



**INSTITUTO DE NEGOCIOS  
“HUMANE”**

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN  
DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ  
UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR  
DEL AÑO 2023”.

**TOMO I**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN  
OPCIÓN PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**ALBERTO ANDRÉS ITURRALDE BRINKMANN**

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

**2022**



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

**TÍTULO:** “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.”

**AUTOR/ES:** Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

**TUTOR:** Andrés Alprect Quiroz

**INSTITUCIÓN:** Instituto de Negocios “HUMANE”

**FACULTAD:** Administración

**CARRERA:** Administración de Empresas

**FECHA DE PUBLICACIÓN:** 19 de septiembre 2022

**Nº DE PÁG:** 80

**ÁREA TEMÁTICA:** Plan de negocios

**PALABRAS CLAVES:** Plan de negocios, bebidas, hidratación, café

**RESUMEN:** El presente plan de negocios se presenta como una oportunidad de inversión para el mercado de los hidratantes con un público objetivo basado en los deportistas y personas que necesiten recuperar energías que han gastado durante el transcurso del día. La bebida hidratante se basa en el toque del chocolate blanco que sin duda es una degustación al paladar del público, de esta manera genera un placer en gusto, por otro lado, el beneficio del chocolate aportando energías así como también vitamina A, potasio, magnesio, zinc y hierros que son importantes para el organismo de las personas.

**Nº DE REGISTRO:** A-EC-08-08

**Nº DE CLASIFICACIÓN:** A-EC-08-08

**DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):**

**ADJUNTO PDF:**

SI

X

NO

**CONTACTO CON AUTOR/ES:**

**Teléfono:**

**E-mail:**

**CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:**

**Nombre:** Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA

**Teléfono:** (04) 288 2710

**Mail:** [cpazmino@humane.edu.ec](mailto:cpazmino@humane.edu.ec)

## **AGRADECIMIENTO**

*Quisiera brindar un gran agradecimiento a varias personas que formaron parte de esta etapa de mi vida, a mi familia que es lo más importante en esta vida, a mis padres quienes siempre han estado apoyándome en todo lo necesario para poder salir adelante en mis estudios, a mis amigos por siempre darme sus opiniones, a los profesores que me han compartido su conocimiento durante estos largos años.*

## **DEDICATORIA**

*Quisiera brindar un gran agradecimiento a varias personas que formaron parte de esta etapa de mi vida, a mi familia que es lo más importante en esta vida, a mis padres quienes siempre han estado apoyándome en todo lo necesario para poder salir adelante en mis estudios, a mis amigos por siempre darme sus opiniones, a los profesores que me han compartido su conocimiento durante estos largos años.*

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Santiago de Guayaquil, 19 de septiembre de 2022

Yo, **Iturralde Brinkmann Alberto Andrés** 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.

---

**Iturralde Brinkmann Alberto Andrés**  
**C.I:1718375791**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Santiago de Guayaquil, 19 de septiembre de 2022

Certifico que el trabajo titulado **“Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa Enfocada En La Comercialización De Una Bebida Hidratante A Base De Café Ubicado En La Ciudad De Guayaquil, A Partir Del Año 2023”** ha sido elaborado por **Iturralde Brinkmann Alberto Andrés** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

---

**Ing. Marcelo Cevallos Duque, MBA**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente plan de negocios se presenta como una oportunidad de inversión para el mercado de los hidratantes con un público objetivo basado en los deportista y personas que necesiten recuperar energías que han gastado durante el transcurso del día. El proyecto presenta una distribución en los canales de supermercados, tiendas, gasolineras y las universidades, así como también los establecimientos deportivos, marcando un reparto para el alcance de las personas que desean y quieren degustar el producto.

La bebida hidratante se basa en el toque del chocolate blanco que sin duda es una degustación al paladar del público, de esta manera genera un placer en gusto, por otro lado, el beneficio del chocolate aportando energías, así como también vitamina A, potasio, magnesio, zinc y hierros que son importantes para el organismo de las personas.

El proyecto beneficia a un número de personas considerables mediante el empleo digno con la remuneración adecuada y acorde a la estipulada en el ministerio del trabajo, oportunidad para las empresas de la materia prima que alcanzarán un crecimiento debido a la demanda que tendrán. De esta forma el aporte hacia la parte económica del país es contundente y vista de buena forma. El plan de negocios es amigable con el medio ambiente debido a que se presentaran envases donde estará el producto que son biodegradable o en cuestión reciclables para su posterior reutilización, y de esta forma reducir la huella de carbono, ha este proceso se lo denomina el programa de las 3R, que son reduce, reutiliza, recicla.

El monto de inversión es del 65% por parte del inversionista, es decir de \$72.865 dejando en un 35% para el financiamiento bancario con un rubro de \$39.235, lo cual tendrá una tasa de pago de intereses por parte de entidad bancaria del 11,23% que es manejable y las más adecuada para el proyecto, tomando en cuenta los pagos mensuales que se desembolsarán en cuestión de pagos a corto plazo. La tasa interna de retorno es del 56,49% muy aceptable para un mercado de bebidas hidratantes que se contrasta con el WACC que es del 22%. El periodo de recuperación está dentro del horizonte de tiempo de 3 años con respecto a los cinco (5) años en los cuales el proyecto es estudiado y analizado.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**ABSTRACT**

This business plan is presented as an investment opportunity for the moisturizing market with a target audience based on athletes and people who need to recover energy that they have spent during the day. The project presents a distribution in the channels of supermarkets, stores, gas stations and universities as well as sports establishments, marking a distribution for the reach of people who want and want to taste the product.

The hydrating drink is based on the touch of white chocolate that is undoubtedly a taste for the public's palate, in this way it generates a pleasure in taste, on the other hand, the benefit of chocolate providing energy as well as vitamin A, potassium, magnesium, zinc and irons that are important for the human body.

The project benefits a considerable number of people through decent employment with adequate remuneration and in accordance with that stipulated in the Ministry of Labor, an opportunity for the raw material companies that will achieve growth due to the demand they will have. In this way the contribution to the economic part of the country is forceful and seen in an effective way. The business plan is friendly to the environment due to the fact that containers will be presented where the product will be biodegradable or recyclable for later reuse, and in this way reduce the carbon footprint, this process is called the program of the 3Rs, which are reduce, reuse, recycle.

The investment amount is 65% by the investor, that is, \$72,865, leaving 35% for bank financing with an item of \$39,235, which will have an interest payment rate by the bank of 11, 23% that is manageable and the most appropriate for the project, taking into account the monthly payments that will be disbursed in a matter of short-term payments. The internal rate of return is 56.49%, which is very acceptable for a moisturizing beverage market, in contrast to the WACC, which is 22%. The recovery period is within the time horizon of 3 years with respect to the five (5) years in which the project is studied and analyzed.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

ÍNDICE GENERAL

<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I: Diseño de la Investigación .....</b>	<b>2</b>
1.1 Planteamiento Del Problema .....	3
1.2 Formulación Del Problema .....	3
1.3 Sistematización Del Problema .....	4
1.4 Objetivo General .....	4
1.4.1 Objetivos Específicos .....	4
1.5 Justificación .....	4
1.6 Marco Teórico .....	5
1.7 Marco conceptual .....	11
<b>Capítulo II: Propuesta Comercial.....</b>	<b>12</b>
2.1 Descripción De La Empresa .....	13
2.2 Visión .....	14
2.3 Misión .....	14
2.4 Valores.....	14
2.5 Objetivo General .....	14
2.6 Objetivos Específicos.....	15
2.7 Modelo Canvas.....	16
2.8 Estrategia Genérica .....	20
2.9 Ventajas Competitivas .....	20
2.10 Estructura Organizacional .....	21
2.11 Plan de Marketing.....	22
2.11.1 Contexto General Del Mercado.....	22
2.11.2 Perfil Del Cliente .....	22
2.11.3 Estrategia De Producto .....	22
2.11.4 Estrategia De Precio .....	23
2.11.5 Estrategia De Distribución.....	24
2.11.6 Estrategia De Promoción .....	25
2.11.7 Estrategia De Personas .....	26
2.11.8 Procesos.....	26
2.11.9 Estrategia De Evidencia Física .....	28
2.12 Plan de Acción.....	31
<b>Capítulo III: Análisis Financiero del Proyecto .....</b>	<b>36</b>
3.1 Principales Supuestos Financieros .....	37
3.2 Financiamiento del proyecto .....	37
3.2.1 Inversión.....	37
3.2.2 Sueldos proyectados.....	38
3.2.3 Productos y Ventas .....	38
3.2.4 Costos y gastos.....	40

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

3.2.5	Préstamo Bancario.....	42
3.2.6	Análisis del Estado Financiero .....	43
3.3	Indicadores Económicos.....	45
3.4	Punto de Equilibrio.....	46
3.5	Ratios Financieros .....	46
<b>Conclusiones y Recomendaciones .....</b>		<b>49</b>
	Conclusiones .....	50
	Recomendaciones .....	51
<b>4</b>	<b>Bibliografía.....</b>	<b>52</b>
<b>Anexos.....</b>		<b>56</b>
	<b>Anexo 1 .....</b>	<b>57</b>
	<b>Anexo 2 .....</b>	<b>58</b>
	<b>Anexo 3 .....</b>	<b>63</b>
	<b>Anexo 4 .....</b>	<b>68</b>
	<b>Anexo 5 .....</b>	<b>73</b>
	<b>Anexo 6 .....</b>	<b>76</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**TABLA DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1 Organigrama de la empresa .....	21
Ilustración 2 Procesos a seguir de la empresa .....	27
Ilustración 3 Logo Empresarial.....	29
Ilustración 4 Logo Visual.....	29
Ilustración 5 Special Gifts .....	29
Ilustración 6 Vestimenta del Personal.....	30
Ilustración 7 Indicadores Económicos.....	45

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**NDICE DE TABLAS**

Tabla N° 1 Precios estimados de las bebidas.....	24
Tabla N° 2 Supuestos Financieros Proyectados.....	37
Tabla N° 3 Activos proyectados de la empresa .....	38
Tabla N° 4 Precios proyectados para los productos .....	39
Tabla N° 5 Demanda esperada totales anuales de los diferentes productos que se ofertaran.....	39
Tabla N° 6 Ventas Proyectadas para los diferentes productos ofertados (en dólares).....	40
Tabla N° 7 Proyección de los costos .....	41
Tabla N° 8 Proyección de los gastos operacionales.....	41
Tabla N° 9 Préstamo Bancario .....	42
Tabla N° 10 Proyección de los pagos anuales .....	42
Tabla N° 11 Estado de Resultado Financiero.....	43
Tabla N° 12 Balance General Proyectado .....	44
Tabla N° 13 Punto de Equilibrio de la empresa durante los años de operación.....	46
Tabla N° 14 Ratios Financieros proyectados para la operación de la empresa.....	47

# PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

## INTRODUCCIÓN

La pandemia ha ocasionado una reflexión global en donde las personas han adquirido una mejor conciencia sobre lo importante que es mantenerse en forma y con buena salud. A raíz de esto la sociedad busca constantemente mantenerse haciendo deporte para evitar problemas con la salud y siempre mantenerse con las defensas altas. Al realizar dichas actividades las personas tienden a deshidratarse y por lo tanto buscan una bebida hidratante que mitigue el impacto de la deshidratación por realizar el ejercicio. Como valor agregado chocolate blanco.

Las bebidas Hidratantes contienen hidratos de carbono (azúcares), que pueden ofrecer un aporte inmediato de energía cuando se gastan las reservas del cuerpo. Las bebidas deportivas también contienen electrolitos, como el sodio y el potasio, que el cuerpo pierde a través del sudor. Estas sustancias ayudan a mantener el equilibrio de los fluidos corporales y ayudan a los músculos a funcionar correctamente. por lo cual están diseñadas para permitir al atleta recuperar y rehidratarse simultáneamente durante el ejercicio.

El fin de este negocio sería crear una bebida hidratante con un valor agregado que no solo hidrate a los deportistas, sino que a su vez la bebida contenga dosis de cafeína ya que estimula el sistema nervioso central, lo que puede hacer que el consumidor se sienta más despierto y le dará un impulso de energía. Además, La cafeína ayuda a las células grasas a descomponer la grasa corporal y a utilizarla como combustible para el entrenamiento. Al mezclar ambos beneficios se obtiene una bebida el cual aprovecha los beneficios de una bebida hidratante con una bebida energizante.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

# **Capítulo I: Diseño de la Investigación**

# PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

## 1.1 Planteamiento Del Problema

El planteamiento del problema identifica los siguientes síntomas, causas, pronóstico del problema y cómo controlarlo.

### SINTOMA

- Disminución del volumen de ventas.
- Baja demanda del producto
- Altos niveles de quejas por el sabor del producto
- Limitada información en las personas sobre los beneficios del café.

### CAUSA

- Manejo no adecuado de las campañas de marketing
- Alta competitividad en el mercado
- Falta de control de calidad en los insumos.
- Pocos puntos de venta que oferten bebidas hidratantes a base de café.

### PRONOSTICO

- La disminución en las ventas, clientes insatisfechos con el producto, puede llevar a la empresa a un margen de pérdida y un negocio no rentable

### CONTROL DEL PRONÓSTICO

- Hacer un plan estructurado en el cual incremente las ganancias de la empresa, para que los stakeholders estén satisfechos

## 1.2 Formulación Del Problema

¿Cuál será el impacto de implementar un plan de negocios para la creación de una empresa enfocada en la comercialización de una bebida hidratante a base de café ubicado en la ciudad de guayaquil, a partir del año 2023?

# PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

## 1.3 Sistematización Del Problema

- ¿Cuáles serían las estrategias adecuadas para implementar un correcto plan de marketing?
- ¿Cómo mitigar el impacto de la alta competitividad en el mercado?
- ¿Cuáles son las consecuencias de no contar con un control de calidad para la revisión de los insumos?
- ¿Cuál sería el impacto de los pocos puntos de venta que oferten bebidas hidratantes a base de café?

## 1.4 Objetivo General

Determinar el impacto de implementar un plan de negocios para la creación de una empresa enfocada en la comercialización de una bebida hidratante a base de café ubicado en la ciudad de guayaquil, a partir del año 2023.

### 1.4.1 Objetivos Específicos

- Analizar el impacto de tener un buen plan de marketing en las redes sociales.
- Determinar las ventajas de implementar un nuevo producto al mercado basado en el café.
- Identificar como afecta en beneficio de la calidad de un producto basado en el café, según su fórmula.
- Evaluar cómo afecta el impacto de tener altos puntos de venta que oferten bebidas hidratantes a base de café.

## 1.5 Justificación

Las bebidas energizantes tienen mucho potencial por delante, en Ecuador la mayoría de las bebidas son importadas, dejando una puerta abierta para el consumo nacional de una bebida hidratante con un toque especial de

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

cafeína y chocolate blanco, en el cual se tiene beneficios con alto potencial para mantener una buena salud.

A raíz de todo lo mencionado surge una idea para crear un plan de negocios y poder evaluar la entrada de un producto de bebidas hidratantes al mercado ecuatoriano. Que a su vez fomentara a las personas que emprendan en negocios locales y no internacionales para ver un Ecuador salir un poco más de la dependencia de marcas internacionales.

El presente proyecto está dirigido para todas las personas adultas que son amantes del café, que realizan actividades de oficina, deportivas y labores cotidianas, las cuales necesitan una bebida hidratante para mantenerse con energía y que vaya acorde a sus gustos. De esta manera dar a conocer un nuevo producto con altos estándares de calidad y que los puedan disfrutar a cualquier hora del día.

### **1.6 Marco Teórico**

#### ***Marketing Concepto***

El marketing es una herramienta fundamental para las empresas, según Philip Kotler “es un proceso social y administrativo mediante el cual los grupos de individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes” (Fuente, 2022)

El plan de marketing es una planificación táctica, en el cual se decide las acciones del marketing que se utilizaran en cada segmento de mercado específico y con sus recursos para conseguir los objetivos. Las acciones del plan del marketing vienen dadas en una programación de metas a cumplirse en tiempos específicos determinados, que estos pueden ser a corto o largo plazo, según lo que se implemente conseguir. Los recursos para que se lleve a cabo esto se lo puede enfatizar en dinero o activos fijos a utilizarse. (Carpintero Viejo, 2014)

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

### ***Estrategias plan de marketing.***

Las estrategias de un plan de marketing se los desarrolla en base al producto, precio, plaza, promoción, presupuesto, es decir que para cada etapa se desplegara ciertos criterios, de tal forma que en la parte de producto éste se vea atractivo en su presentación, con un buen precio acorde al segmento de mercado, además de definir el presupuesto que esto conlleva implementar. (Apráez Orellana & Proaño Martínez, 2015)

El plan de marketing ayuda a mantener una estructura en base a los requerimientos que desea implementar la empresa para llegar a su público objetivo o de otra manera impactar y que estos se conviertan en posibles clientes potenciales a corto plazo. Un estudio realizado por Martínez (2014), dice que, los anuncios atractivos y bien posicionados obtuvo un aumento del 15% en clicks, es decir que se genero un trafico hacia la pagina web y un aumneto de sus ventas. Por otro lado en las redes sociales de facebook y twitter, teniendo en cuenta que en la primera red social se realizo una fan page en la cual se publicaba dos veces a la semana y que en la segunda red social se mantenía tuits con el link de la pagina web, como consecuencia en facebook los resultados fueron un incremento del 49,42% y en twitter un 37,5% de seguidores con respecto a su objetivo que fue del 50% en seis meses, lo cual se lo realizo en un mes.

La importancia del marketing es fundamental puesto que, es el medio digital para poder llegar a la audiencia en general y de esta forma al cliente potencial. En el Ecuador por orden de importancia las redes sociales son facebook, whatsapp y twitter figura como tercero en la lista. Las edades que más usan estas redes sociales figuran entre 14-17 años de edad con un 72%, con un 73% están las personas de 18 años, entre 19-23 se mantiene con 74%, par las personas entre 24-34 represento un porcentaje de 68% y las personas entre 35-44 con un 57%. Por lo tanto el marketing digital por medio de las redes sociales se debe darse de una manera de oportunidad

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

que los productos obtengan mejor visibilidad y que esto pueda desarrollarse en el comercio electrónico. (López, Beltrán, Morales, & Cavero, 2018)

### ***Lanzamiento de un nuevo producto***

Implementar un producto nuevo en el mercado se puede determinar en la necesidad que tiene o presenta dicho segmento de mercado al cual se lo desea vender y de esta manera lo importante que es exceder las expectativas del consumidor. Las ventajas que se puedan presentar son el crecimiento en la participación de mercado, es decir, en la ampliación de los nuevos potenciales clientes y que estos se muestren interesados por la prueba y la adquisición de éstos.

El acorde lanzamiento de un nuevo producto al mercado va de la mano de ciertos parámetros a seguir como lo es un análisis del buyer persona, en el cual nos puede decir que interés tendría en comprarlo, porque medios vio el anuncio o busco información relacionada con el producto; esto se realiza para crear contenidos útiles y de gran impacto además de reducir costes de operación en dichos lanzamientos.

De otra manera un análisis FODA en el cual se entiende cuáles son los puntos débiles y fuertes, para luego contrarrestarlos, posteriormente realizar un Benchmarking el cual nos permite realizar una comparación del producto frente a los demás competidores del segmento de mercado para poder incrementar en que lugares o de qué forma llevar un buen marketing físico o de manera virtual. (Blog, 2022).

Finalmente, la importancia de un nuevo producto en el mercado basado en el café es de gran impacto, debido a la degustación de nuevos sabores y olores que este puede tener y de esta manera darle un valor agregado al producto ecuatoriano y de otra manera dar a conocer a la cantidad de personas extranjeras que visitan el país, como consecuencia comercializarlo como producto exportado. (González Romero, 2014)

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

### ***Beneficios del Café***

Los beneficios que puede tener el café es que posee alrededor de un 13% de proteínas y grasas, además de una cantidad muy inferior de hidratos de carbono, siendo además una gran fuente de fibra que es de suma productividad para el cuerpo humano. De igual manera se puede encontrar otros compuestos nutritivos como el potasio, selenio, calcio y magnesio y con menores cantidades de vitamina B. Otros de los beneficios, es rico en antioxidantes como los polifenoles que sirven para mejorar la salud en el tema cardiovascular. La activación de la mente, en el cual hace efecto la cafeína lo cual lo estimula, lo que también produce la mejora de algunas funciones cognitivas, como acelerar los procesos del cerebro y de esta manera aumentar el funcionamiento de la memoria; estar despiertos, atentos y concentrados a lo largo del día es otro de los rendimientos. (Gottau, 2018)

El café también tiene la propiedad de ayuda a retardar el envejecimiento de la piel, para que esta éste en buen estado, es decir los antioxidantes previenen el daño celular, y la vitalidad del cutis y de propiedades revitalizantes de todo el cuerpo humano. (Lua Rendón & Santana Leones, 2017)

### ***Uso del café en deportistas***

Los deportistas usan de manera el café por la cafeína el cual actúa sobre el sistema nervioso y en el cual se provoca que se perciba de manera minia el cansancio y en un tiempo más largo, por lo tanto, aumente el rendimiento. Además, aumenta estar alerta y más concentrados, son dos factores fundamentales para los deportistas. La contribución a la pérdida de peso se debe a la termogénesis, el cual es un proceso del cuerpo humano relacionado con el metabolismo que ayudar a quemar la mayor cantidad de grasa, sin embargo, el complemento es de igual manera con una dieta equilibrada y rica en vegetales y práctica de ejercicio físico. (Nescafé, s.f.)

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

El lanzamiento de un producto nuevo hace que la empresa alcance una diferenciación y que esta se posicione como única y diferente, convirtiéndose de esta manera en una opción más atractiva para los clientes. Por otro lado, el mayor valor de marca por un producto moderno dentro de las similitudes que este pueda tener lleva a un incremento de venta porque se convierte en una de las primeras opciones del cliente final. (Quiroa, Economipedia, 2020)

Las ventajas de un nuevo producto en el mercado en el cual quiera tener éxito deben de tener que mirar muy de cerca al mercado objetivo y a los clientes, con lo cual se obtiene un beneficio con dicha solución. Las asociaciones entre empresas se manejan en esta perspectiva, por lo que abra una mayor acogida o se podrán complementar entre sus productos y de esta manera generar rentabilidad en el corto y largo plazo. (Eberling, 2018)

La fórmula o composición que puede tener una bebida hidratante es los hidratos de carbono en los cuales se encuentran la sacarosa, glucosa, la fructuosa, esto puede ser de manera individual o combinados. Las vitaminas están en el siguiente subgrupo de los componentes como lo es la vitamina B, especialmente las B1, B2, B6, B12 y en ciertos casos la vitamina C. (Melgarejo, 2004)

La calidad del producto viene relacionado a la cantidad de consumo de este, es decir en una suma exagerada puede traer riesgos para la salud debida a que sus componentes alteran el funcionamiento normal del organismo. De esta manera su formulación excesiva de alguna materia prima puede causar taquicardia, nerviosísimo, vómitos y mareos, aumento de la ansiedad, ardor estomacal y sobre todo afección a los vasos sanguíneos. (Vergara Coque, 2016)

Las bebidas hidratantes en el Ecuador se han caracterizado por ser nacionales e importadas, las cuales tienen su visibilidad en el consumo antes, durante y después de realizar la actividad física en las cuales se

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

requiera esfuerzo mental y físico. Dentro de estas se tiene al V220, Volcán y Ergy, las cuales su venta se la realiza a partir de bebidas energizantes. (Vergara Coque, 2016)

El producto final de acuerdo con estándares nacionales e internacionales debe ser rígido puesto que es un producto en el cual se lo va a utilizar en diferentes etapas del día en su consumo. En una investigación realizada por Morán López & Muñoz Villacís (2018), se evidenció que su fórmula contiene agua, permeado, sacarosa, ácido cítrico, sal, saborizantes, citrato de sodio, elementos necesarios para la creación de una bebida hidratante a base de suero de leche. Estos componentes pueden variar de acuerdo a las condiciones del producto y el segmento de mercado.

La distribución en los puntos de venta se los utiliza para lograr que los productos estén a disposición del consumidor final, en los cuales se abarca la selección de lugares óptimos, dentro de estos estarían los supermercados dentro de la ciudad de Guayaquil en una gran escala de personas que puedan concurrir, la visibilidad tiene que ser la más idónea para que pueda ésta resaltar.

Los puntos de venta para los productos son de una manera importantes debido a la segmentación de mercado que este vaya a tener y de acuerdo con su demanda. Las bebidas hidratantes se las puede manejar en localidades donde se realice deporte, como las universidades, colegios, en el cual su público objetivo tendrá la tendencia de ser público joven y adultos; las actividades de concentración en las oficinas también repercuten en estos puntos. (Espinoza Alcívar, 2017)

Un estudio realizado por Veronis, Suhler & Associates, muestra que, en la visualización en las personas es muy importante cuando se está adquiriendo un producto o servicio, estos datos apuntan cuando los clientes están en los diferentes puntos de vista, el 83% de los consumidores son atraídas por la visión, es decir por banners, flyers, publicidad en movimiento o las estáticas, el 11% por la audición y el 3,5% por el olfato; el 1,5% por el

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

tacto y el 1% por el paladar. Es necesario que en estos puntos de venta se realice una planificación de horario en los cuales existan una cantidad de productos disponibles. Llamar la atención es otra manera de atraer potenciales clientes finales, por lo que utilizar material variado para captar en los diferentes puntos de venta deben ser acorde y llamativo; por otro lado, los detalles como una presentación o degustación del producto o de otra manera entrega de obsequios, adhesivos, etc. (Mathias, 2019)

### 1.7 Marco conceptual

*Cliente Potencial.* – Un cliente potencial es aquella persona que se podría convertir en comprador o consumidor final de los productos que oferta una empresa. (Quiroa, Economipedia, 2019)

*Hidratos de carbono.* – Los carbohidratos también llamados hidratos de carbono son los que componen los azúcares, almidones y fibras que se pueden encuentran en su gran en los alimentos como frutas, granos, verduras y productos lácteos. Se los llaman hidratos de carbono, porqué en química contienen carbono, hidrógeno y oxígeno. (Muñoz Renata, 2020)

*Degustación.* – Es la acción, a la cual se refiere ingerir algún alimento con la intención de captar su sabor, aroma y disfrutarlos. (Pérez Porto & Gardey, 2014)

*Segmento de mercado.* - Un segmento de mercado es un grupo de consumidores finales que tienen como características principales ser homogéneos y comunes para satisfacer una necesidad que contienen. (Quiroa, Economipedia, 2020)

*Antioxidante.* - Los antioxidantes son sustancias naturales o fabricadas por el ser humano y que pueden prevenir en corto o largo plazo o retrasar algunos tipos de daños a las células. Los antioxidantes se encuentran en diferentes alimentos, en los cuales se incluyen las frutas y verduras. (Centro Nacional para la Medicina Complementaria y Alternativa, s.f.)

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

## **Capitulo II: Propuesta Comercial**

# PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

## 2.1 Descripción De La Empresa

La empresa Victorem es una empresa dedicada a la comercialización de una bebida hidratante que posee cafeína y un toque especial de chocolate blanco enfocada para todos los deportistas amateurs, profesionales que realicen actividades de oficina y personas que ejecutan labores cotidianas, cuyo propósito sea mitigar el impacto de la deshidratación causada por un desgaste que demanda estas actividades o ejercicios, para de esta manera posicionarnos en el mercado como la marca mejor bebida hidratante de Ecuador.

La empresa contará con departamentos altamente capacitados para realizar las diferentes funciones que se demanda, como la comercialización del producto en puntos estratégicos analizados oportunamente generando valor de poder adquirirlo de una manera más sencilla y rápida. El departamento financiero el cual su función es clave para llevar de forma eficiente todos los datos cuantitativos en los cuales se incurra. De otra manera se tiene al departamento de calidad, en el cual se añade su ocupación en la verificación de que el producto cumpla con todas las normativas y no tenga ningún inconveniente o disgusto en el cliente final.

Los puntos de ventas son universidades, centro donde se realice actividad física, oficinas y locales comerciales en los cuales sean accesibles para cada usuario. Además, la empresa Victorem contará con promociones y regalos para todos sus consumidores, de igual manera con sorteos que se realizaran en el transcurso de los meses, para que de esta manera las personas se sientan identificadas con la bebida.

# PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

## 2.2 Visión

Ser la bebida hidratante para deportista, personas que laboran en oficina y que realizan actividades cotidianas, a base de cafeína y chocolate blanco más vendida del Ecuador, para el año 2026.

## 2.3 Misión

Hidratar, refrescar y recargar las energías pérdidas durante el día por las actividades que se realiza, además de brindar esa sensación original del café y chocolate blanco.

## 2.4 Valores

- *Respeto*: El respeto es la capacidad de reconocer y valorar a todas las personas. Sin respeto por nosotros mismos o por los demás es imposible poner en práctica
- *Integridad*: La integridad es la capacidad de hacer lo correcto en todas las situaciones. Es la puesta en práctica de la honestidad de forma consistente
- *Empatía*: La empatía es la capacidad de entender las necesidades y emociones de otros, fundamental en un negocio
- *Solidaridad*: Ser solidarios es ayudar a otros de forma desinteresada por el bien común A la hora de trabajar en equipo en una empresa se necesita gente con ganas de ayudar.
- *Bondad*: La bondad es el deseo de hacer el bien y expresarlo con acciones concretas, dejando a un lado intereses personales para los fines de la empresa.

## 2.5 Objetivo General

Dar a conocer la bebida hidrante a base de café y chocolate blanco en el mercado nacional y vender en todas las cadenas de mercados más grandes del país, además de los puntos estratégicos de ventas.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**2.6 Objetivos Especificos**

- Incrementar las ventas un 25% anual
- Elaborar un nuevo sabor cada año
- Establecer un margen de satisfacción mayor al 80% de los consumidores
- Ofrecer promociones todos los meses.
- Expandir la bebida hidrante a la región sierra para el segundo año.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**2.7 Modelo Canvas**

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de materia prima.</li> <li>• Proveedores de botellas.</li> <li>• Proveedores de etiquetas.</li> <li>• Entidades Financieras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas de marketing con un mensaje uniforme.</li> <li>• Patrocinio en eventos deportivos.</li> <li>• Atención mediante redes sociales.</li> <li>• Venta de las bebidas.</li> </ul>	<p>La empresa Victorem ofrece bebidas hidratantes con una diferencia en el sabor a base de chocolate blanco, además de ser certificadas de producción orgánica que garantiza un producto si, más saludable, sabroso, refrescante</p> <p>manejamos certificaciones de una producción responsable, orgánica y amigable con el medio ambiente y con la salud de nuestros consumidores</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Popularización del producto mediante mensajes positivos.</li> <li>• Promociones en eventos deportivos.</li> <li>• Videos cortos disfrutando de la bebida.</li> <li>• Promoción en atletas y equipos profesionales y amateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hombres y mujeres entre 18 y 55 años.</li> <li>• Personas activamente económicas.</li> <li>• Personas ubicadas en la ciudad de Guayaquil.</li> <li>• Personas atléticas de Universidades, centros deportivos.</li> </ul>
	<p><b>RECURSOS CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planta de producción y embotellado.</li> <li>• Materia prima y complementarios.</li> <li>• Maquinarias</li> <li>• Mano de obra</li> <li>• Seguridad</li> </ul>		<p><b>CANALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> <li>• Instagram</li> <li>• Twitter</li> <li>• Tiktok</li> <li>• Tv</li> <li>• Volantes</li> <li>• Banners</li> <li>• Supermercados</li> </ul>	
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Puntos de ventas</li> <li>• Marketing</li> <li>• Distribución</li> <li>• Producción</li> <li>• Publicidad</li> </ul>			<p><b>FUENTES DE INGRESOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas de las bebidas</li> <li>• Tarjeta de débito / crédito</li> <li>• Crypto payment</li> </ul>	

# **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

## **Propuesta de Valor**

La creación de una bebida hidratante enfocada para atletas que a su vez contenga una dosis de cafeína el cual ayuda a las células grasas a descomponer la grasa corporal y a utilizarla como combustible para el entrenamiento adicionando como valor agregado chocolate blanco. Además de contar con certificaciones de producción orgánica con lo cual se es amigable con el medio ambiente. Es de esta forma que la bebida de igual manera contribuye con la salud de sus consumidores.

## **Segmento de Cliente**

El segmento del cliente está enfocado en las personas hombres y mujeres entre los 18 y 55 años que se encuentran ubicados en la ciudad de Guayaquil, los cuales serán económicamente activos, de esta forma también se consideran a las personas de oficina y personas que realizan actividades cotidianas diarias que gastan energías y necesitan reponerlas. Además de los atletas de las universidades que necesitan un hidratante oportuno para de igual manera recibir posteriormente sus actividades académicas.

## **Canales**

El principal canal sería las redes sociales ya que es por donde más se fomenta el marketing hoy en día, como lo son Facebook donde se podrán encontrar a personas adultas, en red social de Instagram que son usadas de forma más frecuente por adultos jóvenes será de gran impacto para llegar a dicho público objetivo; en tik tok se encuentran un gran número de personas adultas jóvenes y mayores que la utilizan para visualizar tendencia, serviría de gran impacto para este conjunto de público. Sin embargo, usaremos los canales tradicionales como volantes, banner por la

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

ciudad que serán entregado en avenidas o calles en donde se tenga mucha concurrencia de personas y en horarios en los cuales exista afluencia de personas como en los centros comercial o supermercados; la televisión como pautas publicitarias o cuñas que serán de beneficio para el crecimiento del potencial consumidor.

### **Relación con el cliente**

La bebida hidratante esta netamente conectada con el deporte por ende los consumidores necesitan ver la bebida en eventos deportivos, también que deportistas reconocidos consuman la bebida y cuando haya eventos deportivos que vean que la bebida se distribuye en ese ambiente ya sea como parte del kit deportivo o al final de las carreras atléticas. Además, se considera mediante mensajes positivos de la forma de expresar como la bebida hidrante con un toque especial de café ayuda y contribuye a la salud. De otra forma las personas podrán grabarse en un video corto disfrutando la bebida hidratante y mandarlos nuestros medios de comunicación para esta manera publicarlos o usarlos en posteriores promociones y ser considerado imagen, además de ser posteados en las redes sociales. En los atletas profesionales también se consideran los amateurs o los que practican deportes y necesitan de bebidas hidratantes.

### **Fuentes de Ingreso**

Para los métodos de pagos se aceptarán métodos de pago tradicionales como efectivo, tarjetas de débito y crédito en esta se considera un plazo en cortas semanas, sin embargo, contaremos con otros métodos de pago no tradicionales como Cryto payment la cual se está tomando más en cuenta como otra forma diferente y lo podrán realizar de manera que los dos usuarios tengan la recepción para este pago, es decir a cuenta operativa de la Cryto moneda.

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

### **Recursos Claves**

Los recursos claves son fundamental para iniciar las operaciones de producción de la bebida para esto se contará con una planta de producción y de embotellado para la demanda que se presenta dentro de los puntos de ventas antes analizados. La materia prima de igual manera es clave debido a que es la parte principal como ingrediente primordial como es el chocolate blanco y los complementos. Las maquinarias que serán utilizadas para la producción y el embotellamiento respectivo. La mano de obra de producción como la de los diferentes operarios son indispensables para manejar las maquinarias con respecto a lo operativo.

### **Actividades Claves**

Las diferentes campañas de marketing son primordiales para llegar al público objetivo y a las demás personas que se consideran posibles consumidores potenciales para de esta forma incrementar las ventas con el contenido expuesto. Otra forma es la atención mediante las redes sociales en los cuales se podrán atender alguna sugerencia sobre el producto. El patrocinio en los eventos deportivos para dar a conocer la bebida, además de formar parte del kit deportivo que se entrega a cada participante o de otra forma al finalizar la carrera atlética.

### **Socios Claves**

La parte de los socios claves se dan por los proveedores los cuales aprovisionan de materia prima en los diferentes pedidos que se los vaya a realizar en los tiempos establecidos ya sea estos de forman mensual, quincenal, etc. Los proveedores de botellas y etiquetas de igual manera están acordes a los tiempos de materia debido que si existe un retraso en el mismo se podría evidencia una parada en la producción y esto conllevaría a perdidas. Las entidades financieras forman parte de los socios debido a su capital que sea oportuno para su préstamo a una tasa acorde al mercado y en tiempos fijados de mutuo acuerdo.

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

Los aliados claves como los locales comerciales sean estos de comida o cafeterías en donde se promocionarán las bebidas hidratantes o de tal forma con cupones para retirar el producto, para esto se tiene que llevar un estudio factible de los mismos para entrelazar condiciones y de cómo se obtendrá un beneficio entre ambas partes.

### **Estructura de Costos**

Los costos en los cuales pueda incurrir la empresa Victorem son en los puntos de ventas debido a que el personal tendrá que movilizarse además de entregar los volantes y banners que fueron diseñados para captar a los clientes potenciales de la bebida hidratante. Además, el marketing en las redes sociales en los cuales se pagará para llegar al público objetivo, de igual manera está dentro de este rubro debido a que se generaran pautas comerciales en tv. Los gastos de distribución y producción son puestos a disposición de un plan de rutas optimizadas con un recorrido que genere el menor costo posible o de otra manera tercerizar el transporte.

### **2.8 Estrategia Genérica**

Lo que hace que un producto sea atractivo desde el punto de vista de los clientes es la diferenciación en el mercado, la diferenciación en un producto es lo que ofrecen una ventaja competitiva en el mercado, los diferentes productos pueden llevar a tener mejores servicios y ser visto como un producto único y superior que otros productos regulares por tener una diferenciación ante los ojos de un consumidor, ser diferente atrae audiencia.

### **2.9 Ventajas Competitivas**

Las ventajas competitivas son fundamentales para tener una diferenciación en el mercado, la bebida hidratante posee a su vez cafeína el cual actúa sobre el sistema nervioso y en el cual se provoca que se perciba de manera mínima el cansancio y en un tiempo más largo, por lo tanto, aumente el rendimiento de los deportistas y consumidores.

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

La cafeína a su vez proporciona la concentración, los consumidores que se encuentren consumiendo esta bebida en oficinas tendrán un mejor rendimiento en sus actividades diarias ya que la cafeína mantiene a las personas más despiertas, logrando que el cerebro se mantenga activo con más intensidad bajo los efectos de la cafeína obteniendo un mejor resultado en actividades que requieran de mayor concentración.

El chocolate blanco es el valor agregado de la bebida hidratante, el chocolate contiene anandamida, una sustancia química que también se encuentra en el cerebro y que hace que las personas se sientan bien. También libera dopamina que es otra sustancia química para sentirse bien que estimula los centros de placer del cerebro. Los consumidores sentirán una experiencia única al consumir Victorem.

### 2.10 Estructura Organizacional



Ilustración 1 Organigrama de la empresa

# PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

## 2.11 Plan de Marketing

### 2.11.1 Contexto General Del Mercado

El mercado de bebidas hidratantes tiene mucho consumidor, ya que luego de la pandemia las personas han adquirido más conciencia sobre lo importante que es mantenerse en buen estado físico y mantenerse con las defensas altas. La pandemia ha logrado abrir muchas puertas en los negocios, considerando un aporte para la salud del consumidor. Las bebidas hidratantes están muy bien recibidas por los consumidores ya que no hay una restricción de edad para poder consumir dicha bebida, logrando captar un margen de clientela superior que otras bebidas que tienen restricciones como lo son las bebidas alcohólicas, bebidas energizantes entre otras más.

### 2.11.2 Perfil Del Cliente

Los clientes que consumen bebidas hidratantes la mayoría suelen ser bastante deportistas y con ganas de hacer cambios en su cuerpo, el ejercicio es algo fundamental en la vida de ellos y los clientes suelen ir a lugares como centro de rendimientos deportivos donde se encontraran haciendo sus actividades deportivas, parques y espacios abiertos en donde se fomente espacios recreativos.

Suelen consumir de forma frecuente bebidas hidratantes, ya sea durante el ejercicio o al finalizar las actividades físicas, Sin embargo, pueden consumir la bebida sin necesidad de estar en un desgaste físico con el fin de hidratar el cuerpo o recuperarlo por haber tenido un desgaste corporal.

### 2.11.3 Estrategia De Producto

En la actualidad se puede evidenciar la gran competencia existente entre bebidas hidratantes en el mercado, pues marcas como Gatorade, Sporade, Powerade, entre otras compiten día a día para ganar aceptación por parte de los usuarios de este tipo de líquidos. Por esta razón, es de suprema importancia diferenciarse de los productos que se encuentran ya en el

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

mercado, y esto se puede lograr por medio de la generación de valor, es decir, llegar a los consumidores de una manera diferente; de tal forma que puedan evidenciar que están consumiendo algo nuevo, que está satisfaciendo sus necesidades y deseos, y que están adquiriendo un producto que se adapta a ellos y que se encuentra diseñado según sus exigencias y expectativas.

Cambiar la mente de los consumidores después de que tienen una percepción de un producto, es muy complicado, pues está ya se encuentra estructurada, e intentar cambiarla puede representar grandes costos para una compañía. Es por esto por lo que hay que ser muy cuidadoso a la hora de posicionar un producto en la mente de los usuarios, y no hay mejor forma que hacerlo que por medio del contacto con ellos. Por esto es necesario inicialmente identificar que necesidades desean satisfacer cuando consumen una bebida hidratante, y que aspectos son determinantes, los cuales no posean los productos de la competencia. Para bebida hidratante se fija en un envase de 1 L.

### **2.11.4 Estrategia De Precio**

Este apartado, al igual que los otros es una pieza fundamental para el éxito prolongado de la bebida energizante, ya que un precio que no sea razonable, es decir que el consumidor tenga un mal valor percibido por ser este muy alto o bajo, esto puede incurrir en un posible fracaso en la venta del nuevo producto.

La estrategia de los descuentos por cantidad es una oportunidad para captar clientes potenciales y de otra manera fidelizar a los demás, para esto sucede cuando el comprador adquiere un número determinado de unidades que la misma empresa especifica para otorgar una rebaja en el precio base. Para las bebidas energizantes es bueno aplicar este descuento para así vender más unidades en menos tiempo. Las bebidas presentarán un precio acorde al tamaño de su presentación, como lo indica en la tabla 1.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Tabla N° 1 Precios estimados de las bebidas**

<b>Bebidas</b>	<b>Precio</b>
Bebida energizante de café con sabor a naranja	\$ 1,45
Bebida energizante de café con sabor a uva	\$ 1,45
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	\$ 1,45
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	\$ 1,45

Fuente: Investigación de mercado  
Autor: Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

### **2.11.5 Estrategia De Distribución**

Las bebidas serán distribuidas de forma intensiva para poder captar la mayor cantidad de mercado, para esto los puntos de distribución serán los más comunes como supermercados a nivel nacional, gasolineras, tiendas deportivas, gimnasios y centros deportivos. Los supermercados son un punto clave de distribución ya que brindan una variedad muy dispersa de productos de todo tipo en donde puedes destacar entre otros y ser el sustituto en donde el cliente pueda optar por escoger la bebida hidratante

Las gasolineras son otro punto estratégico muy bien ubicado ya que hoy en día son un punto de parada clave para los consumidores ya que también se encuentran una gran variedad de diversos productos en donde el consumidor puede ir a la sección de bebidas y poder ver una nueva bebida hidratante en el mercado ubicado en un sector estratégico de la ciudad para poder seguir gestionando sus actividades del día con una bebida hidratante.

Los centros deportivos serian uno de los sectores más ideales para poder vender una bebida hidratante ya que las personas que se encuentran en estos espacios están realizando actividades deportivas en donde van a necesitar una bebida para poder hidratarlos y que puedan seguir rindiendo con sus actividades luego de haberse hidratado. Al ver más personas consumiendo la bebida optaran por desear adquirir una bebida.

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

Los gimnasios tampoco se quedarían sin la bebida hidratante ya que al haber muchas actividades por hacer en un gimnasio todas las personas necesitaran una recuperación en su cuerpo al estar haciendo sus actividades. Por esta razón un gimnasio complementa el perfil que se busca para Victorem y dejar un mensaje para los deportistas haciendo que con el tiempo se identifiquen con la bebida y opten por consumirla en sus actividades físicas.

### **2.11.6 Estrategia De Promoción**

Las promociones en un producto son clave para poder seguir teniendo clientes recurrentes, para esto se necesita hacer creer al consumidor que está sacando provecho a una compra en el cual se van a ahorrar dinero por el descuento de un producto y esto se da por la cantidad en volumen. Al vender a un precio inferior, pero con mayor cantidad de ventas con lo cual se seguirá vendiendo el producto.

De este modo se podría proceder otorgando descuentos de la siguiente manera, si el comprador adquiere más de 12 unidades en el mismo instante, recibirá una rebaja del 15% del valor total de la compra y si compra más de 30 se le concederá 20%, de esta forma se incentiva a que los productos sean rotados de una mejor manera y de esta manera obtener una mejor rentabilidad.

Existirán otras promociones las cuales serán dos al mes las cuales son, la primera promoción seria valida solo por una semana en donde el producto se encuentre con un 25% de descuento durante el tiempo acordado. La segunda promoción seria que por la compra de 12 bebidas hidratantes participaras en el sorteo de membresías mensuales en gimnasios y bebidas gratis además de ganar productos como camisetas, gorras o a su vez.

A medida que vaya pasando el tiempo las promociones tendrán que ir cambiando, para esto se utilizará tendencias en redes sociales con otro tipo de descuentos y promociones, realizando sorteos más grandes en el cual

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

todos podrán participar siguiendo las reglas para el sorteo, una de estas es compartir nuestro perfil en las redes sociales y comentar a personas en nuestras publicaciones.

### **2.11.7 Estrategia De Personas**

Las personas que forman parte del staff de la empresa Victorem son hombres y mujeres con una visión enfocada en lo que busca la empresa, alineados de igual manera a su misión para que ésta alcance sus objetivos planteados en corto y largo plazo; los valores que se practica están fomentados en el respeto, calidad, integridad, compromiso y el enfoque en el servicio y forman parte de su condición moral como ser humano y esto conllevará a que el cliente se sienta satisfecho por su buen desempeño y buen trato.

El proceso de contratación se llevará a cabo en dos procesos, los cuales están marcados en pruebas de actitud y aptitud, esto se realiza para corroborar su buen desempeño o en su caso a una capacitación corta; la etapa final viene dada por la entrevista con el Gerente General. En el personal de marketing su contratación viene dada de acuerdo con sus experiencias laborales y sus referencias que de igual manera pasaran por una entrevista corta con el Gerente General.

### **2.11.8 Procesos**

La estrategia de procesos se iniciará con la adquisición de la materia prima entre los diferentes proveedores, procediendo a la verificación en cuestión de cantidad especificada en la orden de pedido, así como la calidad de llegada de esta. La parte del inventario va a realizar cada semana para contar con la mejor visión de los faltantes o sobrantes y de esta manera generar un inventario de stock de seguridad. A continuación, se visualizará el proceso completo de la empresa.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

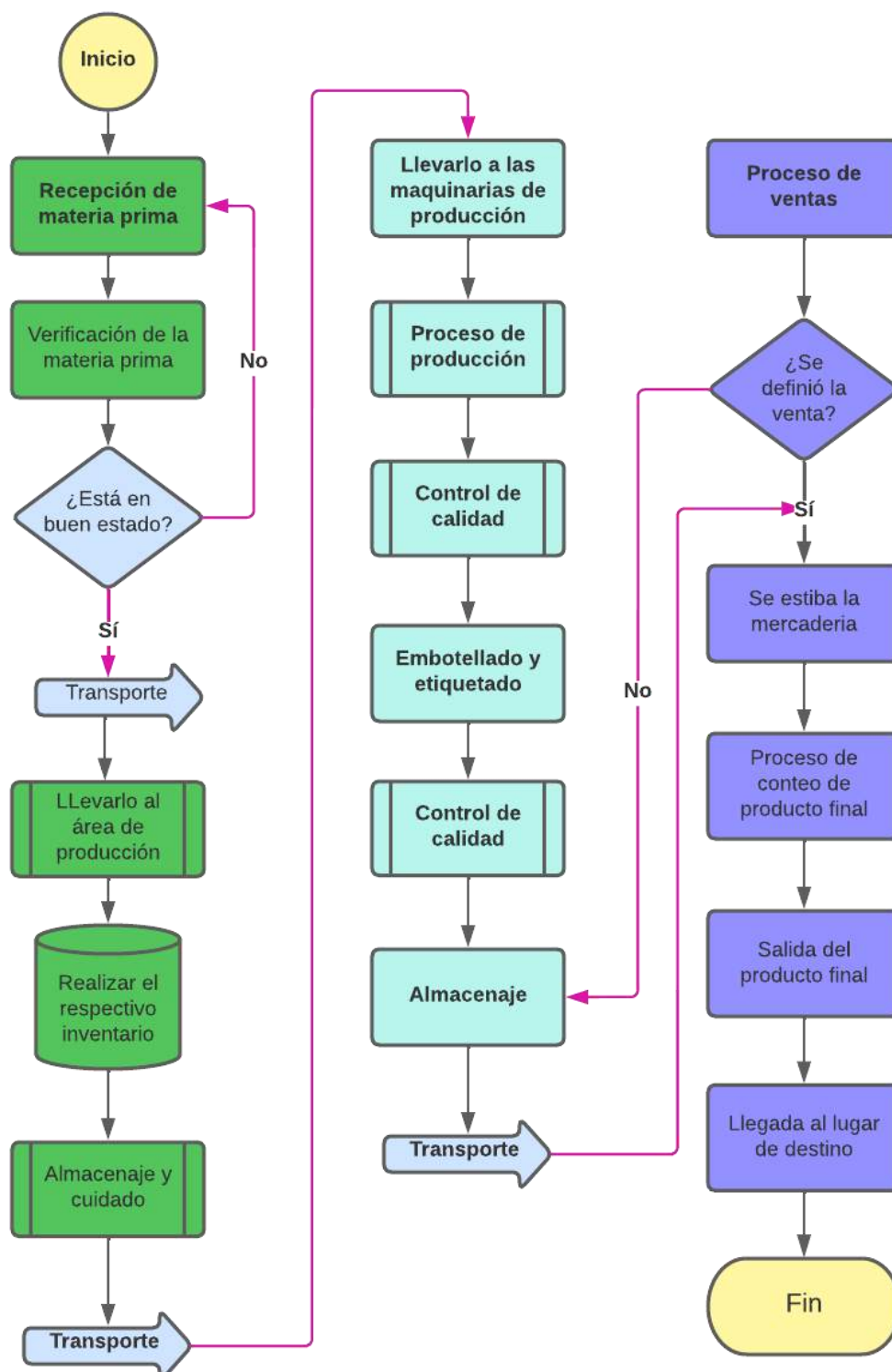


Ilustración 2 Procesos a seguir de la empresa

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

### **2.11.9 Estrategia De Evidencia Física**

Victorem significa “el ganador” en latín, es el nombre de la bebida hidratante, un logo minimalista y con un toque de simpleza. En muchas partes del mundo el color azul representa libertad, lealtad, armonía, verdad y seriedad. Así mismo, está asociado a la energía física y al deporte. El yaro a su vez es el símbolo de la suprema potencia creadora.

Para dejar un recuerdo ciertas personas tendrán la oportunidad de recibir un llavero gratis cuando completen su compra en algún punto de distribución aleatorio. Se distribuirán cantidades proporcionadas de llaveros en los diferentes puntos de venta que la bebida tenga posicionamiento en el mercado para así dispersar los llaveros obsequiados.

Las camisetas serán obsequiadas como special gifts para ciertos eventos especiales en donde la bebida se presente de una mejor manera para poder obsequiar una bebida más la camiseta incluida. La distribución de la camiseta para el uso público es una posibilidad que está abierta como una idea para un futuro con más experiencia en el mercado. Con más conocimiento en la cancha de juego se puede incrementar ventas con un enganche estratégico para sacar provecho a la idea de comercializar las camisetas.

Con el paso del tiempo se implementará otro tipo de objetos para tener diferentes presentaciones, para poder generar la atracción de un público con gustos de presentación diferentes a los pasados, de esta forma mantenemos con innovaciones a los clientes para dar como apariencia una marca innovadora, diferente pudiendo llegar a identificar a personas con la bebida y que no sea una simple bebida, más bien llegar al punto donde tomar la bebida sea un movimiento y afiliación con la marca para una persona.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

**Ilustración 3 Logo Empresarial**



**Ilustración 4 Logo Visual**



**Ilustración 5 Special Gifts**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Ilustración 6 Vestimenta del Personal**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**2.12 Plan de Acción**

**Objetivo N° 1**

<b>Incrementar las ventas en un 25% anual</b>						
<b>MEDIOS (estrategias)  ¿Cómo?</b>	<b>RESULTADO ESPERADO  ¿Por qué o para qué?</b>	<b>EQUIPO</b>	<b>F E C H A</b>		<b>RECURSOS</b>	<b>INDICADOR DE GESTIÓN  ¿Cómo vamos a medir?</b>
			<b>INICIO</b>	<b>FIN</b>		
Capacitar al departamento de ventas	Incrementar las ventas mensuales.	GM, Ventas	5/1/2023	5/6/2023	\$, facilitador, equipos de cómputo, materiales, sala.	Ventas (en dólares) con respecto a cada mes anterior.
Implementar un plan de promociones.	Generar un mayor consumo en las ventas.	GM, ventas	5/3/2023	5/6/2023	\$, equipo de cómputo, materiales.	% promedio en promociones entregados mensualmente.
Establecer un plan de referencia de marca	Impactar a posibles potenciales clientes con referencia de otros consumidores.	GM, ventas	5/2/2023	permanente	\$, materiales, equipos de cómputo.	% de potenciales clientes que son referidos por otros consumidores de la marca.
Desarrollar una base de datos para los clientes.	Aumentar la cantidad de clientes que consumar la bebida hidratante.	GM, ventas	5/3/2023	permanente	\$, equipos de cómputo.	% de aumento de contacto con los potenciales clientes.
Desarrollar un plan de storytelling	Generar una sensación de consumir una bebida hidrante a base de café y chocolate blanco.	GG, GM, GC	5/4/2023	5/7/2023	\$, equipos de grabación, facilitadores	% de captación por semana. % de captación de clientes mensualmente.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Objetivo N° 2**

<b>Elaborar un nuevo sabor cada año</b>						
<b>MEDIOS (estrategias)</b> ¿Cómo?	<b>RESULTADO ESPERADO</b> ¿Por qué o para qué?	<b>EQUIPO</b>	<b>F E C H A</b>		<b>RECURSOS</b>	<b>INDICADOR DE GESTIÓN</b> ¿Cómo vamos a medir?
			<b>INICIO</b>	<b>FIN</b>		
Desarrollar encuestas de potenciales sabores	Crear una nueva bebida con un sabor diferente.	GG, GM, Ventas	5/3/2023	5/6/2023	\$, facilitadores, equipo de cómputo.	Número de sabores que gusta el cliente. \$ de ventas del nuevo sabor de bebida.
Implementar un plan de posibles proveedores de materia prima.	Obtener mejores precios y reducir costos en la cadena de producción.	GG, GC	5/1/2024	5/3/2024	\$, facilitadores, equipo de cómputo.	Número de proveedores con menor costo.
Construir un plan de ventas en nuevos puntos estratégicos.	Dar a conocer el nuevo sabor de la bebida.	GG, GM	5/1/2024	5/3/2024	\$, facilitadores, equipo de cómputo, materiales de oficina.	Número de puntos de ventas acorde. Ventas estimadas por meses acorde a lo proyectado.
Capacitar al personal de ventas para expandir el nuevo sabor del producto.	Generar un incremento en volumen de ventas cada mes	GM, ventas	5/2/2024	5/3/2024	\$, facilitador, equipo de cómputo, materiales de oficina.	% de ventas incrementadas con respecto al año anterior.
Invertir en un plan de marketing para dar a conocer la nueva bebida.	Lograr persuadir al potencial público objetivo con el nuevo sabor de la bebida.	GM	5/1/2024	5/4/2024	\$, facilitador, materiales de oficina.	Número de clientes que comprar la nueva bebida. Ventas de la nueva bebida en los nuevos puntos estratégicos.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Objetivo N° 3**

<b>Establecer un margen de satisfacción mayor al 80% de los consumidores</b>						
<b>MEDIOS (estrategias) ¿Cómo?</b>	<b>RESULTADO ESPERADO ¿Por qué o para qué?</b>	<b>EQUIPO</b>	<b>F E C H A</b>		<b>RECURSOS</b>	<b>INDICADOR DE GESTIÓN ¿Cómo vamos a medir?</b>
			<b>INICIO</b>	<b>FIN</b>		
Desarrollar un plan de experiencia del usuario.	Mejorar la cantidad necesaria de bebidas en los puntos de ventas.	GG, GM, ventas	5/5/2023	5/7/2023	\$, facilitador, equipo de cómputo.	\$ en los puntos de ventas con respecto al mes anterior. % de clientes que encuentran el producto.
Implementar la entregar de prueba gratis de la bebida.	Mejorar la degustación de la bebida.	GM, ventas	5/1/2023	5/5/2023	\$, productos, facilitador, equipo de muestra.	% de personas que degustan la bebida. % de bebidas que las personas compras después de degustar.
Construir una imagen llamativa en el envase de la bebida	Impactar de manera visual al cliente.	GM, ventas, GG	5/6/2023	5/8/2023	\$, equipo de computo	% de clientes que está acorde con el envase de la bebida.
Generar un código QR en la botella para medir el grado de satisfacción con preguntas cortas.	Medir la reacción y gusto del cliente en el momento.	GM, GG	3/3/2023	Permanente	\$, equipo de computo	% de satisfacción de la bebida.
Desarrollar un plan de Love Brand	Lograr una experiencia de satisfacción y emoción	GM, ventas	4/4/2023	Permanente	\$, materiales, facilitador, equipos de grabación.	% de personas que se reconocen con la marca. % de personas no cambiaran de bebida.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Objetivo N° 4**

<b>Ofrecer promociones todos los meses</b>						
<b>MEDIOS (estrategias)</b>  <b>¿Cómo?</b>	<b>RESULTADO ESPERADO</b>  <b>¿Por qué o para qué?</b>	<b>EQUIPO</b>	<b>F E C H A</b>		<b>RECURSOS</b>	<b>INDICADOR DE GESTIÓN</b>  <b>¿Cómo vamos a medir?</b>
			<b>INICIO</b>	<b>FIN</b>		
Desarrollar encuestas de posibles promociones.	Determinar las mejores promociones para el público objetivo.	GG, GM, ventas	5/5/2023	5/7/2023	\$. facilitador, equipo de cómputo.	Número de promociones más repetidas.
Implementar un plan de anuncios con promociones en redes sociales mediante un código numérico.	Captar la atención del público objetivo.	GM, GG, ventas	5/1/2023	5/5/2023	\$. equipo de cómputo.	% de personas que visualizan el anuncio. Ventas captadas con respecto al anuncio.
Ejecutar un plan de promociones 2X1	Mejorar el nivel de ventas	GM, ventas, GG	5/6/2023	5/8/2023	\$. equipo de computo	\$ en ventas con respecto a la cantidad de promociones. % de ventas en promociones con respecto al mes anterior.
Emitir cupones de bebida gratis mediante aliados estratégicos.	Fidelizar al cliente.	GG, GM	3/4/2023	3/6/2023	\$. equipo de cómputo, aliado estratégico.	Número de cupones obsequiados. Número de cupones canjeados.
Desarrollar eventos de presentación de la bebida con aliados estratégicos.	Mejorar la presentación de la bebida hacia otros posibles clientes potenciales.	GG, GM	4/7/2023	5/9/2023	\$. facilitador, materiales, producto.	% de personas que adquieren el producto. %de personas que desconocen del producto.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Objetivo N° 5**

<b>Expandir la bebida hidrante a la región sierra para el segundo año.</b>						
<b>MEDIOS (estrategias) ¿Cómo?</b>	<b>RESULTADO ESPERADO ¿Por qué o para qué?</b>	<b>EQUIPO</b>	<b>F E C H A</b>		<b>RECURSOS</b>	<b>INDICADOR DE GESTIÓN ¿Cómo vamos a medir?</b>
			<b>INICIO</b>	<b>FIN</b>		
Implementar un plan de estudio de la demanda de personas que consumen bebidas hidratante y café	Ejecutar el proceso de planificación financiera para inversión.	GG	1/12/2023	1/2/2024	\$, materiales de oficina, facilitador.	Número de personas que desean optar por una bebida diferente.
Implementar un plan financiero.	Crear un presupuesto para la nueva operación.	GG	1/12/2023	1/2/2024	\$, materiales de oficina, facilitador.	\$ estimados para realizar la nueva operación.
Invertir en la contratación y capacitación del personal para el nuevo establecimiento.	Contratar el personal de ventas suficiente para gestionar las ventas.	GG	1/12/2023	1/2/2024	\$, materiales de oficina, facilitador.	Número de ventas con respecto al número de ventas. % de bebidas vendidas por cada vendedor.
Implementar un nuevo plan de localización para la demanda.	Definir las estrategias para las operaciones de logista y ventas.	GG, GM	1/12/2023	1/2/2024	\$, materiales de oficina, facilitador.	Número de factores que se relacionan de forma directa con las ventas en la nueva localización.
Desarrollo del diseño de ruta para llegar a los puntos de ventas.	Definir todas las rutas óptimas para reducir costos.	GG, GC	1/12/2023	1/2/2024	\$, materiales de oficina, facilitador.	Número de rutas adecuadas que generan menos costos.

# **Capítulo III: Análisis Financiero del Proyecto**

# PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

## 3.1 Principales Supuestos Financieros

La empresa Victorem comienza sus operaciones con los principales supuestos financieros los cuales ayudarán a evidenciar si el proyecto es viable en el transcurso del tiempo establecido de cinco (5) años, así como lo indica la tabla N° 2, en el cual se maneja la inflación proyectada para el horizonte de tiempo estipulado, los salarios básicos que uniformemente crecen en un 6% en cada año lo cual es mandato del gobierno de curso, el comportamiento de la demanda así como el de los gastos en los que se incurra dentro del lapso de operación, es decir en un 2,08% de manera anual, con lo que se esperará cubrir los gastos y de este modo obtener un beneficio de manera creciente.

**Tabla N° 2 Supuestos Financieros Proyectados**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Inflación proyectada</b>					
<b>Salarios básicos proyectados</b>	425,00	450,00	475,00	500,00	525,00
<b>Incremento anual de sueldos</b>		6%	6%	6%	6%
<b>Comportamiento de la demanda esperada</b>		2,08%	2,08%	2,08%	2,08%
<b>Comportamiento de los gastos</b>		2,08%	2,08%	2,08%	2,08%

Fuente: Investigación de mercado  
Autor: Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

## 3.2 Financiamiento del proyecto

### 3.2.1 Inversión

La inversión necesaria para el proyecto se da para la compra de los recursos indispensable de los activos que se vayan a implementar para realizar las operaciones de la empresa, como se indica en la tabla N° 3 se nota los equipos de cómputo mantienen una financiación de \$2.750, los rubros más alto se presentan en el activo corriente el cual se denota como el dinero en efectivos o en bancos que va a presentar la empresa al inicio de su periodo contable, después el vehículo con \$40.000 y \$23.990 respectivamente en ese orden. Los detalles puntuales se presentan en el [anexo 1](#).

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Tabla N° 3 Activos proyectados de la empresa**

<b>Tipo de Activos</b>	<b>Costo Total</b>
Activo Corriente	\$40.000,00
Otros Activos	\$900,00
Equipos de computo	\$2.750,00
Muebles y enseres	\$3.215,00
Equipos de oficina	\$1.445,00
Equipo de trabajo	\$39.800,00
Vehículo	\$23.990,00

Fuente: Investigación de mercado  
Autor: Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

### **3.2.2 Sueldos proyectados**

Los sueldos para la empresa Victorem se proyecta para la parte administrativa en parte para el gerente general, gerente de marketing, gerente de calidad y dos vendedores los cuales para el primer año van a registrar un rubro en los pagos de \$3.128,93 y para el último año \$4.207,85. En la parte operativa se va a contar con 3 operarios los cuales son los encargados de llevar todo el funcionamiento de dichos procesos de elaboración del producto final, para esto en el primer año surge un gasto en sueldos de \$1.642,41 y para el último año de \$2.939,61 en el cual se registra un aumento de un trabajador para solventar la demanda. Los detalles en que incurre la empresa en gastos de sueldos de detalla en el [anexo 2](#).

### **3.2.3 Productos y Ventas**

La empresa mediante un estudio oportuno ha puesto a disposición en el mercado de 4 productos de 500 ml, los cuales van a tener sabores diferentes como naranja, uva, mandarina, manzana roja y de esta forma su público objetivo va a degustar de estos. Los precios de estos artículos como de detalla en la tabla N°4 han sido estimados de acuerdo con los demás productos competidores en este tipo de plaza para de esta forma poder incursionar de una manera favorable y

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

ganar espacio a largo plazo y corto plazo. Los detalles de la demanda de los productos en meses se los presenta en el [anexo 3](#), y la demanda esperada se presenta en la tabla N° 5.

**Tabla N° 4 Precios proyectados para los productos**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bebida energizante de café con sabor a naranja.	1,45	1,50	1,55	1,60	1,65
Bebida energizante de café con sabor a uva.	1,45	1,50	1,55	1,60	1,65
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	1,45	1,50	1,55	1,60	1,65
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	1,45	1,50	1,55	1,60	1,65

Fuente: Investigación de mercado  
 Autor: Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

La demanda esperada para los diferentes productos se estima de acuerdo con los sabores que los potenciales usuarios adquirirán con sus proyecciones de forma anual en el cual para el primer año se estimó 148.800 bebidas totales y para el último año se evidenció un crecimiento exponencial de 358.390.

**Tabla N° 5 Demanda esperada totales anuales de los diferentes productos que se ofertaran.**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bebida energizante de café con sabor a naranja.	38.400	44.014	56.378	72.214	92.482
Bebida energizante de café con sabor a uva.	38.400	44.014	56.378	72.214	92.482
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	36.000	41.279	52.863	67.700	86.713
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	36.000	41.279	52.863	67.700	86.713
	<b>148.800</b>	<b>170.586</b>	<b>218.482</b>	<b>279.828</b>	<b>358.390</b>

Fuente: Investigación de mercado  
 Autor: Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

Las ventas de los productos de la empresa se los estima de forma con el total de la demanda anual de acuerdo con el análisis de los productos que se ofertan junto con los precios estimados y con esto se realiza el respectivo calculo como

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

lo indica la tabla N° 6 que para el primer año se obtuvo \$215.760 y para el quinto año de operación se evidencio un rubro de \$591.343,50, los detalles de las ventas proyectadas se indican en el [anexo 4](#).

**Tabla N° 6 Ventas Proyectadas para los diferentes productos ofertados (en dólares)**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bebida energizante de café con sabor a naranja.	55.680,00	66.021,00	87.385,90	115.542,40	152.595,30
Bebida energizante de café con sabor a uva.	55.680,00	66.021,00	87.385,90	115.542,40	152.595,30
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	52.200,00	61.918,50	81.937,65	108.320,00	143.076,45
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	52.200,00	61.918,50	81.937,65	108.320,00	143.076,45
<b>TOTAL</b>	<b>215.760,00</b>	<b>255.879,00</b>	<b>338.647,10</b>	<b>447.724,80</b>	<b>591.343,50</b>

Fuente: Investigación de mercado  
 Autor: Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

### 3.2.4 Costos y gastos

Los costos de ventas anuales y gastos operacionales en los que incurren la empresa son los proyectados de acuerdo con el análisis que se realizó previamente en la investigación de información secundaria en los cuales se estimó estos rubros con respectos a los componentes que se utilizará basados en fórmulas de productos similares. Durante el primer año de operación se indicó un rubro de \$108.988,95 y para el último año de operación se produjo una cifra de \$313.168,45 en el tema de los costos como lo indica la tabla N° 7, y para el tema de los gastos en los cuales entran los gastos de alquiler, limpieza, servicios básicos, movilización, suministros de oficina como lo indica la tabla N° 8 se evidenció que para el primer año de operación fue de \$69.947,10 y para el último año fue de \$86.441,27, los detalles de los costos los indica el [anexo 5](#) y el de los gastos en el [anexo 6](#).

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA  
CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Tabla N° 7 Proyección de los costos**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Bebida energizante de café con sabor a naranja.	23.040,00	28.609,10	39.464,60	54.160,50	73.985,60
Bebida energizante de café con sabor a uva.	23.040,00	28.609,10	39.464,60	54.160,50	73.985,60
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	21.600,00	26.831,35	37.004,10	50.775,00	69.370,40
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	21.600,00	26.831,35	37.004,10	50.775,00	69.370,40
Sueldos	19.708,95	22.240,95	30.948,53	33.297,42	35.275,27
<b>TOTAL</b>	<b>108.988,95</b>	<b>133.121,85</b>	<b>183.885,93</b>	<b>243.168,42</b>	<b>321.987,27</b>

Fuente: Investigación de mercado  
Autor: Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

Con el tiempo de cinco años estimados para la proyección de la operación de la empresa los gastos operaciones se podrán reducir de acuerdo con políticas que se impongan.

**Tabla N° 8 Proyección de los gastos operacionales**

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
SUELDOS	37.547,10	42.395,89	44.939,64	47.636,02	50.494,18
ALQUILER	10.800,00	11.025,00	11.254,69	11.489,16	11.728,52
LIMPIEZA	2.400,00	2.450,00	2.501,04	2.553,15	2.606,34
SERVICIOS BÁSICOS	3.000,00	3.062,50	3.126,30	3.191,43	3.257,92
SEGURIDAD	5.100,00	5.400,00	5.700,00	6.000,00	6.300,00
PUBLICIDAD	4.900,00	5.002,08	5.106,29	5.212,67	5.321,27
CAPACITACIÓN	700,00	714,58	729,47	744,67	760,18
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	400,00	408,33	416,84	425,52	434,39
MOVILIZACIÓN	3.000,00	3.062,50	3.126,30	3.191,43	3.257,92
SUMINISTROS DE OFICINA	900,00	918,75	937,89	957,43	977,38
COMISIONES	1.200,00	1.225,00	1.250,52	1.276,57	1.303,17
<b>TOTAL</b>	<b>69.947,10</b>	<b>75.664,64</b>	<b>79.088,99</b>	<b>82.678,06</b>	<b>86.441,27</b>

Fuente: Investigación de mercado  
Autor: Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**3.2.5 Préstamo Bancario**

Las operaciones de la empresa y lo que esto conlleva para que se realicen de una manera eficiente con el uso de sus activos requiere de una inversión de una tercera persona, para el caso de este proyecto se lo realizará mediante un préstamo bancario con la entidad del Banco del Pichincha la cual ofrece tasas de interés atractivas para el mercado de las pequeña y medianas empresas, así como también para los emprendimientos en el país. De esta forma el préstamo que se incurrirá es de \$39.235 a un plazo de cinco (5) años que es el tiempo estimado de proyección del proyecto, con una tasa de interés del 11,23%, los detalles se indican a continuación en la tabla N° 9, además los detalles anuales se presentan en la tabla N° 10.

**Tabla N° 9 Préstamo Bancario**

<b>Préstamo</b>	\$39.235,00
<b>Tasa anual</b>	11,23%
<b>Pagos por año</b>	12
<b>Tasa por período</b>	0,94%
<b>Plazo Deuda (años)</b>	5
<b>Cuotas (número)</b>	60
<b>Dividendo</b>	<b>\$857,57</b>

Fuente: Investigación de mercado  
 Autor: Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

Los detalles en la siguiente tabla presentan el capital que se pagará de manera anual, además de los intereses, para de esta forma mantener una mejor visión de los rubros a largo plazo y las obligaciones que se incurran en el pago.

**Tabla N° 10 Proyección de los pagos anuales**

<b>Periodos anuales</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Interés</b>		\$4.093,55	\$3.360,63	\$2.541,03	\$1.624,50	\$599,58
<b>Capital Pagado</b>		\$6.197,31	\$6.930,23	\$7.749,83	\$8.666,36	\$9.691,28
<b>Dividendos</b>		\$10.290,85	\$10.290,85	\$10.290,85	\$10.290,85	\$10.290,85
<b>Saldo</b>	\$39.235,00	\$33.037,69	\$26.107,46	\$18.357,63	\$9.691,28	\$0,00

Fuente: Investigación de mercado  
 Autor: Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**3.2.6 Análisis del Estado Financiero**

Los estados financieros de la empresa nos denotan el momento o situación financiera por el cual está pasando la compañía en un tiempo o periodo determinado, y recoge información tanto económica como patrimonial.

**Tabla N° 11 Estado de Resultado Financiero**

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4	5
Ventas		215.760,00	255.879,00	338.647,10	447.724,80	591.343,50
- Costo de Ventas		108.988,95	133.121,85	183.885,93	243.168,42	321.987,27
Utilidad Bruta en Ventas		106.771,05	122.757,15	154.761,17	204.556,38	269.356,23
- Gastos desembolsables		69.947,10	75.664,64	79.088,99	82.678,06	86.441,27
- Gastos no desembolsables		14.240,00	14.240,00	14.240,00	14.240,00	14.240,00
Utilidad Operacional		22.583,95	32.852,52	61.432,18	107.638,31	168.674,97
- Gastos financiamiento		4.093,55	3.360,63	2.541,03	1.624,50	599,58
+/- Ing/Eg. No operacionales						
Utilidad antes de Reparto a Trabajadores		18.490,40	29.491,89	58.891,15	106.013,82	168.075,39
- 15% Reparto Ut. Trabajadores		2.773,56	4.423,78	8.833,67	15.902,07	25.211,31
Utilidad antes de Impuesto Renta		15.716,84	25.068,11	50.057,48	90.111,74	142.864,08
- 25% Impuesto Renta		3.929,21	6.267,03	12.514,37	22.527,94	35.716,02
Utilidad antes de Reserva Legal		11.787,63	18.801,08	37.543,11	67.583,81	107.148,06
- 10% Reserva Legal		1.178,76	1.880,11	3.754,31	6.758,38	10.714,81
Utilidad del ejercicio		10.608,87	16.920,97	33.788,80	60.825,43	96.433,25
+ Gastos no desembolsables		14.240,00	14.240,00	14.240,00	14.240,00	14.240,00
+ Reserva Legal		1.178,76	1.880,11	3.754,31	6.758,38	10.714,81
+ Deudas no pagadas en el periodo		6.702,77	10.690,81	21.348,04	38.430,01	60.927,33
- Deudas pagadas			6.702,77	10.690,81	21.348,04	38.430,01
- Amortización (cap. pagado)		6.197,31	6.930,23	7.749,83	8.666,36	9.691,28
+ Valor en Libros (si se vende)		-	-	-	-	-
Inversión	-112.100,00					
Préstamo a largo plazo	39.235,00					
Flujo de Caja	- 72.865,00	26.533,10	30.098,89	54.690,51	90.239,42	134.194,10

Fuente: Investigación de mercado  
 Autor: Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

Durante la proyección estimada de cinco (5) años se evidenció que las ventas fueron en crecimiento, es decir que para el primer año se obtuvo un rubro de \$215.760 y para el quinto año fue de \$591.343,50, dejando de esta manera una utilidad para el primer año de \$10.608,87 con respecto al último año es de \$96.433,25. El flujo de caja nos presentó resultados muy positivos durante los años estudiados. Los detalles del estado de resultado y del flujo de caja se presenta en la tabla N° 11.

El estado de resultado o balance general permitirá presentar la información de la empresa sobre sus activos y pasivos y como estos se proyecta durante el periodo de evaluación, así como también la deuda que mantiene la empresa con proveedores o entidades bancarias. De otra manera, la relación y evolución que puede tener el patrimonio durante esos años de estudio y de esa forma tener presente la salud financiera de la empresa. El detalle se presenta en la tabla N° 12.

**Tabla N° 12 Balance General Proyectado**

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		1	2	3	4	5
EFFECTIVO	40.000,00	66.533,10	96.631,99	151.322,50	241.561,92	375.756,02
A/F NETOS	72.100,00	57.860,00	43.620,00	29.380,00	15.140,00	900,00
<b>ACTIVOS</b>	<b>112.100,00</b>	<b>124.393,10</b>	<b>140.251,99</b>	<b>180.702,50</b>	<b>256.701,92</b>	<b>376.656,02</b>
CTAS.DOC. X PAGAR		6.702,77	10.690,81	21.348,04	38.430,01	60.927,33
PRÉSTAMO BCARIO.	39.235,00	33.037,69	26.107,46	18.357,63	9.691,28	-
<b>PASIVOS</b>	<b>39.235,00</b>	<b>39.740,46</b>	<b>36.798,27</b>	<b>39.705,68</b>	<b>48.121,29</b>	<b>60.927,33</b>
CAPITAL SOCIAL	72.865,00	72.865,00	72.865,00	72.865,00	72.865,00	72.865,00
RESERVA LEGAL		1.178,76	3.058,87	6.813,18	13.571,56	24.286,37
UTILIDADES RETENIDAS		10.608,87	27.529,84	61.318,64	122.144,07	218.577,32
PATRIMONIO	<b>72.865,00</b>	<b>84.652,63</b>	<b>103.453,71</b>	<b>140.996,82</b>	<b>208.580,63</b>	<b>315.728,69</b>
<b>PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>112.100,00</b>	<b>124.393,10</b>	<b>140.251,99</b>	<b>180.702,50</b>	<b>256.701,92</b>	<b>376.656,02</b>

Fuente: Investigación de mercado  
 Autor: Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**3.3 Indicadores Económicos**

Los indicadores económicos nos permiten analizar la evolución económica de la empresa y realizar predicciones sobre los posibles movimientos que se pretende experimentar en tales periodos de estudio. Para el presente proyecto se presenta el análisis de la tasa interna de retorno (TIR), valor actual neto (VAN) y el plazo de recuperación (PAYBACK) los cuales van a repercutir en la toma de resoluciones favorables como si aceptar el proyecto, en cuanto tiempo se estima recuperar el dinero invertido, o en tal caso resoluciones desfavorables como no aceptar un proyecto por su tiempo muy extenso en la recuperación del capital invertido. Dentro del estudio se evidencio un VAN positivo de \$86.029,11, esto conjunto a la regla del VAN mayor a cero el proyecto es económicamente viable. La TIR presentó un porcentaje de 56,49% que es superior a la tasa del coste promedio ponderado de capital (WACC) del 22%, el cual nos dice que, primero que, la TIR es mayor que 0 y el proyecto es nuevamente viable en su implementación, segundo es superior al WACC y esto lo hace más atractivo por su tasa. El PAYBACK se establece en términos numéricos en meses el horizonte de recuperación del capital o inversión que se destinó para el proyecto está en 3 años y 0 mes, qué es el tiempo estimado para el funcionamiento oportuno de la empresa. Los detalles de estos indicadores económicos se reflejan en la ilustración N° 7

	0	1	2	3	4	5
FLUJO	-5 71 885,08	\$ 26 573,10	\$ 28 888,08	\$ 54 680,51	\$ 98 239,42	\$ 134 394,18
VALOR PRESENTE FLUJO	-5 71 885,08	\$ 21 747,42	\$ 26 230,42	\$ 38 134,22	\$ 48 738,28	\$ 49 648,11
PAYBACK	-5 71 885,08	-5 11 137,28	-5 38 907,15	-5 782,82	\$ 28 948,46	\$ 86 581,58

N Tasa de retorno esperada	8%
N Interés del Banco	11,25%
Inflación	38,23%
TIR	56,49%
VAN	\$ 86.029,11
PAYBACK	

% Apuestas Premios	60%
% Apuestas otros	35%
WACC	20%
TIEMPO	VAN=0
n = 1	0
n = 2	200
n = 3	38 914
n = 4	86 029,11
n = 5	134 394,18
AÑOS	3
MESES	0

**Ilustración 7 Indicadores Económicos**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

### 3.4 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio indica el nivel de las ventas que presenta la empresa en un nivel mínimo que iguala a los costes totales con los ingresos totales, por lo tanto, esto evidencia lo necesario para no presentar pérdidas durante los años de operación y de esta forma sobrevivir en el mercado. Para el estudio se tomaron los datos de las ventas totales proyectadas y sus costos fijos y variables en los cuales se incurrieron durante los años de operación. Para el primer año se estimó un 83% como el punto de equilibrio y para el quinto año un 38%, es decir que el esfuerzo se va reduciendo con el pasar del tiempo, con esto es que, el producto en el mercado es aceptado con mucha más fuerza y frecuencia de consumo. Los detalles del punto de equilibrio se presentan a continuación en la tabla N° 13.

**Tabla N° 13 Punto de Equilibrio de la empresa durante los años de operación**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
COSTO FIJO	\$ 88.280,65	\$ 93.265,26	\$ 95.870,02	\$ 98.542,56	\$ 101.280,84
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 106.771,05	\$ 122.757,15	\$ 154.761,17	\$ 204.556,38	\$ 269.356,23
<b>% Equilibrio</b>	<b>83%</b>	<b>76%</b>	<b>62%</b>	<b>48%</b>	<b>38%</b>
VENTAS	\$ 215.760,00	\$ 255.879,00	\$ 338.647,10	\$ 447.724,80	\$ 591.343,50
COSTOS VARIABLES	\$ 108.988,95	\$ 133.121,85	\$ 183.885,93	\$ 243.168,42	\$ 321.987,27
COSTOS FIJOS	\$ 88.280,65	\$ 93.265,26	\$ 95.870,02	\$ 98.542,56	\$ 101.280,84
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 18.490,40</b>	<b>\$ 29.491,89</b>	<b>\$ 58.891,15</b>	<b>\$ 106.013,82</b>	<b>\$ 168.075,39</b>

Fuente: Investigación de mercado  
 Autor: Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

### 3.5 Ratios Financieros

Los ratios financieros se establecen en la liquidez, la rentabilidad, el endeudamiento y la rotación de los activos. La razón corriente para la empresa se establece en \$9,93 para el primer año y para el último año de \$6,17, es decir que la empresa puede cubrir \$1 de su deuda con los rubros antes mencionados. El capital de trabajo cuenta con cifras para el primer año de \$59.830,32 y para el

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

quinto año con \$314.828,69, lo que indica el dinero disponible de la empresa para poder operar diariamente todo esto después de saldar sus deudas inmediatas. Las dos ratios antes mencionados definen la liquidez de la empresa durante los años en los que operará.

**Tabla N° 14 Ratios Financieros proyectados para la operación de la empresa**

RATIOS FINANCIEROS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.	\$ 9,93	\$ 9,04	\$ 7,09	\$ 6,29	\$ 6,17
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$59.830,32	\$85.941,17	\$129.974,46	\$203.131,91	\$314.828,69
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ACTIVOS	1,73	1,82	1,87	1,74	1,57
ENDEUDAMIENTO	PASIVOS /ACTIVOS	\$ 0,32	\$ 0,26	\$ 0,22	\$ 0,19	\$ 0,16
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	\$ 0,47	\$ 0,36	\$ 0,28	\$ 0,23	\$ 0,19
COBERTURA PASIVO FINANCIERO	PAS. FIN. / VENTAS	\$ 0,15	\$ 0,10	\$ 0,05	\$ 0,02	\$ 0,00
COBERTURA GASTO FINANCIERO	UT. OP. / GTO. FIN.	\$ 5,52	\$ 9,78	\$ 24,18	\$ 66,26	\$ 281,32
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	49,49%	47,97%	45,70%	45,69%	45,55%
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	10,5%	12,8%	18,1%	24,0%	28,5%
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	4,92%	6,61%	9,98%	13,59%	16,31%
ROA	UT NE/ ACTIVOS	8,53%	12,06%	18,70%	23,69%	25,60%
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	12,53%	16,36%	23,96%	29,16%	30,54%

Fuente: Investigación de mercado  
 Autor: Iturralde Brinkmann Alberto Andrés

La rentabilidad de la empresa se mide mediante el ROE y el ROA que son dos ratios que mide el beneficio del accionista sobre el valor en libros de sus recursos propios para este caso la empresa presenta en el primer año un 12,53% y para el quinto año de 30,54% lo cual es favorable debido a que se presenta un crecimiento en el mismo, por otro lado, en el ROA se evidencia en la rentabilidad que obtiene la empresa sobre los activos totales lo cual indica para el primer año de 8,53% y para el quinto año de 25,60% en el cual se evidencia un desarrollo exponencial.

Las ratios de endeudamiento para la empresa se los evidencia en un valor de \$0,32 de débito por cada \$1 que la empresa mantenga en la caja, es decir que

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

la compañía cuenta con un valor considerable para sus deudas a corto plazo, en el quinto año se visualiza un rubro de \$0,16, con lo que se deduce que la firma mantiene una reducción de su pasivo.

Las ratios de rotación que se relacionan con la compañía es la del activo total, el rubro para este es de 1,73 veces, es decir que utiliza o rota sus activos dicha cantidad para generar la venta. En la siguiente tabla se denotan las ratios financieras que la empresa considera para su puesta en marcha.

## **Conclusiones y Recomendaciones**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

### **Conclusiones**

Lo expuesto a lo largo de este proyecto referente a un plan de negocios, permite arriba a las siguientes conclusiones:

- La inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto es la más indicada debido a todos los activos necesarios dispensables.
- La fuente de financiación se lo establece mediante aportes de socios y la parte bancaria, para este caso analizando la tasa de interés en el cual se incurrirá en el pago optando por la mejor la cual se usó para las proyecciones de inversión.
- El personal adecuado para la elaboración de los diferentes hidratantes es la cantidad adecuada y acorde a la demanda que se estima para los años proyectados.
- Los estos financieros indica un flujo de caja acorde a la evolución de la empresa, el balance general proyectado es el más idóneo con respecto a sus ingresos y gastos junto con la utilidad que se genera en el transcurso de los años.
- Los indicadores económicos presentan una viabilidad del proyecto con el análisis del TIR, VAN y del PAYBACK de los adecuado y oportuno con valores numéricos atractivos para la inversión.
- Los ratios financieros de la empresa que están proyectado durante el periodo de cinco años, indico un panorama favorable con respecto a su liquidez, endeudamiento, rentabilidad y rotación de los activos.

### **Recomendaciones**

El proyecto basado en el plan de negocios se concluye en su viabilidad y factibilidad de puesta en marcha durante el periodo de cinco, acordé a todos los análisis que se presentaron., como se indica a continuación:

- Realizar una revisión periódica de la demanda proyectada para realizar los respectivos ajustes de acuerdo con un incremento o decremento de esta, esto permitirá a que no exista inventario muerto o un mal uso de la materia prima y sus activos.
- Evaluar al personal operativo como administrativo al menos una vez al mes para realizar los respectivos feedback y que su eficiencia y eficacia sea la más oportuna para la empresa.
- Revisión de los gastos de la producción, los costos y su materia prima para controlar y a su vez tomar acciones para una reducción sin generar perdida en el valor del producto final, se evaluará de forma quincenal.
- Verificar los indicadores económicos como el payback se lo está manejando de la menor manera para su respectivo plazo de recuperación en el tiempo indicado.
- Dar seguimiento y análisis oportuno a las diferentes interacciones con el público objetivo en redes sociales, así como las promociones, para identificar si estas cumplen con su objetivo marcado al inicio del proyecto.
- Se recomienda la puesta en marcha del proyecto debido a su TIR, VAN con análisis positivo y rubros muy acordes tanto a la tasa de retorno para la empresa como a sus valores con el valor actual de la inversión.

#### 4 Bibliografía

- Apráez Orellana, D. A., & Proaño Martínez, I. G. (2015). Administración de Empresas. *Plan de marketing estratégico para promocionar y comercializar la pitahaya producida por la compañía "San Vicente S.A" en la ciudad de Guayaquil*. Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10027/1/UPS-GT001038.pdf>
- Blog. (21 de Abril de 2022). *Hotmart Blog*. Obtenido de Hotmart Blog: <https://hotmart.com/es/blog/hacer-lanzamiento-de-producto#t4>
- Carpintero Viejo, L. (2014). *Plan e Informes de marketing internacional*. España. Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FXJgBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=un+buen+plan+de+marketing&ots=5\\_WJhL31KD&sig=A6gq2ZUft8ffzulNlfai3qmKPD0#v=onepage&q=un%20buen%20plan%20de%20marketing&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FXJgBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=un+buen+plan+de+marketing&ots=5_WJhL31KD&sig=A6gq2ZUft8ffzulNlfai3qmKPD0#v=onepage&q=un%20buen%20plan%20de%20marketing&f=false)
- Centro Nacional para la Medicina Complementaria y Alternativa*. (s.f.). Obtenido de Centro Nacional para la Medicina Complementaria y Alternativa: <https://medlineplus.gov/spanish/antioxidants.html>
- Eberling, J. (14 de Octubre de 2018). *Lead Innovation Management*. Obtenido de Lead Innovation Management: <https://www.lead-innovation.com/es/blog/ventajas-nuevos-desarrollos-negocio>
- Espinoza Alcívar, D. P. (2017). Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de INGENIERO EN MARKETING. *Plan de Marketing para la introducción de una Bebida Hidratante a base de Lactosuero y enriquecida con Vitaminas en la ciudad de Guayaquil*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8793/1/T-UCSG-PRE-ESP-MD-CM-138.pdf>

Fuente, O. (25 de Abril de 2022). *IEB SCHOOL*. Obtenido de IEB SCHOOL: <https://www.iebschool.com/blog/marketing-marketing/>

González Romero, A. E. (2014). Nuevas Alternativas Gastronómicas. Elaboración De Un Plan De Difusión De Un Recetario Basado En El Café Zarumeño. *Nuevas Alternativas Gastronómicas. Elaboración De Un Plan De Difusión De Un Recetario Basado En El Café Zarumeño*. Instituto Tecnológico CORDILLERA, Quito, Ecuador. Obtenido de <https://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/870/1/19-TURISM-13-14-1725706863.pdf>

Gottau, G. (2018). *Vida Sana Ecuador*. Obtenido de Café: Propiedades, beneficios y su uso.: <https://www.vidasanaecuador.com/2019/04/cafe-propiedades-beneficios-y-su-uso-en.html>

López, O., Beltrán, C., Morales, R., & Cavero, O. (2018). Estrategias De Marketing Digital Por Medio De Redes Sociales En El Contexto De Las Pymes Del Ecuador. *Estrategias De Marketing Digital Por Medio De Redes Sociales En El Contexto De Las Pymes Del Ecuador*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.

Lua Rendón, M., & Santana Leones, S. (2017). Producción y comercialización de crema facial hidratante protectora de rayos u.v elaborado a base de café. *Producción y comercialización de crema facial hidratante protectora de rayos u.v elaborado a base de café*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/47499/1/TESIS\\_final18.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/47499/1/TESIS_final18.pdf)

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

Martínez, M. (2014). Plan de Marketing Digital para PYME. *Plan de Marketing Digital para PYME*. Universidad Católica de Córdoba, Córdoba. Obtenido de [http://pa.bibdigital.ucc.edu.ar/1379/1/TM\\_Martinez.pdf](http://pa.bibdigital.ucc.edu.ar/1379/1/TM_Martinez.pdf)

Mathias, L. (5 de marzo de 2019). *Club del Trade*. Obtenido de Club del Trade: <https://clubdeltrade.com/blog/merchandising-en-el-punto-de-venta/>

Melgarejo, M. (Diciembre de 2004). El verdadero poder de las bebidas energéticas. *Enfasis Alimentación N°6*. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.corpmontana.com/bitstream/123456789/2059/5/M000543.pdf>

Morán López, N., & Muñoz Villacís, M. G. (2018). Diseño de una bebida hidratante a partir de permeado de suero de leche de una industria láctea. *Diseño de una bebida hidratante a partir de permeado de suero de leche de una industria láctea*. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/131603/D-CD88712.pdf>

Muñoz Renata, C. (2 de Junio de 2020). *GeoSalud*. Obtenido de GeoSalud: <https://www.geosalud.com/nutricion/hidratos-de-carbono-carbohidratos.html>

Nescafé. (s.f.). Obtenido de Nescafé: <https://www.nescafe.com/es/10-beneficios-del-cafe-que-quizas-desconozcas>

Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2014). *Definición.de*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/degustacion/>

Quiroa, M. (08 de Noviembre de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/cliente-potencial.html>

Quiroa, M. (04 de Septiembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-de>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

producto.html#:~:text=Aumenta%20la%20competitividad%20de%20la,m%C3%A1s%20atractiva%20para%20los%20clientes.

Quiroa, M. (07 de Febrero de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/segmento-de-mercado.html>

Vergara Coque, C. S. (2016). *Análisis Del Nivel De Consumo Y Participación De Las Bebidas Energéticas En El Mercado Universitario, Con Respecto A Los Productos De La Corporación Azende En Guayaquil*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14529/1/SELENA%20%20VERGARA%20COQUE.pdf>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

## **Anexos**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Anexo 1**

Detalles de los activos necesarios para la operación de la empresa “Victorem”

DESCRIPCIÓN	TIPO DE ACTIVO	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Capital de trabajo	ACTIVO CORRIENTE	1	\$40.000,00	\$40.000,00		
Gastos preoperativos	OTROS ACTIVOS	1	\$900,00	\$900,00		
Laptop Dell	EQUIPOS DE COMPUTO	3	\$800,00	\$2.400,00	5	\$480,00
Impresora Epson	EQUIPOS DE COMPUTO	1	\$350,00	\$350,00	5	\$70,00
Escritorio	MUEBLES Y ENSERES	3	\$315,00	\$945,00	5	\$189,00
Silla de escritorio	MUEBLES Y ENSERES	3	\$75,00	\$225,00	5	\$45,00
Acondicionador de aire 9000 BTU	MUEBLES Y ENSERES	2	\$180,00	\$360,00	5	\$72,00
Acondicionador de aire 24000 BTU	MUEBLES Y ENSERES	2	\$670,00	\$1.340,00	5	\$268,00
Cafetera	MUEBLES Y ENSERES	1	\$45,00	\$45,00	5	\$9,00
Dispensador de agua	MUEBLES Y ENSERES	2	\$150,00	\$300,00	5	\$60,00
Teléfono	EQUIPOS DE OFICINA	5	\$90,00	\$450,00	5	\$90,00
Celular	EQUIPOS DE OFICINA	2	\$350,00	\$700,00	5	\$140,00
Archiveros	EQUIPOS DE OFICINA	2	\$140,00	\$280,00	5	\$56,00
Tachos de basura	EQUIPOS DE OFICINA	3	\$5,00	\$15,00	5	\$3,00
Tanque de mezcla	EQUIPO DE TRABAJO	4	\$2.500,00	\$10.000,00	5	\$2.000,00
Cono	EQUIPO DE TRABAJO	4	\$250,00	\$1.000,00	5	\$200,00
Filtros	EQUIPO DE TRABAJO	4	\$150,00	\$600,00	5	\$120,00
Balancín	EQUIPO DE TRABAJO	4	\$300,00	\$1.200,00	5	\$240,00
Pasteurizador	EQUIPO DE TRABAJO	4	\$400,00	\$1.600,00	5	\$320,00
Tanque de almacenamiento	EQUIPO DE TRABAJO	4	\$2.700,00	\$10.800,00	5	\$2.160,00
Etiquetadora	EQUIPO DE TRABAJO	4	\$950,00	\$3.800,00	5	\$760,00
Codificadora	EQUIPO DE TRABAJO	4	\$750,00	\$3.000,00	5	\$600,00
Termo encogible	EQUIPO DE TRABAJO	4	\$450,00	\$1.800,00	5	\$360,00
Envasadora	EQUIPO DE TRABAJO	4	\$1.500,00	\$6.000,00	5	\$1.200,00
Camioneta Chevrolet 4x4	VEHÍCULO	1	\$23.990,00	\$23.990,00	5	\$4.798,00
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>				<b>112.100,00</b>		<b>14.240,00</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Anexo 2**

Proyecciones de los sueldos de los trabajadores de la empresa “Victorem”

Parte administrativa

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal 12,15%	Total
GERENTE GENERAL	\$600,00	\$50,00	\$35,42		\$72,90	\$758,32
GERENTE DE MARKETING	\$500,00	\$41,67	\$35,42		\$60,75	\$637,83
GERENTE DE CALIDAD	\$500,00	\$41,67	\$35,42		\$60,75	\$637,83
VENDEDOR 1	\$425,00	\$35,42	\$35,42		\$51,64	\$547,47
VENDEDOR 2	\$425,00	\$35,42	\$35,42		\$51,64	\$547,47
Total mensual	\$2.450,00	\$204,17	\$177,08		\$297,68	\$3.128,93

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
GERENTE GENERAL	\$636,00	\$53,00	\$37,54	\$52,98	\$77,27	\$856,79
GERENTE DE MARKETING	\$530,00	\$44,17	\$37,54	\$44,15	\$64,40	\$720,25
GERENTE DE CALIDAD	\$530,00	\$44,17	\$37,54	\$44,15	\$64,40	\$720,25
VENDEDOR 1	\$450,50	\$37,54	\$37,54	\$37,53	\$54,74	\$617,85
VENDEDOR 2	\$450,50	\$37,54	\$37,54	\$37,53	\$54,74	\$617,85
Total mensual	\$2.597,00	\$216,42	\$187,71	\$216,33	\$315,54	\$3.532,99

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3</b>						
<b>Nómina</b>	<b>Sueldo</b>	<b>13º Sueldo</b>	<b>14º Sueldo</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>Aporte Patronal 12,15%</b>	<b>Total</b>
GERENTE GENERAL	\$674,16	\$56,18	\$39,79	\$56,16	\$81,91	\$908,20
GERENTE DE MARKETING	\$561,80	\$46,82	\$39,79	\$46,80	\$68,26	\$763,47
GERENTE DE CALIDAD	\$561,80	\$46,82	\$39,79	\$46,80	\$68,26	\$763,47
VENDEDOR 1	\$477,53	\$39,79	\$39,79	\$39,78	\$58,02	\$654,92
VENDEDOR 2	\$477,53	\$39,79	\$39,79	\$39,78	\$58,02	\$654,92
Total mensual	\$2.752,82	\$229,40	\$198,97	\$229,31	\$334,47	\$3.744,97

<b>PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4</b>						
<b>Nómina</b>	<b>Sueldo</b>	<b>13º Sueldo</b>	<b>14º Sueldo</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>Aporte Patronal 12,15%</b>	<b>Total</b>
GERENTE GENERAL	\$714,61	\$59,55	\$42,18	\$59,53	\$86,83	\$962,69
GERENTE DE MARKETING	\$595,51	\$49,63	\$42,18	\$49,61	\$72,35	\$809,28
GERENTE DE CALIDAD	\$595,51	\$49,63	\$42,18	\$49,61	\$72,35	\$809,28
VENDEDOR 1	\$506,18	\$42,18	\$42,18	\$42,16	\$61,50	\$694,21
VENDEDOR 2	\$506,18	\$42,18	\$42,18	\$42,16	\$61,50	\$694,21
Total mensual	\$2.917,99	\$243,17	\$210,91	\$243,07	\$354,54	\$3.969,67

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5</b>						
<b>Nómina</b>	<b>Sueldo</b>	<b>13º Sueldo</b>	<b>14º Sueldo</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>Aporte Patronal 12,15%</b>	<b>Total</b>
GERENTE GENERAL	\$757,49	\$63,12	\$44,71	\$63,10	\$92,03	\$1.020,46
GERENTE DE MARKETING	\$631,24	\$52,60	\$44,71	\$52,58	\$76,70	\$857,83
GERENTE DE CALIDAD	\$631,24	\$52,60	\$44,71	\$52,58	\$76,70	\$857,83
VENDEDOR 1	\$536,55	\$44,71	\$44,71	\$44,69	\$65,19	\$735,86
VENDEDOR 2	\$536,55	\$44,71	\$44,71	\$44,69	\$65,19	\$735,86
Total mensual	\$3.093,07	\$257,76	\$223,56	\$257,65	\$375,81	\$4.207,85

**Parte Operativa**

<b>PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1</b>						
<b>Nómina</b>	<b>Sueldo</b>	<b>13º Sueldo</b>	<b>14º Sueldo</b>		<b>Aporte Patronal 12,15%</b>	<b>Total</b>
Operario 1	\$425,00	\$35,42	\$35,42		\$51,64	\$547,47
Operario 2	\$425,00	\$35,42	\$35,42		\$51,64	\$547,47
Operario 3	\$425,00	\$35,42	\$35,42		\$51,64	\$547,47
Total mensual	\$1.275,00	\$106,25	\$106,25		\$154,91	\$1.642,41

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2</b>						
<b>Nómina</b>	<b>Sueldo</b>	<b>13º Sueldo</b>	<b>14º Sueldo</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>Aporte Patronal 12,15%</b>	<b>Total</b>
Operario 1	\$450,50	\$37,54	\$37,50	\$37,53	\$54,74	\$617,80
Operario 2	\$450,50	\$37,54	\$37,50	\$37,53	\$54,74	\$617,80
Operario 3	\$450,50	\$37,54	\$37,50	\$37,53	\$54,74	\$617,80
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.351,50</b>	<b>\$112,63</b>	<b>\$112,50</b>	<b>\$112,58</b>	<b>\$164,21</b>	<b>\$1.853,41</b>

<b>PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3</b>						
<b>Nómina</b>	<b>Sueldo</b>	<b>13º Sueldo</b>	<b>14º Sueldo</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>Aporte Patronal 12,15%</b>	<b>Total</b>
Operario 1	\$477,53	\$39,79	\$39,58	\$39,78	\$58,02	\$654,71
Operario 2	\$477,53	\$39,79	\$39,58	\$39,78	\$58,02	\$654,71
Operario 3	\$477,53	\$39,79	\$39,58	\$39,78	\$58,02	\$654,71
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.432,59</b>	<b>\$119,38</b>	<b>\$118,75</b>	<b>\$119,33</b>	<b>\$174,06</b>	<b>\$1.964,12</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4</b>						
<b>Nómina</b>	<b>Sueldo</b>	<b>13º Sueldo</b>	<b>14º Sueldo</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>Aporte Patronal 12,15%</b>	<b>Total</b>
Operario 1	\$506,18	\$42,18	\$41,67	\$42,16	\$61,50	\$693,70
Operario 2	\$506,18	\$42,18	\$41,67	\$42,16	\$61,50	\$693,70
Operario 3	\$506,18	\$42,18	\$41,67	\$42,16	\$61,50	\$693,70
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.518,55</b>	<b>\$126,55</b>	<b>\$125,00</b>	<b>\$126,49</b>	<b>\$184,50</b>	<b>\$2.081,09</b>

<b>PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5</b>						
<b>Nómina</b>	<b>Sueldo</b>	<b>13º Sueldo</b>	<b>14º Sueldo</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>Aporte Patronal 12,15%</b>	<b>Total</b>
Operario 1	\$536,55	\$44,71	\$43,75	\$44,69	\$65,19	\$734,90
Operario 2	\$536,55	\$44,71	\$43,75	\$44,69	\$65,19	\$734,90
Operario 3	\$536,55	\$44,71	\$43,75	\$44,69	\$65,19	\$734,90
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.609,66</b>	<b>\$134,14</b>	<b>\$131,25</b>	<b>\$134,08</b>	<b>\$195,57</b>	<b>\$2.204,70</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Anexo 3**

**COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 1 (cantidad de productos/servicios que se esperan vender cada mes)**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 1</b>
Bebida energizante de café con sabor a naranja	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	38.400
Bebida energizante de café con sabor a uva	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	38.400
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	36.000
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	36.000
<b>TOTAL</b>	<b>12.400</b>	<b>12.400</b>	<b>12.400</b>	<b>12.400</b>	<b>12.400</b>	<b>12.400</b>	<b>12.400</b>	<b>12.400</b>	<b>12.400</b>	<b>12.400</b>	<b>12.400</b>	<b>12.400</b>	<b>148.800</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 2 (cantidad de productos/servicios que se esperan vender cada mes)**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 2</b>
Bebida energizante de café con sabor a naranja	3.267	3.335	3.404	3.475	3.547	3.621	3.696	3.773	3.852	3.932	4.014	4.098	44.014
Bebida energizante de café con sabor a uva	3.267	3.335	3.404	3.475	3.547	3.621	3.696	3.773	3.852	3.932	4.014	4.098	44.014
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	3.063	3.127	3.192	3.259	3.327	3.396	3.467	3.539	3.613	3.688	3.765	3.843	41.279
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	3.063	3.127	3.192	3.259	3.327	3.396	3.467	3.539	3.613	3.688	3.765	3.843	41.279
<b>TOTAL</b>	<b>12.660</b>	<b>12.924</b>	<b>13.192</b>	<b>13.468</b>	<b>13.748</b>	<b>14.034</b>	<b>14.326</b>	<b>14.624</b>	<b>14.930</b>	<b>15.240</b>	<b>15.558</b>	<b>15.882</b>	<b>170.586</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 3 (cantidad de productos/servicios que se esperan vender cada mes)**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 3</b>
Bebida energizante de café con sabor a naranja	4.183	4.270	4.359	4.450	4.543	4.638	4.735	4.834	4.935	5.038	5.143	5.250	56.378
Bebida energizante de café con sabor a uva	4.183	4.270	4.359	4.450	4.543	4.638	4.735	4.834	4.935	5.038	5.143	5.250	56.378
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	3.923	4.005	4.088	4.173	4.260	4.349	4.440	4.533	4.627	4.723	4.821	4.921	52.863
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	3.923	4.005	4.088	4.173	4.260	4.349	4.440	4.533	4.627	4.723	4.821	4.921	52.863
<b>TOTAL</b>	<b>16.212</b>	<b>16.550</b>	<b>16.894</b>	<b>17.246</b>	<b>17.606</b>	<b>17.974</b>	<b>18.350</b>	<b>18.734</b>	<b>19.124</b>	<b>19.522</b>	<b>19.928</b>	<b>20.342</b>	<b>218.482</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 4 (cantidad de productos/servicios que se esperan vender cada mes)**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 4</b>
Bebida energizante de café con sabor a naranja	5.359	5.471	5.585	5.701	5.820	5.941	6.065	6.191	6.320	6.452	6.586	6.723	72.214
Bebida energizante de café con sabor a uva	5.359	5.471	5.585	5.701	5.820	5.941	6.065	6.191	6.320	6.452	6.586	6.723	72.214
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	5.024	5.129	5.236	5.345	5.456	5.570	5.686	5.804	5.925	6.048	6.174	6.303	67.700
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	5.024	5.129	5.236	5.345	5.456	5.570	5.686	5.804	5.925	6.048	6.174	6.303	67.700
<b>TOTAL</b>	<b>20.766</b>	<b>21.200</b>	<b>21.642</b>	<b>22.092</b>	<b>22.552</b>	<b>23.022</b>	<b>23.502</b>	<b>23.990</b>	<b>24.490</b>	<b>25.000</b>	<b>25.520</b>	<b>26.052</b>	<b>279.828</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 5 (cantidad de productos/servicios que se esperan vender cada mes)**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 5</b>
Bebida energizante de café con sabor a naranja	6.863	7.006	7.152	7.301	7.453	7.608	7.767	7.929	8.094	8.263	8.435	8.611	92.482
Bebida energizante de café con sabor a uva	6.863	7.006	7.152	7.301	7.453	7.608	7.767	7.929	8.094	8.263	8.435	8.611	92.482
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	6.434	6.568	6.705	6.845	6.988	7.134	7.283	7.435	7.590	7.748	7.909	8.074	86.713
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	6.434	6.568	6.705	6.845	6.988	7.134	7.283	7.435	7.590	7.748	7.909	8.074	86.713
<b>TOTAL</b>	<b>26.594</b>	<b>27.148</b>	<b>27.714</b>	<b>28.292</b>	<b>28.882</b>	<b>29.484</b>	<b>30.100</b>	<b>30.728</b>	<b>31.368</b>	<b>32.022</b>	<b>32.688</b>	<b>33.370</b>	<b>358.390</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Anexo 4**

**Comportamiento de las ventas durante los años de operación**

**VENTAS PROYECTADAS: AÑO 1**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 1</b>
Bebida energizante de café con sabor a naranja	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	55.680,00
Bebida energizante de café con sabor a uva	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	4.640,00	55.680,00
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	52.200,00
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	52.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>17.980,00</b>	<b>17.980,00</b>	<b>17.980,00</b>	<b>17.980,00</b>	<b>17.980,00</b>	<b>17.980,00</b>	<b>17.980,00</b>	<b>17.980,00</b>	<b>17.980,00</b>	<b>17.980,00</b>	<b>17.980,00</b>	<b>17.980,00</b>	<b>215.760,00</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**VENTAS PROYECTADAS: AÑO 2**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 2</b>
Bebida energizante de café con sabor a naranja	4.900,50	5.002,50	5.106,00	5.212,50	5.320,50	5.431,50	5.544,00	5.659,50	5.778,00	5.898,00	6.021,00	6.147,00	66.021,00
Bebida energizante de café con sabor a uva	4.900,50	5.002,50	5.106,00	5.212,50	5.320,50	5.431,50	5.544,00	5.659,50	5.778,00	5.898,00	6.021,00	6.147,00	66.021,00
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	4.594,50	4.690,50	4.788,00	4.888,50	4.990,50	5.094,00	5.200,50	5.308,50	5.419,50	5.532,00	5.647,50	5.764,50	61.918,50
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	4.594,50	4.690,50	4.788,00	4.888,50	4.990,50	5.094,00	5.200,50	5.308,50	5.419,50	5.532,00	5.647,50	5.764,50	61.918,50
<b>TOTAL</b>	<b>18.990,00</b>	<b>19.386,00</b>	<b>19.788,00</b>	<b>20.202,00</b>	<b>20.622,00</b>	<b>21.051,00</b>	<b>21.489,00</b>	<b>21.936,00</b>	<b>22.395,00</b>	<b>22.860,00</b>	<b>23.337,00</b>	<b>23.823,00</b>	<b>255.879,00</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**VENTAS PROYECTADAS: AÑO 3**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 3</b>
Bebida energizante de café con sabor a naranja	6.483,65	6.618,50	6.756,45	6.897,50	7.041,65	7.188,90	7.339,25	7.492,70	7.649,25	7.808,90	7.971,65	8.137,50	87.385,90
Bebida energizante de café con sabor a uva	6.483,65	6.618,50	6.756,45	6.897,50	7.041,65	7.188,90	7.339,25	7.492,70	7.649,25	7.808,90	7.971,65	8.137,50	87.385,90
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	6.080,65	6.207,75	6.336,40	6.468,15	6.603,00	6.740,95	6.882,00	7.026,15	7.171,85	7.320,65	7.472,55	7.627,55	81.937,65
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	6.080,65	6.207,75	6.336,40	6.468,15	6.603,00	6.740,95	6.882,00	7.026,15	7.171,85	7.320,65	7.472,55	7.627,55	81.937,65
<b>TOTAL</b>	<b>25.128,60</b>	<b>25.652,50</b>	<b>26.185,70</b>	<b>26.731,30</b>	<b>27.289,30</b>	<b>27.859,70</b>	<b>28.442,50</b>	<b>29.037,70</b>	<b>29.642,20</b>	<b>30.259,10</b>	<b>30.888,40</b>	<b>31.530,10</b>	<b>338.647,10</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**VENTAS PROYECTADAS: AÑO 4**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 4</b>
Bebida energizante de café con sabor a naranja	8.574,40	8.753,60	8.936,00	9.121,60	9.312,00	9.505,60	9.704,00	9.905,60	10.112,00	10.323,20	10.537,60	10.756,80	115.542,40
Bebida energizante de café con sabor a uva	8.574,40	8.753,60	8.936,00	9.121,60	9.312,00	9.505,60	9.704,00	9.905,60	10.112,00	10.323,20	10.537,60	10.756,80	115.542,40
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	8.038,40	8.206,40	8.377,60	8.552,00	8.729,60	8.912,00	9.097,60	9.286,40	9.480,00	9.676,80	9.878,40	10.084,80	108.320,00
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	8.038,40	8.206,40	8.377,60	8.552,00	8.729,60	8.912,00	9.097,60	9.286,40	9.480,00	9.676,80	9.878,40	10.084,80	108.320,00
<b>TOTAL</b>	<b>33.225,60</b>	<b>33.920,00</b>	<b>34.627,20</b>	<b>35.347,20</b>	<b>36.083,20</b>	<b>36.835,20</b>	<b>37.603,20</b>	<b>38.384,00</b>	<b>39.184,00</b>	<b>40.000,00</b>	<b>40.832,00</b>	<b>41.683,20</b>	<b>447.724,80</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**VENTAS PROYECTADAS: AÑO 5**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 5</b>
Bebida energizante de café con sabor a naranja	11.323,95	11.559,90	11.800,80	12.046,65	12.297,45	12.553,20	12.815,55	13.082,85	13.355,10	13.633,95	13.917,75	14.208,15	152.595,30
Bebida energizante de café con sabor a uva	11.323,95	11.559,90	11.800,80	12.046,65	12.297,45	12.553,20	12.815,55	13.082,85	13.355,10	13.633,95	13.917,75	14.208,15	152.595,30
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	10.616,10	10.837,20	11.063,25	11.294,25	11.530,20	11.771,10	12.016,95	12.267,75	12.523,50	12.784,20	13.049,85	13.322,10	143.076,45
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	10.616,10	10.837,20	11.063,25	11.294,25	11.530,20	11.771,10	12.016,95	12.267,75	12.523,50	12.784,20	13.049,85	13.322,10	143.076,45
<b>TOTAL</b>	<b>43.880,10</b>	<b>44.794,20</b>	<b>45.728,10</b>	<b>46.681,80</b>	<b>47.655,30</b>	<b>48.648,60</b>	<b>49.665,00</b>	<b>50.701,20</b>	<b>51.757,20</b>	<b>52.836,30</b>	<b>53.935,20</b>	<b>55.060,50</b>	<b>591.343,50</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Anexo 5**

**Proyección de los costos operacionales**

**COSTOS PROYECTADOS: AÑO 1**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 1</b>
Bebida energizante de café con sabor a naranja	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	23.040,00
Bebida energizante de café con sabor a uva	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	23.040,00
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	21.600,00
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	21.600,00
SUELDOS	1.642,41	1.642,41	1.642,41	1.642,41	1.642,41	1.642,41	1.642,41	1.642,41	1.642,41	1.642,41	1.642,41	1.642,41	19.708,95
<b>TOTAL</b>	<b>9.082,41</b>	<b>9.082,41</b>	<b>9.082,41</b>	<b>9.082,41</b>	<b>9.082,41</b>	<b>9.082,41</b>	<b>9.082,41</b>	<b>9.082,41</b>	<b>9.082,41</b>	<b>9.082,41</b>	<b>9.082,41</b>	<b>9.082,41</b>	<b>108.988,95</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**COSTOS PROYECTADOS: AÑO 2**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
Bebida energizante de café con sabor a naranja	2.123,55	2.167,75	2.212,60	2.258,75	2.305,55	2.353,65	2.402,40	2.452,45	2.503,80	2.555,80	2.609,10	2.663,70	28.609,10
Bebida energizante de café con sabor a uva	2.123,55	2.167,75	2.212,60	2.258,75	2.305,55	2.353,65	2.402,40	2.452,45	2.503,80	2.555,80	2.609,10	2.663,70	28.609,10
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	1.990,95	2.032,55	2.074,80	2.118,35	2.162,55	2.207,40	2.253,55	2.300,35	2.348,45	2.397,20	2.447,25	2.497,95	26.831,35
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	1.990,95	2.032,55	2.074,80	2.118,35	2.162,55	2.207,40	2.253,55	2.300,35	2.348,45	2.397,20	2.447,25	2.497,95	26.831,35
SUELDOS	1.853,41	1.853,41	1.853,41	1.853,41	1.853,41	1.853,41	1.853,41	1.853,41	1.853,41	1.853,41	1.853,41	1.853,41	22.240,95
<b>TOTAL</b>	<b>10.082,41</b>	<b>10.254,01</b>	<b>10.428,21</b>	<b>10.607,61</b>	<b>10.789,61</b>	<b>10.975,51</b>	<b>11.165,31</b>	<b>11.359,01</b>	<b>11.557,91</b>	<b>11.759,41</b>	<b>11.966,11</b>	<b>12.176,71</b>	<b>133.121,85</b>

**COSTOS PROYECTADOS: AÑO 3**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
Bebida energizante de café con sabor a naranja	2.928,10	2.989,00	3.051,30	3.115,00	3.180,10	3.246,60	3.314,50	3.383,80	3.454,50	3.526,60	3.600,10	3.675,00	39.464,60
Bebida energizante de café con sabor a uva	2.928,10	2.989,00	3.051,30	3.115,00	3.180,10	3.246,60	3.314,50	3.383,80	3.454,50	3.526,60	3.600,10	3.675,00	39.464,60
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	2.746,10	2.803,50	2.861,60	2.921,10	2.982,00	3.044,30	3.108,00	3.173,10	3.238,90	3.306,10	3.374,70	3.444,70	37.004,10
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	2.746,10	2.803,50	2.861,60	2.921,10	2.982,00	3.044,30	3.108,00	3.173,10	3.238,90	3.306,10	3.374,70	3.444,70	37.004,10
SUELDOS	2.579,04	2.579,04	2.579,04	2.579,04	2.579,04	2.579,04	2.579,04	2.579,04	2.579,04	2.579,04	2.579,04	2.579,04	30.948,53
<b>TOTAL</b>	<b>13.927,44</b>	<b>14.164,04</b>	<b>14.404,84</b>	<b>14.651,24</b>	<b>14.903,24</b>	<b>15.160,84</b>	<b>15.424,04</b>	<b>15.692,84</b>	<b>15.965,84</b>	<b>16.244,44</b>	<b>16.528,64</b>	<b>16.818,44</b>	<b>183.885,93</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**COSTOS PROYECTADOS: AÑO 4**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
Bebida energizante de café con sabor a naranja	4.019,25	4.103,25	4.188,75	4.275,75	4.365,00	4.455,75	4.548,75	4.643,25	4.740,00	4.839,00	4.939,50	5.042,25	54.160,50
Bebida energizante de café con sabor a uva	4.019,25	4.103,25	4.188,75	4.275,75	4.365,00	4.455,75	4.548,75	4.643,25	4.740,00	4.839,00	4.939,50	5.042,25	54.160,50
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	3.768,00	3.846,75	3.927,00	4.008,75	4.092,00	4.177,50	4.264,50	4.353,00	4.443,75	4.536,00	4.630,50	4.727,25	50.775,00
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	3.768,00	3.846,75	3.927,00	4.008,75	4.092,00	4.177,50	4.264,50	4.353,00	4.443,75	4.536,00	4.630,50	4.727,25	50.775,00
SUELDOS	2.774,79	2.774,79	2.774,79	2.774,79	2.774,79	2.774,79	2.774,79	2.774,79	2.774,79	2.774,79	2.774,79	2.774,79	33.297,42
<b>TOTAL</b>	<b>18.349,29</b>	<b>18.674,79</b>	<b>19.006,29</b>	<b>19.343,79</b>	<b>19.688,79</b>	<b>20.041,29</b>	<b>20.401,29</b>	<b>20.767,29</b>	<b>21.142,29</b>	<b>21.524,79</b>	<b>21.914,79</b>	<b>22.313,79</b>	<b>243.168,42</b>

**COSTOS PROYECTADOS: AÑO 5**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
Bebida energizante de café con sabor a naranja	5.490,40	5.604,80	5.721,60	5.840,80	5.962,40	6.086,40	6.213,60	6.343,20	6.475,20	6.610,40	6.748,00	6.888,80	73.985,60
Bebida energizante de café con sabor a uva	5.490,40	5.604,80	5.721,60	5.840,80	5.962,40	6.086,40	6.213,60	6.343,20	6.475,20	6.610,40	6.748,00	6.888,80	73.985,60
Bebida energizante de café con sabor a mandarina	5.147,20	5.254,40	5.364,00	5.476,00	5.590,40	5.707,20	5.826,40	5.948,00	6.072,00	6.198,40	6.327,20	6.459,20	69.370,40
Bebida energizante de café con sabor a manzana roja	5.147,20	5.254,40	5.364,00	5.476,00	5.590,40	5.707,20	5.826,40	5.948,00	6.072,00	6.198,40	6.327,20	6.459,20	69.370,40
SUELDOS	2.939,61	2.939,61	2.939,61	2.939,61	2.939,61	2.939,61	2.939,61	2.939,61	2.939,61	2.939,61	2.939,61	2.939,61	35.275,27
<b>TOTAL</b>	<b>24.214,81</b>	<b>24.658,01</b>	<b>25.110,81</b>	<b>25.573,21</b>	<b>26.045,21</b>	<b>26.526,81</b>	<b>27.019,61</b>	<b>27.522,01</b>	<b>28.034,01</b>	<b>28.557,21</b>	<b>29.090,01</b>	<b>29.635,61</b>	<b>321.987,27</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Anexo 6**

**Proyección de los gastos operaciones de la empresa durante los años de operación.**

**GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 1**

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 1</b>
SUELDOS	3.128,93	3.128,93	3.128,93	3.128,93	3.128,93	3.128,93	3.128,93	3.128,93	3.128,93	3.128,93	3.128,93	3.128,93	37.547,10
ALQUILER	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	10.800,00
LIMPIEZA	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
SERVICIOS BÁSICOS	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
SEGURIDAD	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	5.100,00
PUBLICIDAD	150,00	150,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	600,00	600,00	600,00	4.900,00
CAPACITACIÓN	-	350,00	-	-	-	350,00	-	-	-	-	-	-	700,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	400,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	400,00
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	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	900,00
COMISIONES	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
<b>TOTAL</b>	<b>5.878,93</b>	<b>5.828,93</b>	<b>5.728,93</b>	<b>5.728,93</b>	<b>5.728,93</b>	<b>6.078,93</b>	<b>5.728,93</b>	<b>5.728,93</b>	<b>5.728,93</b>	<b>5.928,93</b>	<b>5.928,93</b>	<b>5.928,93</b>	<b>69.947,10</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 2**

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 2</b>
SUELDOS	3.532,99	3.532,99	3.532,99	3.532,99	3.532,99	3.532,99	3.532,99	3.532,99	3.532,99	3.532,99	3.532,99	3.532,99	42.395,89
ALQUILER	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	11.025,00
LIMPIEZA	204,17	204,17	204,17	204,17	204,17	204,17	204,17	204,17	204,17	204,17	204,17	204,17	2.450,00
SERVICIOS BÁSICOS	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	3.062,50
SEGURIDAD	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00
PUBLICIDAD	153,13	153,13	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	612,50	612,50	612,50	5.002,08
CAPACITACIÓN	-	357,29	-	-	-	357,29	-	-	-	-	-	-	714,58
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	408,33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	408,33
MOVILIZACIÓN	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	255,21	3.062,50
SUMINISTROS DE OFICINA	76,56	76,56	76,56	76,56	76,56	76,56	76,56	76,56	76,56	76,56	76,56	76,56	918,75
COMISIONES	102,08	102,08	102,08	102,08	102,08	102,08	102,08	102,08	102,08	102,08	102,08	102,08	1.225,00
<b>TOTAL</b>	<b>6.356,43</b>	<b>6.305,39</b>	<b>6.203,30</b>	<b>6.203,30</b>	<b>6.203,30</b>	<b>6.560,59</b>	<b>6.203,30</b>	<b>6.203,30</b>	<b>6.203,30</b>	<b>6.407,47</b>	<b>6.407,47</b>	<b>6.407,47</b>	<b>75.664,64</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 3**

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 3</b>
SUELDOS	3.744,97	3.744,97	3.744,97	3.744,97	3.744,97	3.744,97	3.744,97	3.744,97	3.744,97	3.744,97	3.744,97	3.744,97	44.939,64
ALQUILER	937,89	937,89	937,89	937,89	937,89	937,89	937,89	937,89	937,89	937,89	937,89	937,89	11.254,69
LIMPIEZA	208,42	208,42	208,42	208,42	208,42	208,42	208,42	208,42	208,42	208,42	208,42	208,42	2.501,04
SERVICIOS BÁSICOS	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	3.126,30
SEGURIDAD	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	5.700,00
PUBLICIDAD	156,32	156,32	416,84	416,84	416,84	416,84	416,84	416,84	416,84	625,26	625,26	625,26	5.106,29
CAPACITACIÓN	-	364,74	-	-	-	364,74	-	-	-	-	-	-	729,47
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	416,84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	416,84
MOVILIZACIÓN	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	260,53	3.126,30
SUMINISTROS DE OFICINA	78,16	78,16	78,16	78,16	78,16	78,16	78,16	78,16	78,16	78,16	78,16	78,16	937,89
COMISIONES	104,21	104,21	104,21	104,21	104,21	104,21	104,21	104,21	104,21	104,21	104,21	104,21	1.250,52
<b>TOTAL</b>	<b>6.642,85</b>	<b>6.590,75</b>	<b>6.486,54</b>	<b>6.486,54</b>	<b>6.486,54</b>	<b>6.851,27</b>	<b>6.486,54</b>	<b>6.486,54</b>	<b>6.486,54</b>	<b>6.694,96</b>	<b>6.694,96</b>	<b>6.694,96</b>	<b>79.088,99</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 4**

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 4</b>
SUELDOS	3.969,67	3.969,67	3.969,67	3.969,67	3.969,67	3.969,67	3.969,67	3.969,67	3.969,67	3.969,67	3.969,67	3.969,67	47.636,02
ALQUILER	957,43	957,43	957,43	957,43	957,43	957,43	957,43	957,43	957,43	957,43	957,43	957,43	11.489,16
LIMPIEZA	212,76	212,76	212,76	212,76	212,76	212,76	212,76	212,76	212,76	212,76	212,76	212,76	2.553,15
SERVICIOS BÁSICOS	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	3.191,43
SEGURIDAD	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
PUBLICIDAD	159,57	159,57	425,52	425,52	425,52	425,52	425,52	425,52	425,52	638,29	638,29	638,29	5.212,67
CAPACITACIÓN	-	372,33	-	-	-	372,33	-	-	-	-	-	-	744,67
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	425,52	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	425,52
MOVILIZACIÓN	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	265,95	3.191,43
SUMINISTROS DE OFICINA	79,79	79,79	79,79	79,79	79,79	79,79	79,79	79,79	79,79	79,79	79,79	79,79	957,43
COMISIONES	106,38	106,38	106,38	106,38	106,38	106,38	106,38	106,38	106,38	106,38	106,38	106,38	1.276,57
<b>TOTAL</b>	<b>6.943,03</b>	<b>6.889,84</b>	<b>6.783,46</b>	<b>6.783,46</b>	<b>6.783,46</b>	<b>7.155,79</b>	<b>6.783,46</b>	<b>6.783,46</b>	<b>6.783,46</b>	<b>6.996,22</b>	<b>6.996,22</b>	<b>6.996,22</b>	<b>82.678,06</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 5**

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 5</b>
SUELDOS	4.207,85	4.207,85	4.207,85	4.207,85	4.207,85	4.207,85	4.207,85	4.207,85	4.207,85	4.207,85	4.207,85	4.207,85	50.494,18
ALQUILER	977,38	977,38	977,38	977,38	977,38	977,38	977,38	977,38	977,38	977,38	977,38	977,38	11.728,52
LIMPIEZA	217,19	217,19	217,19	217,19	217,19	217,19	217,19	217,19	217,19	217,19	217,19	217,19	2.606,34
SERVICIOS BÁSICOS	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	3.257,92
SEGURIDAD	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	6.300,00
PUBLICIDAD	162,90	162,90	434,39	434,39	434,39	434,39	434,39	434,39	434,39	651,58	651,58	651,58	5.321,27
CAPACITACIÓN	-	380,09	-	-	-	380,09	-	-	-	-	-	-	760,18
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	434,39	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	434,39
MOVILIZACIÓN	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	271,49	3.257,92
SUMINISTROS DE OFICINA	81,45	81,45	81,45	81,45	81,45	81,45	81,45	81,45	81,45	81,45	81,45	81,45	977,38
COMISIONES	108,60	108,60	108,60	108,60	108,60	108,60	108,60	108,60	108,60	108,60	108,60	108,60	1.303,17
-													-
-													-
<b>TOTAL</b>	<b>7.257,74</b>	<b>7.203,44</b>	<b>7.094,84</b>	<b>7.094,84</b>	<b>7.094,84</b>	<b>7.474,93</b>	<b>7.094,84</b>	<b>7.094,84</b>	<b>7.094,84</b>	<b>7.312,04</b>	<b>7.312,04</b>	<b>7.312,04</b>	<b>86.441,27</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA HIDRATANTE A BASE DE CAFÉ UBICADO  
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**