento, logística, compras etc., de acuerdo con los lineamientos generales establecidos por la gerencia propuesta. Dirige, controla y apoya las estructuras humanas y técnicas involucradas en el proceso productivo. Es decir, dirige y supervisa las mejoras de organización de los procesos productivos según las normativas de calidad, medio ambiente y prevención de riesgos laborales.

El reciclaje en la planta se encargará de procesar diferentes clases de materiales para poder reutilizarlos, la recicladora está diseñada para que la clasificación de los residuos llegue de forma rápida y eficaz, las operaciones de reciclaje comienzan con el depósito de los contenedores en los que estarán a disposición en la planta, donde a través de una cinta transportadora se clasificarán. Una vez clasificados y limpios los residuos, se inicia el proceso de reciclaje para convertirlos en materia prima para la elaboración de nuevos productos.

Procesos

A continuación, se detallará por medio de un flujograma el proceso de la recepción de la materia prima para la elaboración de las colas.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

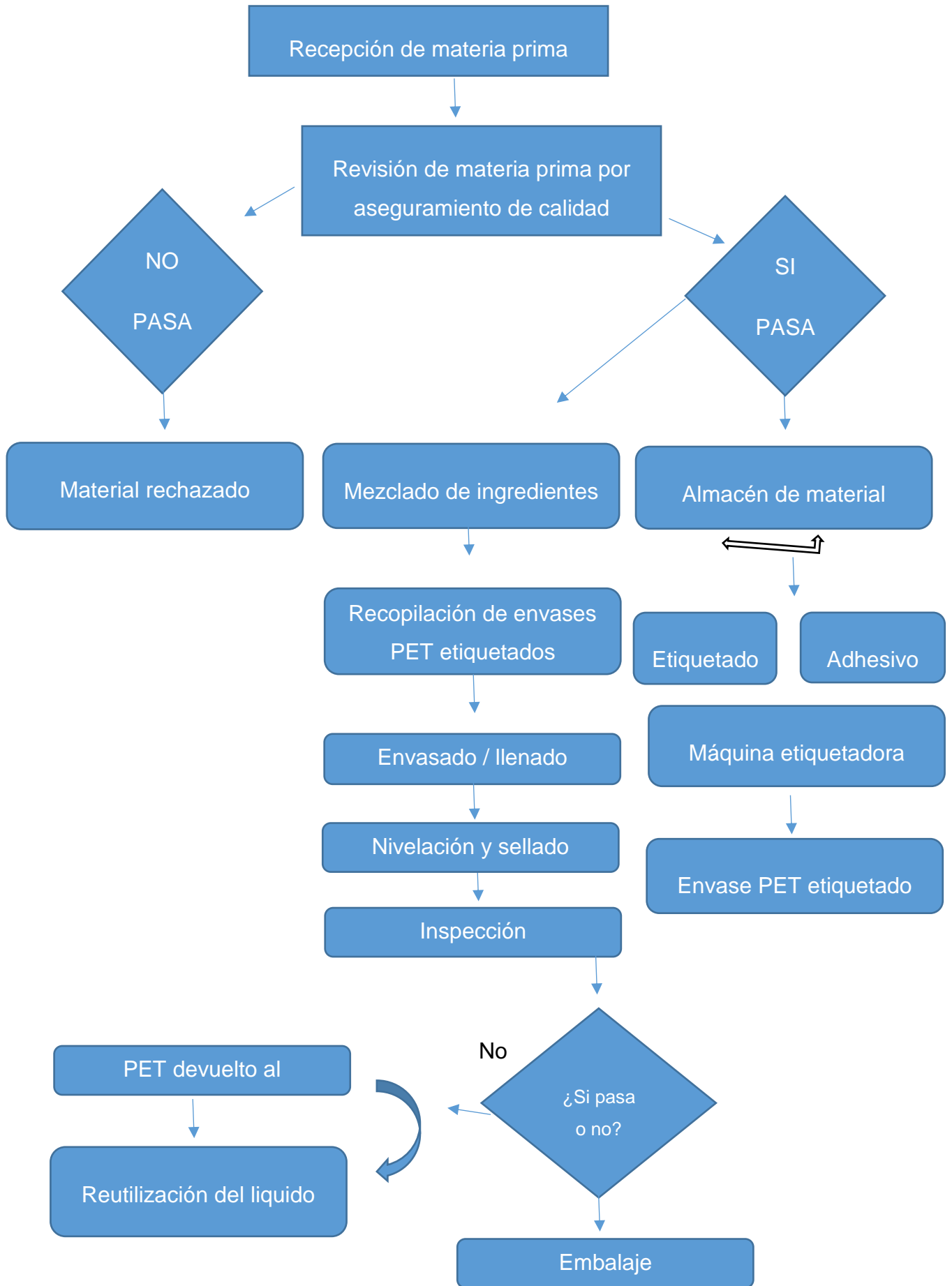


Grafico N°2 flujograma del proceso de la recepción de la materia prima para la elaboración de las colas.
Fuente: Elaboración propia

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Estrategia de evidencia física

A continuación, se detallará el uniforme que se utilizaría junto con el proyecto.

Paleta de colores: Se implementará los colores la compañía utiliza con más frecuencia, adicional a eso se añadirá el símbolo de reciclaje y medio ambiente.

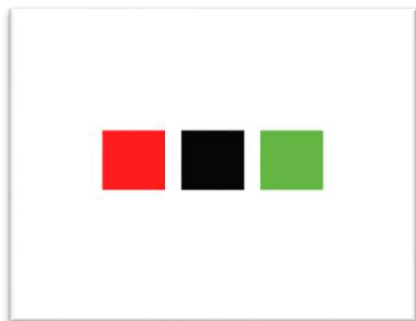


Ilustración N°1

Elaborado por: Diseñadora gráfica Erika Delgado

Logotipo: El logotipo en el cual se realizó el diseño es la identificación de lo que se quiere proyectar con el proyecto de investigación, se utilizó la paleta de colores para diseñar el mismo.



Ilustración N°2

Elaborado por: Diseñadora gráfica Erika Delgado

Uniforme: Se realizó la personalización del uniforme teniendo en cuenta la paleta de colores.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”



Ilustración N°3

Elaborado por: Diseñadora gráfica Erika Delgado

PLAN DE ACCIÓN PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

INCENTIVAR UN 35% AL CANAL TRADICIONAL CON PREMIOS O DESCUENTOS PARA LOGRAR SU FIDELIZACIÓN Y OBTENER MAYOR INCREMENTO EN LAS VENTAS CADA 6 MESES.

MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
			INICIO	FIN		
IMPLEMENTAR UN MODELO DE VENTAS CON UN DESARROLLO MÁS EFICIENTE, LLEGANDO A LA ATENCIÓN Y DISTRIBUCIÓN AL CLIENTE.	GANAR MÁS PARTICIPACIÓN DE MERCADO	GC. GA	20/1/2023	20/3/2023	\$ MATERIALES, EQUIPO DE COMPUTACIÓN	INCREMENTO EN VENTAS, SATISFACCIÓN DE CLIENTES
ESTABLECER UNA MEJOR COMUNICACIÓN PARA TRANSMITIR LA INFORMACIÓN ADECUADA A LOS CLIENTES	MEJORAR EL SERVICIO	GG, GC	20/1/2023	mar-23	\$FACILITADOR, SALAS	INCREMENTO EN VENTAS
OBSEQUIAR A LOS DISTRIBUIDORES ENVASES RETORNABLES	LOGRAR UN BLOQUEO DE LAS OTRAS MARCA	GC,LD	ene-23	20/032023	\$ MATERIALES, ENVASES	INCREMENTO EN VENTAS
REALIZAR CANJES DE TAPAS DE COLA POR PREMIOS	FIDELIZAR AL CONSUMIDOR	GC, LD	ene-23	mar-23	\$PRESUPUESTOS EN PREMIOS	NÚMEROS DE CLIENTE SFIDELIZADO
OBSEQUIAR SAMPLING	CONOCER LA CALIDAD DE PRODUCTIOS Y MOSTRAR EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	GC - GA	ene-23	mar-23	\$ PRESUPUESTO PARA SAMPLING	CANTIDAD DE SAMPLING ENTREGADOS

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

INCREMENTAR EL NÚMERO DE VENTAS EN UN 10% A TRAVÉS DE 3 NUEVAS TÉCNICAS AL FINALIZAR EL AÑO 2024.						
MEDIOS (ESTRATEGIAS)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
			INICIO	FIN		
ENTREGAR UN MAYOR CONTROL AQUELLOS QUE SON RESPONSABLES DE LA ATENCIÓN DEL CLIENTE	PARA LLEVAR UN CONTROL SOBRE LAS ACCIONES Y PROCESOS DE GARANTIZAR UNA RESPUESTA RÁPIDA Y SATISFACTORIA ANTE CUALQUIER PROBLEMÁTICA HACIA LOS CLIENTES.	GC, PRE VENDEDOR	MAYO	JUNIO	\$ SALAS, EQUIPO DE COMPUTACIÓN	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
REALIZAR CONTENIDO EN LAS REDES SOCIALES CONTINUAMENTE	LLEGAR A MAS PERSONAS	GC-PRE VENEDORES	ENERO	MARZO	\$ CELULAR, EQUIPO DE COMPUTACIÓN, DISEÑADOR GRÁFICO	DEFINIR CONTENIDO DE CALIDAD Y AUMENTAR EL ALCANCE DE LAS PUBLICACIONES
USAR HERRAMIENTAS COMO LA FIRMA ELECTRÓNICA	PARA GESTIONAR MEJOR LOS CONTRATOS LOS EQUIPOS DE FRIO	PRE VENDEDOR, LD	ENERO	DICIEMBRE	\$ MATERIALES, DISPOSITIVO, EQUIPO DE FRIO	POR TRANSACCIONES O CONTRATOS REALIZADOS
IMPLEMENTAR ESTRATEGIA Y CULTURA DE RECICLAJE DENTRO DE LOS NEGOCIOS	CONCIENTIZAR EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE A LOS CONSUMIDORES Y PARA MEJORAR SU RENTABILIDAD CON PRODUCTOS RETORNABLES	GC,PRE VENDEDOR- RECICLADOR DE PLANTA	ENEROA	ABRIL	\$ PRESUPUESTOS EN PREMIOS	INCREMENTAR VENTAS EN ENVASES RETORNABLES
DIVERSIFICAR LA CARTERA DE PRODUCTOS	INNOVACIÓN EN PRODUCTOS	GG- GC	ENE-23	ABR-23	\$ DISEÑOS, FORMULAS	ACEPTACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

AUMENTAR EL 35% DE LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS A TRAVÉS DE PUBLICIDADES INNOVADORAS ANUALMENTE.						
MEDIOS (ESTRATEGIAS)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
			INICIO	FIN		
IMPLEMENTAR PUBLICIDADES EN LOS CAMIONES PARA AUMENTAR LA TASA DE EXCLUSIVIDAD	REPOSICIONAR LA MARCA	GG- GA	19/1/2022	19/3/2022	\$. FACILITADOR, VALLAS PUBLICITARIAS	\$ VENDIDOS, % INCREMENTO EN VENTAS
REORGANIZAR EL MERCADO CON EL FIN DE REDUCIR EL NÚMERO DE CLIENTES, Y ELIMINAR A LOS NO RENTABLES.	MEJORAR LA RENTABILIDAD	GC,LD	ENERO	MARZO	\$. FACILITADOR, BASE DE DATOS DE CLIENTES	% DE SATISFACCIÓN / # DE CLIENTES SATISFECHOS
REFORZAR LA RED DE DISTRIBUCIÓN APLICANDO UNA MEJOR ORGANIZACIÓN	MEJORAR LA ROTACIÓN DE PRODUCTOS	GC,LD	MAY-23	SEP-23	\$. CAMIONES, FACILITADOR DE LOGUISTICA	# ENTREGA EFICAZ DE LOS PRODUCTOS #CAPACITACIONES
REALIZAR PUBLICIDAD CREATIVA EN FOTOGRAFÍAS PARA REDES SOCIALES	CAPTAR LA ATENCIÓN DE LOS CLIENTES	GC-DM	ABRIL	JUNIO	\$. EQUIPO DE COMPUTACIÓN, DISEÑADOR GRÁFICO	# PROGRAMAS, % INCREMENTO EN VENTAS #LIKES, #ALCANCE DE LA PUBLICACIÓN
ENTREGAR PUBLICIDAD EN LOS BUSES URBANOS	PARA CAPTAR LA ATENCION DE NUEVOS CLIENTES	GC- GA	MAR-23	JUN-23	\$. TIEMPO, TH	# CLIENTES NUEVOS

RECUPERAR AL MENOS EL 50% DE LOS ENVASES SEMANALMENTE.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, LIBICADA EN LA CIUDAD DE PORTO VIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

MEDIOS (ESTRATEGIAS)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
			¿CÓMO?	¿POR QUÉ O PARA QUÉ?		
IMPLEMENTAR UN REGISTRO DE CLIENTES QUE TENGAN ENVASES DISPONIBLES	MEJORAR LA RECUPACIÓN DE ENVASES	LD, JP	ENERO	FEBRERO	\$ BASE DE DATOS DE CLIENTES	# CONTROL DE ENVASES
REALIZAR INVENTARIOS DENTRO DE LAS TIENDAS	TENER CONOCIMIENTO DE LA CANTIDAD DE ENVASES QUE UTILIZAN LOS CLIENTES	GC, GA	1/1/2023	1/3/2023	\$ DOCUMENTOS	# CONTROL DE ENTREGAS
LLEVAR UN CONTROL DE LAS RUTAS DE ENTREGAS DE LOS ENVASES	DETERMINAR LA EFICIENCIA EN LA CAPTACIÓN DE ENVASES	GC-GA	ENERO	ABRIL	\$ FACILITADOR, EQUIPOS	# ENVASES EN BUEN ESTADO
REALIZAR CONCURSOS PARA LA RECEPCIÓN DE ENVASES	MEJORAR EL CONTROL Y SOSTENIBILIDAD DE ENVASES	GC,LD	MAR-23	SEP-23	\$ PREMIOS	# SOSTENIBILIDAD DE ENVASES
IMPLEMENTAR PROYECTOS DE RECICLAJE	MEJORAR LA ROTACIÓN DE LOS ENVASES Y RESPONSABILIDAD AMBIENTAL	GC- GA- RECICLADOR	MAY-23	AGO-23	\$ FLYERS, VALLAS PUBLICITARIAS	# VOLUMEN DE RECICLAJE

IMPLEMENTAR UNA GESTIÓN DEL CONTROL DEL 70% DE LOS ENVASES QUE PERMITA MEJORAR LA ROTACIÓN DE LOS

FORMATOS RETORNABLES AL FINALIZAR EL AÑO 2025. AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL LIBICADA EN LA CIUDAD DE PORTO VIEJO A PARTIR DEL AÑO 2023”

MEDIOS (ESTRATEGIAS) ¿CÓMO?	RESULTADO ESPERADO ¿POR QUÉ O PARA QUÉ?	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN ¿CÓMO VAMOS A MEDIR?
			INICIO	FIN		
DISEÑAR PROMOCIONES ATRACTIVAS QUE IMPACTEN LA ATENCIÓN DE LOS CLIENTES	FIDELIZAR CLIENTES	GC,LD	1/3/2023	15/3/2023	\$, FACILITADOR, MATERIALES, PUBLICIDAD	\$ VENDIDOS, % INCREMENTO EN VENTAS
IMPLEMENTAR UN SOFTWARE DE GESTIÓN DE ALMACÉN	ADQUIRIR MAYOR EFICACIA EN LOS PROCESOS DE GESTIÓN DE LOS ALMACENES	GC-PRE VENDEDOR		PERMANENTE	\$, BASE DE DATOS DE CLIENTES	% DE SATISFACCIÓN / # DE CLIENTES SATISFECHOS
REALIZAR INFORMES DE GESTIÓN	VERIFICAR LOS ERRORES	GC,GA		PERMANENTE	BASE DE DATOS DE CLIENTES	# CONTROL DE INDICADORES
IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS QUE AYUDEN A DEFINIR LA GESTIÓN DE STOCK DE PRODUCTOS	LLEVAR UN REGISTRO DE LOS PRODUCTOS	GC- PRE VENDEDOR	MAYO	JUNIO	\$, FACILITADOR, EQUIPO DE COMPUTACIÓN, DISEÑADOR GRÁFICO	# PROGRAMAS, % INCREMENTO EN VENTAS
DESARROLLAR UN CORRECTO PLAN LOGÍSTICO QUE SEA AMPLIO E INTEGRAL	PARA EJECUTAR DE MANERA ADECUADA Y EFICAZ LAS METAS QUE SE PLANTEAN	GC- GA	MAR-23	MAY-23	\$, TIEMPO, TH	# LOGRAR OBJETIVOS

Capítulo 3: Análisis Financiero del Proyecto.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3. ANÁLISIS FINANCIERO

3.1 Supuestos financieros

El supuesto financiero permitirá calcular cómo se desarrollará la empresa en un futuro determinado desde un punto de vista financiero y contable. De esta manera, se podrá predecir la posible ganancia o pérdida del proyecto.

Para lograr realizar una proyección financiera de los supuestos financieros de la empresa “Arca Continental” lo más acertado posible, se tomó en cuenta 4 factores claves: Salarios básicos proyectados, Incremento anual de sueldos, comportamiento de la demanda esperada y el comportamiento de los gastos.

En el cuál se puede analizar que, en el primer año con los supuestos financieros de la empresa, cuenta con un salario proyectado de \$450, es decir que en cada año se incrementa el 2% de los sueldos anualmente. Por otra parte, el comportamiento de la demanda esperada es del 2% y el comportamiento de los gastos corresponde al 10%.

Por tanto, se presentan a continuación en la tabla N°1 el detalle de los supuestos financieros.

Tabla No.1

Supuestos financieros de la empresa “Arca Continental”

	2023	2024	2025	2026	2027
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflación proyectada					
Salarios básicos proyectados	450,00	475,00	500,00	525,00	550,00
Incremento anual de sueldos		2%	2%	2%	2%
Comportamiento de la demanda esperada		2%	2%	2%	2%
Comportamiento de los gastos		10%	10%	10%	10%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Mario Michel Burgos Requena

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.2 Inversión de la empresa

En cuanto al presupuesto de inversión de la empresa, esta se comprende por el capital de trabajo y por ende pertenece al activo corriente lo cual tiene el valor de \$12.000, por otra parte, se encuentran los gastos pre-operativos que corresponden a otros activos con un valor de \$3.000, así mismo se puede observar los activos de la empresa a utilizar que son los equipos de cómputo, muebles y enseres, equipos de oficina. De esta manera se puede observar en la tabla N°2 el costo unitario, costo total, vida útil, y depreciación anual de cada activo ya antes mencionado.

A continuación, se detalla en el anexo N°1 los activos que la empresa va a utilizar con sus respectivos valores.

Tabla No.2

Activos de la empresa

TIPO DE ACTIVO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipos de computo	\$1.700,00	5	\$340,00
Muebles y enseres	\$2.840,00	5	\$568,00
Equipos de oficina	\$320,00	5	\$190,00
	\$4.170,00	5	\$64,00

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Mario Michel Burgos Requena

Posteriormente se detallará la inversión de la empresa, la misma que se proyecta en un valor de \$19.860, el financiamiento que se divide por los aportes propios en un 60% con un valor de \$11.916 y aportes de terceros en un 40% con un valor de \$7.944, lo que corresponde a la tasa a pagar es del 16,00% y por ultimo su plazo de deuda es de 5 años.

De igual forma en la tabla N°3 se detalla la respectiva inversión que la empresa va a requerir.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla No.3

Inversión de la empresa

Inversión Requerida	\$19.860,00
----------------------------	--------------------

Financiamiento	Valor	%
Aportes propios	\$11.916,00	60%
Aportes de terceros (Bancos)	\$7.944,00	40%
Total financiamiento		
Tasa a pagar	16,00%	
Plazo de deuda (años)	5	

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Mario Michel Burgos Requena

3.3 Sueldos

En términos generales el sueldo está basado en donde la empresa les va a corresponder a sus colaboradores por las funciones que desempeñan dentro de la compañía, desde el año 1 el contador recibirá el sueldo de \$800, el administrador recibirá un sueldo de \$550, el jefe de logística y distribución \$650, pre vendedor \$425. En lo que corresponde a la operación la empresa va a contar con un diseñador gráfico en el transcurso de los tres primeros años y para los próximos dos años un diseñador gráfico de acuerdo con la demanda en crecimiento.

En el anexo N°2 se especifica los sueldos proyectados de la empresa durante el primer y quinto año para la parte administrativa y operativa.

3.4 Productos o servicios

Se tomó en cuenta los productos más consumidos por los tenderos, en este caso la demanda esperada es la venta de cajas de colas, lo cual se determinó las cantidades de las mismas que se espera vender cada año, entre ellas se encuentran las cajas de 750 m.l, 2 l.t, 200 m.l, 300 m.l, por lo tanto, tiene una proyección de demanda esperada en el año 1 con un total de 33.457 cajas, en el año 2 se obtendrá una cantidad de 34.485, para el año 3 un total de 41.879, en el año 4, un total de 53.097 cajas, y lo que corresponde al año 5 se espera vender 67.335 cajas.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

En la siguiente tabla que corresponde a la N°4 se puede notar el incremento de demanda de las cajas de colas durante los 5 años.

Así mismo, en el anexo N°3 se detalla la demanda esperada por cada mes durante los primeros cinco años de ventas.

Tabla N°4

Demanda esperada anual (cantidad de productos/servicios que se esperan vender cada año)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
750 M.L	2.580	2.394	2.424	3.067	3.891
2 L.T	5.143	4.758	4.797	6.084	7.716
200 M.L	7.723	8.205	10.409	13.198	16.733
300 M.L	6.436	6.835	8.662	10.980	13.921
700 M.L	11.575	12.239	15.587	19.768	25.074
	33.457	34.485	41.879	53.097	67.335

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Mario Michel Burgos Requena

3.5 Precios de venta y costos de los productos.

El precio es clave porque esto permite saber el margen de ganancia que se puede obtener en una empresa, de esta manera los precios de venta se calcularon de manera individual, en el cual se tomaron en cuenta las cajas de colas de 300 ml, 750 ml, 200 ml, mil 250 ml y de 2 l.t, por lo tanto, los precios que se proyectaron fue durante los primeros cinco años. En la tabla N°6 se presenta con detalle las proyecciones de los precios en donde se observa el incremento del mismo y en el anexo N°4 se detalla la proyección

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

mensual de las ventas durante los primeros cinco años de operación y el resumen del total de sus ventas.

Tabla No.5

Precios de ventas individuales

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
300 M.L	5,25	5,51	5,79	6,08	6,38
750 M.L	5,30	5,57	5,84	6,14	6,44
200 M.L	5,75	6,04	6,34	6,66	6,99
MIL 250 M.L	6,97	7,32	7,68	8,07	8,47
2 L.T	12,05	12,65	13,29	13,95	14,65

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Mario Michel Burgos Requena

Por lo tanto, los productos que generan más beneficio en las ventas dentro del primer año son las colas de 700 M.L con un valor de \$145.450, las colas de 300 M.L con un valor de \$46.748, las de 200 M.L con un valor de \$46.269. En la tabla N° 6 se detallan las ventas anuales y los detalles de las ventas proyectadas de forma mensual se detallan en el anexo N°4.

Tabla N° 1 Ventas totales

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
300 M.L	14.081,00	13.196,93	14.030,42	16.639,79	24.830,06
750 M.L	28.432,00	26.478,27	28.030,07	37.327,85	49.707,88
200 M.L	46.269,00	49.537,69	65.986,55	87.850,42	116.949,63
MIL 250 M.L	46.748,00	50.021,95	66.562,49	88.593,74	117.939,81
2 L.T	145.450,00	155.537,18	207.075,24	275.751,37	367.255,12
TOTAL	280.980,00	294.772,01	381.684,77	508.163,17	676.682,50

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

En cuanto a los costos de venta, para lograr verificar dichos costos que la empresa pondrá en circulación se tomó en cuenta los siguientes productos colas de 300 ml, 750 ml, 200 ml, mil 250 ml y de 2 l.t, de acuerdo a lo mencionado anteriormente, la proyección de los costos se realizó durante los primeros cinco años.

En este sentido en la siguiente tabla que corresponde a la N°7 se detalla las proyecciones de los costos en donde se observa el incremento del mismo. Por otra parte, en el anexo N°5 se detalla la proyección mensual de los costos de ventas durante los 5 años y el resumen del total de sus costos de ventas.

Tabla N°7

Precios de costos individuales.

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
300 M.L	1,58	5,51	5,79	6,08	6,38
750 M.L	1,59	5,57	5,84	6,14	6,44
200 M.L	1,73	6,04	6,34	6,66	6,99
MIL 250 M.L	6,97	7,32	7,68	8,07	8,47
2 L.T	12,05	12,65	13,29	13,95	14,65

Los costos que la empresa presenta de forma anual de sus productos dentro del primer año el costo más elevado de las colas es la de 2 l.t con un valor de \$41.843,63, seguido de la cola de mil 250 ml \$13.457,68 y la cola de 200 ml en \$13.322,18. En la tabla N° 8 se detallan los costos anuales de todos los productos que se ofertan. En el anexo N°6 se presentan los costos mensuales por cada año.

Tabla N°8

Costo de venta totales.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
300 M.L	4.063,50	3.959,08	4.209,12	5.591,94	7.449,02
750 M.L	8.177,37	7943,48	8.409,02	11.198,35	14.912,37
200 M.L	13.322,18	14.861,31	19.795,97	26.355,13	35.084,89
MIL 250 M.L	13.457,68	15.006,58	19.968,75	26.578,12	35.381,94
2 L.T	41.843,63	46.661,15	62.122,57	82.725,41	110.176,54
TOTAL	80.864,35	88.431,60	110.296,31	152.448,95	203.004,75

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Mario Michel Burgos Requena

3.6 Gastos operacionales

Los gastos operacionales también se los suele llamar gastos indirectos, estos corresponden al funcionamiento de la empresa, por ende, se realizó la proyección de los gastos operacionales la cual corresponde a los respectivos 5 años y está conformada por la publicidad, internet, diseñador gráfico, capacitación, movilización, suministros de oficina, comisiones. La proyección para el primer año será de un valor de \$ \$14.400 para el segundo año \$12.705, tercer año \$13.750 para el cuarto año \$14.175,15 y el quinto año \$15.592,67.

De igual forma, en la tabla N°9 se puede observar los gastos operacionales proyectados durante los 5 años y el incremento de sus gastos que va generando con el pasar de los años.

Así mismo, en el anexo N°7 se detalla la proyección de los gastos por cada mes durante los primeros cinco años de operación de la empresa.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla No.9

Gastos Operacionales

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76
INTERNET	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46
DISEÑADOR GRÁFICO	4.200,00	1.155,00	1.270,50	1.397,55	1.537,31
CAPACITACIÓN	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92
PERMISOS FUNCIONAMIENTO		330,00			
MOVILIZACIÓN	3.000,00	3.300,00	3.630,00	3.993,00	4.392,30
SUMINISTROS DE OFICINA	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92
COMISIONES	600,00	660,00	484,00	532,40	585,64
TOTAL	14.400,00	12.705,00	13.750,50	14.175,15	15.592,67

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Mario Michel Burgos Requena

3.7 Préstamo

Desde la perspectiva financiera se considera que la obtención de estos recursos es uno de los factores clave para el éxito de una empresa, por lo tanto, se realizó una proyección de préstamo en el cual la compañía va a adquirir, en este caso se dará a conocer el valor del préstamo que le van a aportar, la tasa de interés, pagos por años, tasa por período, plazo de deuda (años), cuotas, y el dividendo.

En la siguiente tabla que corresponde la N°10 se detalla los valores exactos que la compañía tendrá que asumir y en el anexo N°7 se detalla los períodos mensuales y anuales con sus respectivos valores.

Tabla No.10

Préstamo

Préstamo	\$7.944,00
Tasa anual	16,00%
Pagos por año	12

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tasa por período	1,33%
Plazo Deuda (años)	5
Cuotas (número)	60
Dividendo	\$193,18

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Mario Michel Burgos Requena

3.8 Estados financieros

Este recurso permite tener una visión clara de las finanzas de la empresa, y por ende se puede tener un mejor control de la contabilidad, es por eso que a continuación se detalla la proyección de la estructura del estado de pérdidas y ganancias de la empresa “Arca Continental” en cuanto a los primeros cinco años se puede apreciar principalmente que desde el año 1 va incrementando sus operaciones financieras hasta el año 5 en el cual genero la ganancia más alta. Se detalla a continuación en la tabla N°11 la operación financiera de pérdidas y ganancias con sus respectivos valores.

En el anexo N°8 se reflejan los otros activos que la empresa va a operar en los próximos 5 años.

Tabla No.11

Estados financieros

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4	5
Ventas		280.980,00	294.772,01	381.684,77	508.163,17	1.353.365,01
- Costo de Ventas		80.864,35	88.431,60	110.296,31	152.448,95	203.004,75
Utilidad Bruta en Ventas		200.115,65	206.340,41	271.388,47	355.714,22	1.150.360,26
- Gastos desembolsables		14.400,00	12.705,00	13.370,50	14.175,15	15.592,67
- Gastos no desembolsables		3.972,00	972,00	972,00	972,00	972,00
Utilidad Operacional		181.743,65	192.663,41	257.045,97	340.567,07	1.133.795,59
- Gastos financiamiento		1.190,73	996,50	768,81	501,90	189,01

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

+/- Ing/Eg. No operacionales						
Utilidad antes de Reparto a Trabajadores		180.552,92	191.666,91	256.277,15	340.567,07	1.133.606,58
- 15% Reparto Ut. Trabajadores		27.082,94	28.750,04	38.441,57	51.009,77	170.040,99
Utilidad antes de Impuesto Renta		153.469,98	162.916,87	217.835,58	289.055,39	963.565,59
- 25% Impuesto Renta		38.367,50	40.729,22	54.458,89	72.263,85	240.891,40
Utilidad antes de Reserva Legal		115.102,49	122.187,65	163.376,68	216.791,54	722.674,20
- 10% Reserva Legal		11.510,25	12.218,77	16.337,67	21.679,15	72.267,42
Utilidad del ejercicio		103.592,24	109.968,89	147.039,02	195.112,39	650.406,78
+ Gastos no desembolsables		3.972,00	972,00	972,00	972,00	-1.700,00
+ Reserva Legal		11.510,25	12.218,77	16.337,67	21.679,15	12.647,42
+ Deudas no pagadas en el periodo		64.450,43	69.479,25	92.900,47	123.273,62	140.932,39
- Deudas pagadas			- 65.450,43	- 69.479,25	- 92.900,47	- 123.273,62
- Amortización (cap.pagado)		- 1.127,46	- 1.321,69	- 1549,38	- 1.816,29	- 2.129,18
+ Valor en Libros (si se vende)						
Inversión	- 19.860,00					
Préstamo a largo plazo	7.944,00					
Flujo de Caja	- 16.092,00	183.397,46	125.866,78	186.220,52	244.620,41	1.006.503,78

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Mario Michel Burgos Requena

Tabla N°12

Balance General

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		1	2	3	4	5
EFFECTIVO	12.000,00	195.397,24	321.264,24	507.484,76	752.105,17	1.758.608,95
A/F NETOS	7.860,00	3.888,00	2.916,00	1.944,00	2.672,00	4.372,00
ACTIVOS	19.860,00	199.285,46	324.180,24	509.428,76	754.777,17	1.762.980,95
CTAS.DOC. X PAGAR		65.450,54	69.479,25	92.900,47	123.273,62	410.932,39
PRÉSTAMO BCARIO.	7.944,00	6.816,54	5.494,85	3.945,47	2.129,18	-
PASIVOS	7.944,00	72.266,97	74.974,10	96.845,94	125.402,81	410.932,39
CAPITAL SOCIAL	11.916,00	11.916,00	11.916,00	11.916,00	11.916,00	11.916,00
RESERVA LEGAL		11.510,25	23.729,01	40.066,68	61.745,84	134.013,26
UTILIDADES RETENIDAS		103.592,24	213.561,13	360.600,14	555.712,53	1.206.119,31
PATRIMONIO	11.916,00	127.018,49	249.206,14	412.582,82	629.374,37	1.352.048,56
PASIVOS + PATRIMONIO	19.860,00	199.285,46	324.180,24	509.428,76	754.777,17	1.762.980,95

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Mario Michel Burgos Requena

3.8 Indicadores económicos

En los indicadores económicos se realizará un análisis de la situación y del rendimiento de la empresa “Arca Continental” de acuerdo a la proyección de su inversión, es por esto que en la siguiente tabla N°13 se detalla los indicadores que se utilizó, los mismos que está compuesto por la tasa de retorno TIR que su porcentaje fue de 1511,28% en el cual se puede deducir que su valor de ganancia será rentable, en el VAN el ingreso futuro que percibirá la empresa será de \$883.159,89 y el plazo que demorará en recuperar el capital que invertirá en este proyecto será en 1 mes.

En el anexo N°9 se detalla la proyección de los indicadores económicos durante los respectivos 5 años.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla No.13

Indicadores económicos

TIR	1511,28%
VAN	\$ 883.159,89
PAYBACK	1 mes

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Mario Michel Burgos Requena

3.9 Punto de equilibrio

Con esta operación financiera se logró determinar los costos fijos y variables que implementará la empresa con este proyecto, a su vez permitió conocer el equilibrio que genera sus ventas y su utilidad durante los 5 primeros años. De esta manera se puede verificar por medio de la tabla N°14 que sus valores varían con el pasar de los años, por el cual su equilibrio fue de mayor a menor, en el año 1 su equilibrio será del 35%, en el segundo año 7%, en el año tres el 5%, en el cuarto año el 4% y en el quinto año el 1%, lo que esto genera que el proyecto obtenga una buena utilidad y un menor riesgo de que el mismo tenga pérdidas.

Tabla No.14

Indicadores económicos

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO	\$ 15.590,73	\$ 13.701,50	\$ 14.139,31	\$ 14.677,05	\$ 15.781,67
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$44.806,37	\$ 206.340,41	\$ 271.388,47	\$ 355.714,22	\$ 1.150.360,26
% Equilibrio	35%	7%	5%	4%	1%
VENTAS	\$ 280.980,00	\$ 294.772,01	\$ 381.684,77	\$ 508.163,17	\$ 1.353.365,01
COSTOS VARIABLES	\$132,004,37	\$ 88.431,60	\$ 110.296,31	\$ 152.448,95	\$ 203.004,75
COSTOS FIJOS	\$ 15.590,73	\$ 13.701,50	\$ 14.139,31	\$ 14.677,05	\$ 15.781,67
UTILIDAD	\$133.384,90	\$ 192.638,91	\$ 257.249,15	\$ 341.037,17	\$1.134.578,58

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Mario Michel Burgos Requena

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.10 Ratios financieros

En esta operación financiera permitió analizar el comportamiento económico y financiero de la empresa en sus años de operación en este caso su proyección es de 5 años, este indicador indica la liquidez, rentabilidad, solvencia y la respectiva rotación que la empresa presenta. Es decir, la razón corriente en el año 1 es de \$4,21 y por cada año varia su valor, en el año dos \$3,23, para el año tres la razón corriente es de \$4,42, para el cuarto año \$5,31 y en el quinto año \$4,04. En la tabla N°15 se detalla las ratios financieros que la empresa va analizar.

Tabla No.15

Indicadores económicos

RATIOS FINANCIEROS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.	\$ 2,99	\$ 4,62	\$ 5,46	\$ 6,10	\$ 4,28
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$ 129.947,03	\$ 251.784,99	\$ 414.584,30	\$ 628.831,55	\$ 1.347.676,56
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ ACTIVOS	\$ 1,41	\$ 0,91	\$ 0,75	\$ 0,67	\$ 0,77
ENDEUDAMIENTO	PASIVOS /ACTIVOS	\$ 0,36	\$ 0,23	\$ 0,19	\$ 0,17	\$ 0,23
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	\$ 0,57	\$ 0,30	\$ 0,23	\$ 0,20	\$ 0,30
COBERTURA PASIVO FINANCIERO	PAS. FIN. / VENTAS	\$ 0,02	\$ 0,02	\$ 0,01	\$ 0,00	\$ 0,00
COBERTURA GASTO FINANCIERO	UT. OP. / GTO. FIN.	\$ 152,63	\$ 193,34	\$ 334,34	\$ 678,55	\$ 5.998,66
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	\$ 0,71	\$ 0,70	\$ 0,71	\$ 0,70	\$ 0,85
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	\$ 0,65	\$ 0,65	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,84
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	\$ 0,37	\$ 0,37	\$ 0,39	\$ 0,38	\$ 0,48
ROA	UT NE/ ACTIVOS	\$ 0,52	\$ 0,34	\$ 0,29	\$ 0,26	\$ 0,37
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	\$ 0,82	\$ 0,44	\$ 0,36	\$ 0,31	\$ 0,48

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Mario Michel Burgos Requena

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Conclusiones

Arca Continental es una embotelladora de bebidas, en el cual se requiere implementar un plan de ventas para que ayude a la concientización del consumo de formatos retornables para que así impacten positivamente al medio ambiente y a su vez ayuda a ofrecer productos que generen mayor ganancia y de buen estándar de calidad.

Recomendaciones

Se recomienda mejorar la estructura logística de ruta, educar a los clientes e implementarles una solución para que puedan adquirir los productos a buen precio, ofreciéndoles premios para que realicen sorteos dentro de sus negocios.

Se recomienda que la empresa implemente planes de reciclaje a los bloques de ruta de cada barrio en puntos específicos y estratégicos, para así poder concientizar a los consumidores del medio ambiente.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Bibliografía

Abascal. (2006). *Como se hace un plan estrategico*.

Arechavaleta . (2015). *Estrategias de comercializacion*. España: OmniaSciencie.

Arellano. (2004). *Comportamiento del consumidor*. México: McGraw-Hill.

Avi. (2012). *Reciclaje de residuos industriales*. Madrid.

Barreto. (2018). *Reciclaje y reutilizacion de plastico*.

Bilbao. (2004). *Reciclado de residuos plasticos. Iberoamericana de polimeros*.

Botero. (2018). *Diagnóstico cuantitativo del impacto ambiental*. .

Cardona. (2017). *Proyección de la Innovación Tecnológica y Gestión Administrativa en las Pequeñas Empresas*. Información tecnológica.

Carrillo. (2010). *Manual de autodiagnóstico estratégico*. España: ESICeditorial.

Castro, D. d. (2001). *La administracion* . Mexico: McGram-Hill.

Cervera. (2003). *Envase y embalaje la venta silenciosa*. Madrid: ESIC.

Contreras. (2017). *La opinion publica en la sociedad de la informacion*.

Enriquez. (2013). *NeuroMarketing y neuroeconomia (2 edición)*. Colombia: ECOE.

Evans. (2005). *Administración y control de la calidad*. Thomson.

Farrega, C. I. (2011). *LA INTEGRACIÓN DE LOS SISTEMAS DE GESTIÓN. NECESIDAD DE UNA BUENA CULTURA*.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Fernández. (2015). La importancia del packaging y su clasificación. *Canales Sectoriales*.

Fred. (1997). *Conceptos De Administración Estratégica*.

García, H. (2010). Business Lifestyle. *Emprendimiento & Marketing*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Espíritu Santo.

Gary. (2004). *Marketing*. Pearson, Prentice Hall.

Gómez, G. (1997). *Los plásticos y el tratamiento de sus residuos*. España: Universidad Nacional de Educación a Distancia – UNED.

González. (2014).

Guerrero. (2019). *Plan de marketing estratégico para incrementar la participación en el mercado*.

Hernández. (2010). *Riesgos ambientales en la industria*. España: Diaz de santos.

Huelva. (2022). *Linea verde*. Obtenido de <http://www.lineaverdehuelva.com/lv/consejos-ambientales/Plasticos-de-usar-y-tirar/Plasticos-de-usar-y-tirar.pdf>

Jackson. (2011). Making strategies stick. *Journal Business Strategy*.

JOHNSTON. (1974). El papel de la ciencia en la innovación tecnológica. *Política de investigación*.

Kolb, H. &. (1999). *Química para el nuevo milenio octava edición*. México: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P. (2017). Pearson. En *Fundamentos de Marketing*. Decimotercera Edición. Pearson.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

La Rosa, M. (2013). *Hay que educar a las empresas en el mundo digital de las web 2.0*. Universidad de Especialidades Espíritu Santo.

Lara. (2008). *Reducir, reutilizar, reciclar*.

León. (2013). Obtenido de <https://licenciadofelipeleon.files.wordpress.com/2012/06/envases-2013-material.pdf>

Martínez. (2005). *La productividad y su importancia*. Mexico.

Martínez. (2017). *Basuras marinas, plásticos y microplásticos*.

Moreno. (2019). *Implementación de Estrategias de Reciclaje y Reutilización de los Residuos Sólidos*. Colombia.

Palacio. (2014). *Branding enseña del marketing moderno (primera edición)*. México : LID.

Peñafiel. (2020). La importancia de la mercadotecnia y sus componentes en las organizaciones. *Formeto de la investigación y publicidad en Ciencias Administrativas, Económicas y contables*.

Peralta. (2015). *Pymerang*. Obtenido de <https://www.pymerang.com/direccion-de-negocios/1035-aplicando-el-design-thinking-para-resolver-problemas-de-negocio-cuando-sumente-se-ha-bloqueado>

Porter. (1985). *Estrategia competitiva*. Grupo Editorial Patria.

Poter. (2017). *Ser competitivo*. México: D.F. Grupo Editorial Patria.

Quiroa, M. (2021). Análisis del consumidor. *Economipedia*.

Ramos. (2017). *Técnicas de ventas*. Bogota: Areandino.

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Roldán, P. (2018). *Economipedia Haciendo facil la economia*. . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>

Ruiz. (2010). *El concepto de competencia desde la complejidad*. México.

Stanton. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mc Graw Hill.

Tabilo. (1999). *El Beneficio de los Humedales en América Central*.

Thompson. (2012). *Administración estratégica*. Madrid: Mac Gram Hill.

Vázquez, E. F. (2015). Estrategias de comercialización. En *Tendencias de Innovación de la Ingeniería de alimentos* (págs. 169 - 195).

“PLAN DE VENTAS Y CONCIERTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

ANEXOS

ANEXO 1: Activos que la empresa va a utilizar

DESCRIPCIÓN	TIPO DE ACTIVO	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
CAPITAL DE TRABAJO	1. ACTIVO CORRIENTE	1	\$12.000,00	\$12.000,00		
GASTOS PRE-OPERATIVOS	2. OTROS ACTIVOS	1	\$3.000,00	\$3.000,00		
COMPUTADORAS	EQUIPOS DE CÓMPUTO	2	\$500,00	\$1.000,00	5	\$200,00
IMPRESORAS	EQUIPOS DE CÓMPUTO	2	\$350,00	\$700,00	5	\$140,00
ESCRITORIOS	MUEBLES & ENSERES	2	\$420,00	\$840,00	5	\$168,00
SILLAS	MUEBLES & ENSERES	25	\$80,00	\$2.000,00	5	\$400,00
ACONDICIONADOR DE AIRE	EQUIPOS DE OFICINA	2	\$160,00	\$320,00	5	\$64,00
INVERSIÓN TOTAL				\$19.860,00		\$972,00

ANEXO 2: Proyecciones mensuales de los sueldos desde el año 1 – 5, parte administrativa y operativa.

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal 12,15%	Total
Contador	\$800,00	\$66,67	\$35,42		\$97,20	\$999,29
Administrador	\$550,00	\$45,83	\$35,42		\$66,83	\$698,08
Jefe de Logística y distribución	\$650,00	\$54,17	\$35,42		\$78,98	\$818,56
Pre- vendedor	\$425,00	\$35,42	\$35,42		\$51,64	\$547,47
Total mensual	\$2.425,00	\$202,08	\$141,68		\$294,64	\$3.063,40

“PLAN DE VENTAS Y CONCIERTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Contador	\$816,00	\$68,00	\$36,13	\$68,00	\$99,14	\$1.087,27
Administrador	\$561,00	\$46,75	\$36,13	\$46,75	\$68,16	\$758,79
Jefe de logística y distribución	\$663,00	\$55,25	\$36,13	\$55,25	\$80,55	\$890,18
Pre -vendedor	\$433,50	\$36,13	\$36,13	\$36,13	\$52,67	\$486,17
Total mensual	\$2.473,50	\$206,13	\$144,52	\$206,13	\$300,53	\$3.222,42

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Contador	\$832,32	\$69,36	\$36,85	\$69,36	\$101,13	\$1.109,02
Administrador	\$572,22	\$47,69	\$36,85	\$47,69	\$69,52	\$773,96
Jefe de logística y distribución	\$676,26	\$56,36	\$36,85	\$56,36	\$82,17	\$907,99
Pre- vendedor	\$442,17	\$36,85	\$36,85	\$36,85	\$53,72	\$606,44
Total mensual	\$2.522,97	\$210,25	\$147,40	\$210,25	\$306,54	\$3.397,41

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Contador	\$848,97	\$70,75	\$37,58	\$70,75	\$103,15	\$1.131,19
Administrador	\$583,66	\$48,64	\$37,58	\$48,64	\$70,92	\$789,44
Jefe de logística y distribución	\$689,79	\$57,48	\$37,58	\$57,48	\$83,81	\$926,14
Pre- vendedor	\$451,01	\$37,58	\$37,58	\$37,58	\$54,80	\$618,56
Total mensual	\$2.573,43	\$214,45	\$150,32	\$214,45	\$312,67	\$3.465,33

“PLAN DE VENTAS Y CONCIERTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Contador	\$865,95	\$72,16	\$38,34	\$72,16	\$105,21	\$1.153,82
Administrador	\$595,34	\$49,61	\$38,34	\$49,61	\$72,33	\$805,23
Jefe de logística y distribución	\$703,58	\$58,63	\$38,34	\$58,63	\$85,49	\$944,67
Pre- vendedor	\$460,03	\$38,34	\$38,34	\$38,34	\$55,89	\$630,94
Total mensual	\$2.624,90	\$218,74	\$153,36	\$218,74	\$318,93	\$3.534,67

Proyecciones mensuales de los sueldos desde el año 1 – 5, parte operativa.

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1					
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Aporte Patronal 12,15%	Total
Diseñador Gráfico 1	\$350,00	\$29,17	\$37,50	\$42,53	\$459,19
Total mensual	\$350,00	\$29,17	\$37,50	\$42,53	\$459,19

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Diseñador Gráfico 1	\$357,00	\$29,75	\$38,25	\$29,75	\$43,28	\$498,13
Total mensual	\$357,00	\$29,75	\$38,25	\$29,75	\$43,28	\$498,13

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Diseñador Gráfico 1	\$364,14	\$30,35	\$39,02	\$30,35	\$44,24	\$508,09
Total mensual	\$364,14	\$30,35	\$39,02	\$30,35	\$44,24	\$508,09

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Diseñador Gráfico 1	\$371,42	\$30,95	\$39,80	\$30,95	\$45,13	\$518,25
Total mensual	\$371,42	\$30,95	\$39,80	\$30,95	\$45,13	\$518,25

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Diseñador Gráfico 1	\$378,85	\$31,57	\$40,59	\$31,57	\$46,03	\$528,61
Total mensual	\$378,85	\$31,57	\$40,59	\$31,57	\$46,03	\$528,61

“PLAN DE VENTAS Y CONCIERTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

ANEXO 3: Proyección mensual de la demanda esperada durante los primeros 5 años de ventas.

Año 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
2 L..T	200	210	221	232	244	234	225	216	207	199	191	201	2.580
MIL 250 M.L	400	420	441	463	486	467	448	430	413	396	380	399	5.143
200 M.L	600	630	662	695	730	701	673	646	620	595	571	600	7.723
300 M.L	500	525	551	579	608	584	561	539	517	496	476	500	6.436
750 M.L	900	945	992	1.042	1.094	1.050	1.008	968	929	892	856	899	11.575
TOTAL	2.600	2.730	2.867	3,011	3.162	3.036	2.915	2.799	2.686	2.578	2.474	2.599	33.457

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
2 L..T	205	209	213	217	221	212	204	196	188	180	173	176	2.394
MIL 250 M.L	407	415	423	431	440	422	405	389	373	358	344	351	4.758
200 M.L	612	624	636	649	662	662	689	703	717	731	746	761	8.205
300 M.L	510	520	530	541	552	552	574	585	597	609	621	633	6.835
750 M.L	917	935	954	973	992	1.012	1.032	1.053	1.074	1.095	1.117	1.139	12.293
TOTAL	2.651	2.703	2.756	2.811	2.867	2.884	2.904	2.926	2.949	2.973	3.001	3.060	34.485

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
2 L..T	180	184	188	192	196	200	204	208	212	216	220	224	2.424
MIL 250 M.L	358	365	372	379	387	395	403	411	419	427	436	445	4.797
200 M.L	776	792	808	824	840	857	874	891	909	927	946	965	10.409
300 M.L	646	659	672	685	699	713	727	742	757	772	787	803	8.662
750 M.L	1.162	1.185	1.209	1.233	1.258	1.283	1.309	1.335	1.362	1.389	1.417	1.445	15.587
TOTAL	3.122	3.185	3.249	3.313	3.380	3.448	3.517	3.587	3.659	3.731	3.806	3.882	41.879

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
2 L..T	228	233	238	243	248	253	258	263	268	273	278	284	3.067
MIL 250 M.L	454	463	472	481	491	501	511	521	531	542	553	564	6.084
200 M.L	984	1.004	1.024	1.044	1.065	1.086	1.108	1.130	1.153	1.176	1.200	1.224	13.198
300 M.L	819	835	852	869	886	904	922	940	959	978	998	1.018	10.980
750 M.L	1.474	1.503	1.533	1.564	1.595	1.627	1.660	1.693	1.727	1.762	1.797	1.833	19.768
TOTAL	3.959	4.038	4.119	4.201	4.285	4.371	4.459	4.547	4.638	4.731	4.826	4.923	53.097

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
2 L..T	290	296	302	308	314	320	326	333	340	347	354	361	3.891
MIL 250 M.L	575	587	599	611	623	635	648	661	674	687	701	715	7.716
200 M.L	1.248	1.273	1.298	1.324	1.350	1.377	1.405	1.433	1.462	1.491	1.521	1.551	16.733
300 M.L	1.038	1.059	1.080	1.102	1.124	1.146	1.169	1.192	1.216	1.240	1.265	1.290	13.921
750 M.L	1.870	1.907	1.945	1.984	2.024	2.064	2.105	2.147	2.190	2.234	2.279	2.325	25.074
TOTAL	5.021	5.122	5.224	5.329	5.435	5.542	5.653	5.766	5.882	5.999	6.120	6.242	67.335

“PLAN DE VENTAS Y CONCIERTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

ANEXO 4: Proyecciones mensuales de las ventas desde el año 1 – 5

Año 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
2 L.T	1.050,00	1.071,00	1.092,00	1.114,00	1.136,00	1.159,00	1.182,00	1.206,00	1.230,00	1.255,00	1.280,00	1.306,00	14.081,00
MIL 250 M.L	2.120,00	2.162,00	2.205,00	2.249,00	2.294,00	2.340,00	2.387,00	2.435,00	2.484,00	2.534,00	2.585,00	2.637,00	28.432,00
200 M.L	3.450,00	3.519,00	3.589,00	3.661,00	3.734,00	3.809,00	3.885,00	3.963,00	4.042,00	4.123,00	4.205,00	4.289,00	46.269,00
300 M.L	3.485,00	3.555,00	3.626,00	3.699,00	3.773,00	3.848,00	3.925,00	4.004,00	4.084,00	4.166,00	4.249,00	4.334,00	46.748,00
750 M.L	10.845,00	11.062,00	11.283,00	11.509,00	11.739,00	11.974,00	12.213,00	12.457,00	12.706,00	12.960,00	13.219,00	13.483,00	145.450,00
TOTAL	20.950,00	21.369,00	21.795,00	22.232,00	22.676,00	23.130,00	23.592,00	24.065,00	24.546,00	25.038,00	25.538,00	26.049,00	280.980,00

“PLAN DE VENTAS Y CONCIERTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
2 L.T	1.130,00	1.152,11	1.174,16	1.196,21	1.218,26	1.168,65	1.124,55	1.080,45	1.036,35	992,25	953,66	970,20	13.196,93
MIL 250 M.L	2.264,96	2.309,48	2.354,00	2.398,52	2.448,60	2.348,43	2.253,83	2.164,79	2.075,75	1.992,27	1.914,36	1.953,32	26.478,27
200 M.L	3.694,95	3.767,40	3.839,85	3.918,34	3.996,83	4.075,31	4.159,84	4.244,36	4.328,89	4.413,41	4.503,98	4.594,54	49.537,69
300 M.L	3.732,44	3.805,62	3.878,81	3.959,31	4.039,81	4.120,32	4.200,82	4.281,32	4.369,14	4.456,97	4.544,79	4.632,61	50.021,95
750 M.L	11.602,34	11.830,09	12.070,49	12.310,88	12.551,28	12.804,33	13.057,38	13.323,08	13.588,79	13.854,49	14.132,84	14.411,20	155.537,18
TOTAL	22.424,75	22.864,70	68.606,74	23.783,26	24.254,78	24.517,04	24.796,41	25.094,00	25.398,91	25.709,39	26.049,63	26.561,86	294.772,01

“PLAN DE VENTAS Y CONCIERTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
2 L.T	1.041,86	1.065,02	1.088,17	1.111,32	1.134,47	1.157,63	1.180,78	1.203,93	1.227,08	1.250,24	1.273,39	1.296,54	14.030,42
MIL 250 M.L	2.091,88	2.132,79	2.173,69	2.214,59	2.261,34	2.308,08	2.354,83	2.401,58	2.448,32	2.295,07	2.547,66	2.600,25	28.030,07
200 M.L	4.919,36	5.020,79	5.122,22	5.223,65	5.325,08	5.432,84	5.540,61	5.648,38	5.762,49	5.876,60	5.997,05	6.117,50	65.986,55
300 M.L	4.964,14	5.064,04	5.163,93	5.263,83	5.371,41	5.479,00	5.586,58	5.701,84	5.817,11	5.932,38	6.047,64	6.170,59	66.562,49
750 M.L	15.437,32	15.742,87	16.061,72	16.380,56	16.712,69	17.044,82	17.390,23	17.735,64	18.094,34	18.453,04	18.825,02	19.197,01	207.075,24
TOTAL	28.454,55	29.025,50	29.609,72	30.193,95	30.804,99	31.422,36	32.053,03	32.691,37	33.349,35	34.007,32	34.690,76	35.381,88	381.684,77

“PLAN DE VENTAS Y CONCIERTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
2 L..T	1.385,68	1.416,06	1.446,45	1.476,84	1.507,23	1.537,62	1.568,00	1.598,39	1.628,78	1.659,17	1.689,55	1.726,02	18.639,79
MIL 250 M.L	2.785,48	2.840,70	2.895,91	2.951,13	3.012,49	3.073,84	3.135,20	3.196,55	3.257,90	3.325,39	3.392,88	3.460,37	37.327,85
200 M.L	6.549,84	6.682,97	6.816,10	6.949,22	7.089,01	7.228,79	7.375,20	7.521,67	7.674,76	7.827,86	7.987,61	8.147,36	87.850,42
300 M.L	6.608,22	6.737,32	6.874,49	7.011,65	7.148,82	7.294,06	7.439,29	7.584,53	7.737,83	7.891,14	8.052,51	8.213,88	88.593,74
750 M.L	20.561,39	20.965,92	21.384,40	21.816,83	22.249,26	22.695,64	23.155,97	23.616,30	24.090,58	24.578,81	25.067,04	25.569,22	275.751,37
TOTAL	37.890,61	38.642,97	39.417,35	40.205,68	41.006,81	41.829,95	42.673,69	43.517,44	44.389,86	45.282,37	46.189,60	47.116,85	508.163,17

“PLAN DE VENTAS Y CONCIERTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
2 L..T	1.850,61	1.888,90	1.927,19	1.965,47	2.003,76	2.042,05	2.080,34	2.125,01	2.169,68	2.214,35	2.259,02	2.303,69	24.830,06
MIL 250 M.L	3.704,26	3.781,56	3.858,87	3.936,17	4.013,48	4.090,79	4.174,53	4.258,28	4.342,03	4.425,78	4.515,97	4.606,16	49.707,88
200 M.L	8.722,47	8.897,20	9.071,93	9.253,65	9.435,37	9.624,07	9.819,77	10.015,47	10.218,15	10.420,84	10.630,51	10.840,19	116.949,63
300 M.L	8.794,02	8.971,93	9.149,84	9.336,23	9.522,62	9.709,00	9.903,66	10.098,72	10.302,05	10.505,38	10.717,18	10.928,98	117.939,81
750 M.L	27.389,61	27.931,54	28.488,12	29.059,35	29.645,23	30.231,10	30.831,62	31.446,79	32.076,60	32.721,06	33.380,17	34.053,93	367.255,12
TOTAL	50.460,96	51.471,13	52.495,95	53.550,88	54.620,45	55.697,01	56.810,12	57.944,26	59.108,51	60.287,41	61.502,85	62.732,95	676.682,50

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

ANEXO 5: Proyecciones mensuales de los costos desde el año 1- 5

Año 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
2 L..T	315,00	330,75	348,08	365,40	384,30	368,55	354,38	340,20	326,03	313,43	300,83	316,58	4.063,50
MIL 250 M.L	636,00	667,80	701,19	736,17	772,74	742,53	712,32	683,70	656,67	629,64	604,20	634,41	8.177,37
200 M.L	1.035,00	1.086,75	1.141,95	1.198,88	1.259,25	1.209,23	1.160,93	1.114,35	1.069,50	1.026,38	984,98	1.035,00	13.322,18
300 M.L	1.045,50	1.097,78	1.152,14	1.210,69	1.271,33	1.221,14	1.173,05	1.127,05	1.081,05	1.037,14	995,32	1.045,50	13.457,68
750 M.L	3.253,50	3.416,18	3.586,08	3.766,83	3.954,81	3.795,75	3.643,92	3.499,32	3.358,34	3.224,58	3.094,44	3.249,89	41.843,63
TOTAL	6.285,00	6.599,25	6.929,44	7.277,96	7.642,43	7.337,20	7.044,59	6.764,62	6.491,58	6.231,16	5.979,76	6.281,37	5.979,76

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
2 L..T	339,02	345,63	352,25	358,86	365,48	350,60	337,37	324,14	310,91	297,68	286,10	291,06	3.959,08
MIL 250 M.L	679,49	692,84	706,20	719,55	734,58	704,53	676,15	649,44	622,72	597,68	574,31	585,99	7.943,48
200 M.L	1.108,49	1.130,22	1.151,96	1.175,50	1.199,05	1.222,59	1.247,95	1.273,31	1.298,67	1.324,02	1.351,19	1.378,36	14.861,31
300 M.L	1.119,73	1.141,69	1.163,64	1.187,79	1.211,94	1.236,09	1.260,25	1.284,40	1.310,74	1.337,09	1.363,44	1.389,78	15.006,58
750 M.L	3.480,70	3.549,03	3.621,15	3.693,26	3.765,38	3.841,30	3.917,21	3.996,92	4.076,64	4.156,35	4.239,85	4.323,36	46.661,15
TOTAL	6.727,42	6.859,41	6.995,19	7.134,98	7.276,43	7.355,11	7.438,92	7.528,20	7.619,67	7.712,82	7.814,89	7.968,56	88.431,60

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
2 L..T	312,56	319,50	326,45	333,40	340,34	347,29	354,23	361,18	368,12	375,07	382,02	388,96	4.209,12
MIL 250 M.L	627,57	639,84	652,11	664,38	678,40	692,43	706,45	720,47	734,50	748,52	764,30	780,07	8.409,02
200 M.L	1.475,81	1.506,24	1.536,66	1.567,09	1.597,52	1.629,85	1.662,18	1.694,51	1.728,75	1.762,98	1.799,11	1.835,25	19.795,97
300 M.L	1.489,24	1.519,21	1.549,18	1.579,15	1.611,42	1.643,70	1.675,97	1.710,55	1.745,13	1.779,71	1.814,29	1.851,18	19.968,75
750 M.L	4.631,19	4.722,86	4.818,51	4.914,17	5.013,81	5.113,44	5.217,07	5.320,69	5.428,30	5.535,91	5.647,51	5.759,10	62.122,57
TOTAL	8.536,37	8.707,65	8.882,92	9.058,18	9.241,50	9.426,71	9.615,91	9.807,41	10.004,80	10.202,20	10.407,23	10.614,56	114.504,43

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
2 L..T	415,70	424,82	433,94	443,05	452,17	461,28	470,40	479,52	488,63	497,75	506,87	517,81	5.591,94
MIL 250 M.L	835,64	852,21	868,77	885,34	903,75	922,15	940,56	958,96	977,37	997,62	1.017,86	1.038,11	11.198,35
200 M.L	1.964,95	2.004,89	2.044,83	2.084,77	2.126,70	2.168,64	2.212,57	2.256,50	2.302,43	2.348,36	2.396,28	2.444,21	26.355,13
300 M.L	1.982,47	2.021,20	2.062,35	2.103,50	2.144,65	2.188,22	2.231,79	2.275,36	2.321,35	2.367,34	2.415,75	2.464,16	26.578,12
750 M.L	6.168,42	6.289,78	6.415,32	6.545,05	6.674,78	6.808,69	6.946,79	7.084,89	7.227,17	7.373,64	7.520,11	7.670,76	82.725,41
TOTAL	11.367,18	11.592,89	11.825,21	12.061,70	12.302,04	12.548,98	12.802,11	13.055,23	13.316,96	13.584,71	13.856,88	14.135,06	152.448,95

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
2 L..T	555,18	566,67	578,16	589,64	601,13	612,62	624,10	637,50	650,90	664,30	677,71	691,11	7.449,02
MIL 250 M.L	1.111,28	1.134,47	1.157,66	1.180,85	1.204,04	1.227,24	1.252,36	1.277,48	1.302,61	1.327,73	1.354,79	1.381,85	14.912,37
200 M.L	2.616,74	2.669,16	2.721,58	2.776,09	2.830,61	2.887,22	2.945,93	3.004,64	3.065,45	3.126,25	3.189,15	3.252,06	35.084,89
300 M.L	2.638,21	2.691,58	2.744,95	2.800,87	2.856,78	2.912,70	2.971,16	3.029,62	3.090,61	3.151,61	3.215,15	3.278,69	35.381,94
750 M.L	8.216,88	8.379,46	8.546,44	8.717,81	8.893,57	9.069,33	9.249,49	9.434,04	9.622,98	9.816,32	10.014,05	10.216,18	110.176,54
TOTAL	15.138,29	15.441,34	15.748,79	16.065,26	16.386,14	16.709,10	17.043,04	17.383,28	17.732,55	18.086,22	18.450,86	18.819,88	203.004,75

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

ANEXO 6: Proyección de los gastos operacionales por cada mes durante los primeros cinco años de operación de la empresa.

Año 1

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS													
ALQUILER													
PUBLICIDAD	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
INTERNET	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00
SEGURIDAD													-
DISEÑADOR GRÁFICO	350,00				350,00				350,00				1.050,00
PRESUPUESTOS EN PREMIOS	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	300,00												300,00
MOVILIZACIÓN	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
SUMINISTROS DE OFICINA	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
CAPACITACIÓN	200,00					200,00					200,00		600,00
TOTAL	1.650,00	800,00	800,00	800,00	800,00	1.150,00	1.000,00	800,00	800,00	800,00	1.000,00	800,00	11.550,00

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 2

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS													
ALQUILER													
PUBLICIDAD	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	3.600,00
INTERNET	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	600,00
SEGURIDAD													-
DISEÑADOR GRÁFICO	385,00				380,00				380,00				4.200,00
PRESUPUESTOS EN PREMIOS	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	1.200,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	330,00												300,00
MOVILIZACIÓN	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	3.000,00
SUMINISTROS DE OFICINA	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	1.200,00
CAPACITACIÓN	220,00					220,00					220,00		600,00
TOTAL	1.815,00	880,00	880,00	880,00	1.265,00	1.100,00	880,00	880,00	1.265,00	880,00	1.100,00	880,00	12.705,00

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 3

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS													
ALQUILER													
PUBLICIDAD	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	4.356,00
INTERNET	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	726,00
SEGURIDAD													-
DISEÑADOR GRÁFICO	423,50				423,50				423,50				1.270,00
PRESUPUESTOS EN PREMIOS	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	1.452,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	363,00												363,00
MOVILIZACIÓN	302,50	302,50	302,50	302,50	302,50	302,50	302,50	302,50	302,50	302,50	302,50	302,75	3.630,00
SUMINISTROS DE OFICINA	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	1.452,00
CAPACITACIÓN	242,00					242,00					242,00		484,00
TOTAL	1.996,50	968,00	968,00	968,00	1.391,50	1.210,00	968,00	968,00	1.391,00	968,00	968,00	968,00	13.733,50

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 4

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS													
ALQUILER													
PUBLICIDAD	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	4.791,60
INTERNET	66,55	66,50	66,50	66,50	66,50	66,50	66,50	66,50	66,50	66,50	66,50	66,50	798,60
SEGURIDAD													-
DISEÑADOR GRÁFICO	465,85				465,85				465,85				1.397,55
PRESUPUESTOS EN PREMIOS	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	1.597,20
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	399,30												399,30
MOVILIZACIÓN	332,75	332,75	332,75	332,75	332,75	332,75	332,75	332,75	332,75	332,75	332,75	332,75	3.993,00
SUMINISTROS DE OFICINA	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	1.597,20
CAPACITACIÓN	266,20					266,20					242,00		532,40
TOTAL	2.196,15	1.064,80	1.064,80	1.064,80	1.530,65	1.331,00	1.064,80	1.064,80	1.530,65	1.064,80	1.064,80	1.064,80	15.106,85

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Año 5

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS													
ALQUILER													
PUBLICIDAD	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	5.270,76
INTERNET	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	878,46
SEGURIDAD													-
DISEÑADOR GRÁFICO	512,44				512,44				512,44				1.537,31
PRESUPUESTOS EN PREMIOS	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	1.556,92
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	439,23												439,23
MOVILIZACIÓN	366,03	366,03	366,03	366,03	366,03	366,03	366,03	366,03	366,03	366,03	366,03	366,03	4.392,30
SUMINISTROS DE OFICINA	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	1.756,92
CAPACITACIÓN	292,82					292,82					292,82		585,64
TOTAL	2.415,77	1.171,28	1.171,28	1.171,28	1.683,72	1.464,10	1.171,28	1.171,28	1.683,72	1.171,28	1.171,28	1.171,28	16.617,54

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIERTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIERTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

1

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIERTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIERTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”

“PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN DEL CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, A PARTIR DEL AÑO 2023”