



**INSTITUTO DE NEGOCIOS  
“HUMANE”**

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL  
AÑO 2023.

TOMO I

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

NAIRA BIBLIANA TORRES ALMEIDA

**GUAYAQUIL - ECUADOR  
2022**



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

**TÍTULO:** "PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL A PARTIR DEL AÑO 2023"

**AUTOR/ES:** NAIRA BIBLIANA TORRES ALMEIDA

**TUTOR:** Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA

**INSTITUCIÓN:** Instituto de Negocios "HUMANE"

**FACULTAD:** Administración

**CARRERA:** ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**FECHA DE PUBLICACIÓN:** septiembre de 2022

**Nº DE PÁG:** 78

**ÁREA TEMÁTICA:** Plan de negocios

**PALABRAS CLAVES:** Jugos, Nobol, Estrategia, Plan de negocios.

**RESUMEN:** El presente trabajo de titulación tiene como finalidad crear una empresa en donde se elabore y comercialice jugos naturales y saludables a base de coco, y de soya en el cantón Nobol a partir del año 2023. Con la creación de este negocio se busca brindar jugos naturales y saludables para contribuir al mejoramiento de la salud a través del aprovechamiento de los recursos que nos ofrece el cantón y sus alrededores, por ende, también se fomentaría el apoyo económico aquellos agricultores que cosechan estos frutos.

**Nº DE REGISTRO:** A-EC-08-16

**Nº DE CLASIFICACIÓN:** A-EC-08-16

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

**ADJUNTO PDF:**

SI X

NO

**CONTACTO CON AUTOR/ES:**

**Teléfono:**  
0978606834

**E-mail:** ntorres@es.humane.edu.ec

**CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:**

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

**Teléfono:** (04) 288 2710

**Mail:** cpazmino@humane.edu.ec

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/1; y en la Av. 9 de octubre 642 y Carrión edificio Prometeo, teléfonos 2569898/9. Fax: (593-2) 250-9054

Código de campo cambiado

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios por haberme otorgado una familia maravillosa, quienes han creído en mí siempre, dándome ejemplo de superación, humanidad, honradez y sacrificio, enseñándome a valorar todo lo que tengo.*

*A los profesores de mi carrera que se esforzaron por darnos lo mejor de sus enseñanzas.*

## **DEDICATOR**

*Dedico este proyecto primero a Dios*

*A mis padres porque ellos siempre han estado a mi lado brindándome su apoyo incondicional, económico y sus consejos para hacer de mí una mejor persona.*

*A mis hermanas por sus palabras y compañía más que hermanas son mis verdaderas amigas.*

*A mi sobrina Lady por su ayuda por ser mi guía desde el inicio de mi carrera por estar siempre cuando más lo necesite.*

*A mi esposo por sus palabras, su confianza, su amor, su paciencia y por brindarme el tiempo necesario para realizarme profesionalmente.*

*A mis hijos por motivarme a seguir adelante para cumplir este sueño.*

## CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Santiago de Guayaquil, septiembre de 2022

Yo, **Naira Bibliana Torres Almeida** 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.

---

Naira Bibliana Torres Alvarado

**C.I:** 091868083-6

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Santiago de Guayaquil, septiembre de 2022

Certifico que el trabajo titulado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.”** ha sido elaborado por **Naira Bibliana Torres Almeida** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

---

Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto tiene como objetivo determinar la viabilidad de la creación de una empresa que ofrezca jugos naturales y saludables, es decir, productos bajos en calorías, azúcar y libres de edulcorantes calóricos. Los jugos podrán ser adquiridos en el cantón Nobol. A través, de esta propuesta se busca incentivar a los consumidores a mantener una alimentación sana y balanceada que se ha visto perdida en los últimos años por llevar malos hábitos alimenticios.

Para ello, se tuvo que iniciar con un diseño de investigación que permitió determinar la problemática que aborda el creciente número de personas con problemas de salud, así mismo, se ejecutaron varios análisis para establecer las características de los clientes, la frecuencia de consumo y las preferencias de estos al momento de seleccionar un jugo.

La metodología aplicada a seguir fue la siguiente: Descripción de la idea de negocio, análisis del entorno, estudio de mercado, plan estratégico de diferenciación, estructura organizacional, plan de marketing, plan de acción y un análisis financiero que permitió mostrar que el proyecto se puede llevar a cabo. Es decir, es viable y rentable, debido a que es un negocio que se encuentra en tendencia y posee poca rivalidad en la industria de las bebidas.

A partir de los resultados obtenidos en los estudios, se puede establecer que la inversión que el proyecto requerirá es de \$38.185,00. El 84% de la inversión se obtendrá, a través de los aportes propios de los socios por la cantidad de \$32.000,00 y el 16% restante, por medio de financiamiento con Banecuador.

## **ABSTRACT**

The objective of this project is to determine the feasibility of creating a company that offers natural and healthy juices, that is, products that are low in calories, sugar and free of caloric sweeteners. The juices can be purchased in the Nobol canton. Through, this proposal seeks to encourage consumers to maintain a healthy and balanced diet that has been lost in recent years due to poor eating habits.

For this, it was necessary to start with a research design that allowed to determine the problem addressed by the growing number of people with health problems, likewise, several analyzes were carried out to establish the characteristics of the clients, the frequency of consumption and their preferences when selecting a juice.

The methodology applied to follow was as follows: Description of the business idea, analysis of the environment, market study, strategic differentiation plan, organizational structure, marketing plan, action plan and a financial analysis that allowed showing that the project can carry out. In other words, it is viable and profitable, because it is a trending business and has little rivalry in the beverage industry.

From the results obtained in the studies, it can be established that the investment that the project will require is \$38,185.00. 84% of the investment will be obtained through the partners' own contributions in the amount of \$32,000.00 and the remaining 16%, through financing with Banecuador. It should be noted that the value requested will be \$6,185.00 at an annual interest rate of 10.21% for 3 years. Finally, the project proposes to obtain a cost benefit for each dollar invested, that is, a return of \$0.21 cents will be obtained.



## Índice General

1	Capítulo I: Diseño de la investigación .....	1
1.1	Planteamiento del problema .....	1
1.2	Formulación del problema.....	1
1.3	Sistematización del problema.....	1
1.4	Objetivos .....	2
1.4.1	Objetivo general .....	2
1.4.2	Objetivos específicos .....	2
1.5	Justificación de la investigación .....	2
1.6	Marco teórico.....	3
1.6.1	Estrategias de producto .....	4
1.6.2	Sistema de almacenamiento de insumos .....	9
1.6.3	Bebidas saludables .....	11
1.6.4	Bebidas azucaradas.....	15
1.7	Marco conceptual .....	17
1.7.1	Plan de Negocio.....	17
1.7.2	Cliente.....	17
1.7.3	Almacenamiento de Materia Prima.....	18
1.7.4	Edulcorante no Nutritivo .....	18
1.7.5	Alimentación Saludable .....	19

1.7.6	Enfermedades Crónicas.....	19
1.7.7	Obesidad.....	19
1.7.8	Bebidas Saludables .....	20
1.7.9	Nutrición.....	20
1.7.10	Emprendedor .....	21
1.7.11	Emprendimiento.....	21
2	Capitulo II: Propuesta comercial.....	22
2.1	Descripción de la empresa.....	22
2.2	Visión, misión, valores objetivos y modelo canvas .....	22
2.2.1	Visión .....	22
2.2.2	Misión .....	23
2.2.3	Valores.....	23
2.2.4	Objetivo general.....	23
2.2.5	Objetivos específicos .....	23
2.2.6	Modelo de negocio – CANVAS .....	25
2.3	Estrategia genérica y ventajas competitivas.....	30
2.3.1	Estrategia genérica .....	30
2.3.2	Ventajas Competitivas.....	30
2.4	Estructura organizacional.....	32
2.5	Plan de Marketing.....	33

2.5.1	Contexto general del mercado .....	33
2.5.2	Perfil del cliente.....	34
2.5.3	Estrategia de producto .....	34
2.5.4	Estrategia de precio .....	35
2.5.5	Estrategia de distribución .....	36
2.5.6	Estrategia de promoción .....	37
2.5.7	Estrategia de personas .....	39
2.5.8	Procesos.....	48
2.5.9	Estrategia de evidencia.....	50
2.6	Plan de acción.....	52
3	Capítulo III: análisis financiero del proyecto .....	58
3.1	Principales supuestos financieros.....	58
3.2	Financiamiento del proyecto.....	58
3.3	Evaluación del proyecto .....	59
3.4	Ratios financieras .....	62
3.4.1	Razón Corriente .....	63
3.4.2	Capital de Trabajo.....	63
3.4.3	Rotación del Activo Total.....	63
3.4.4	Endeudamiento .....	64
3.4.5	Leverage Total .....	64

3.4.6	Cobertura Gasto Financiero .....	64
3.4.7	Margen Neto .....	65
3.4.8	ROA .....	65
3.4.9	ROE .....	65
4	Conclusiones y recomendación.....	66
4.1	Conclusión .....	66
4.2	Recomendación.....	67
	Bibliografía.....	68
	Anexos .....	71

### Índice de figura

Figura 1 Estrategia de Producto .....	6
Figura 2 Principales razones para almacenar.....	10
Figura 3Canvas.....	25
Figura 4 Organigrama .....	32
Figura 5 Uniforme de empleados .....	39
Figura 6 Perfil contable .....	41
Figura 7 Perfil de recursos humanos .....	42
Figura 8 Perfil área Marketing .....	43
Figura 9 Perfil de almacenamiento .....	44
Figura 10 Perfil de Bodega.....	45
Figura 11 Perfil de ventas.....	46
Figura 12 Perfil de logística.....	47
Figura 13 Flujograma - Elaboración de Jugo de Soya .....	48
Figura 14 Flujograma - elaboración de Jugo coco.....	49
Figura 15 Logo de la empresa.....	50
Figura 16 Jugo de Coco .....	51
Figura 17 Jugo de Soya .....	51
Figura 18 Jugos en perchas .....	52

## Índice de Tabla

Tabla 1 Precios .....	36
Tabla 2 Primer objetivo .....	53
Tabla 3 Segundo objetivo.....	54
Tabla 4 Tercer objetivo.....	55
Tabla 5 Cuarto Objetivo .....	56
Tabla 6 Quinto Objetivo.....	57
Tabla 7 Supuestos Financieros .....	58
Tabla 8 Inversión.....	59
Tabla 9 VAN.....	59
Tabla 10 TIR .....	60
Tabla 11 Payback.....	60
Tabla 12 WACC .....	61
Tabla 13 Punto de equilibrio.....	62
Tabla 14 Ratios Financieros.....	62

### Índice de Anexo

Anexo 1 Sueldos anuales.....	71
Anexo 2 Demanda esperada anual .....	73
Anexo 3 Precio de venta individual.....	74
Anexo 4 Costo de venta individual .....	76
Anexo 5 Gastos operacionales.....	77
Anexo 6 Préstamo.....	78

## Capítulo I: Diseño de la investigación

### 1.1 Planteamiento del problema

NECESIDAD	CUSAR	PRONOSTIAR	CONTRAR EL PRONOSTICO
o. Alcanzar niveles de desperdicio en productos fermentados	a. Falta de estrategias concuerdas	El no poder contar con un sistema de almacenamiento adecuado podría conllevar al bajo nivel de las ventas, la disminución de la rentabilidad e incluso el cierre del negocio.	Sería ideal incentivar a la población en el cuidado alimenticio a través de un plan de negocio de una empresa que se dedique a comercializar jugos naturales y saludables.
o. Alcanzar niveles de desperdicio en insumos (Frutas)	a. Falta de almacenamiento adecuado de los insumos		
o. Bajo nivel de ventas	a. El desconocimiento de los beneficios de tomar jugos		
o. Alta competitividad	a. Los consumidores por tener adgang a bebidas azucaradas		

### 1.2 Formulación del problema

¿Cuál será el impacto de crear un plan de negocio en donde se elabore y comercialice jugos naturales y saludables en el cantón Nobol a partir del año 2023?

### 1.3 Sistematización del problema

- ¿Cuál sería las estrategias adecuadas para comercializar de mejor manera el producto?
- ¿Cómo afecta el no contar con un buen sistema de almacenamiento de insumos puede ser sobre la rentabilidad de la empresa?
- ¿Qué efectos genera el no conocer de los beneficios de tomar bebidas saludables?
- ¿Qué efectos genera el alto consumo de bebidas azucaradas en la salud de las personas?



## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar el impacto de la creación de una empresa que elabore y comercialice jugos naturales en el cantón Nobol.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Determinar las estrategias adecuadas para comercializar los jugos.
- Identificar como afecta un inadecuado sistema de almacenamiento de insumos sobre la rentabilidad de la empresa.
- Analizar los efectos que genera el desconocimiento de los beneficios de tomar bebidas saludables.
- Analizar los efectos que genera el alto consumo de bebidas azucaradas en la salud de las personas.

## **1.5 Justificación de la investigación**

La razón de este proyecto se basa en la creación de una empresa que se preocupe por la salud de los niños, jóvenes y adultos, con el fin de combatir el consumo excesivo de bebidas azucaradas para prevenir posibles Enfermedades Crónicas no Transmisibles, mejorar su estilo de vida y satisfacer las necesidades de los consumidores que prefieren lo natural.

Según el Banco Mundial en países de mediano y bajos ingresos la obesidad desde el 2013 ha aumentado alrededor del 30%, de continuar esta tendencia para el 2025 más de 70 millones de personas sufrirán de sobrepeso. El sobrepeso trae consigo una serie

de problemas de salud, tales como; diabetes, fallas cardíacas, problemas digestivos, en el ámbito social afecta a las relaciones interpersonales, gran parte del problema también recae sobre los padres, quienes son los que brindan los alimentos creando así una dieta no balanceada y no saludable, para eso es necesario que se inculque a los niños y jóvenes desde el hogar el hábito de llevar una dieta saludable rica en vegetales y proteínas, así como también una buena actividad física para evitar enfermedades.

Otro factor que influye negativamente es el sedentarismo, que mucho de los niños y jóvenes ahora prefieren estar en el teléfono, computador o consola de videojuegos que hacer actividad física en exteriores de sus casas o parques, es por eso que debido al impacto de la tecnología se ayudará a más padres a promover una buena alimentación, la importancia de la comunicación gráfica, es brindar una manera distinta, creativa y amable de ver las cosas, mediante imágenes que llamen la atención de las personas de ver una manera fácil sobre las ventajas y desventajas de las bebidas azucaradas, por ejemplo el uso de infografías, piezas gráficas, aplicaciones y demás, las cuales están hechas para resumir de manera detallada datos importantes y relevantes de un tema específico, la forma de presentar la información con imágenes es hacer leer, comprender y retroalimentar.

## **1.6 Marco teórico**

Teniendo en cuenta que el proyecto requiere determinar el impacto y analizar las bases de la creación de una empresa que elabore y comercialice jugos naturales, este marco teórico reúne definiciones de estrategias de producto, tipos de estrategias de producto, sistemas de almacenamiento de insumos, entre otros.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Cáncer se ha podido evidenciar en los últimos años una posible asociación entre los edulcorantes artificiales y el cáncer. Es necesario mencionar que los sustitutos del azúcar son edulcorantes que se usan para reemplazar la azúcar de mesa normal también conocida como sacarosa. Este tipo de endulzantes artificiales se han utilizado a lo largo del tiempo para fabricar alimentos procesados como: bebidas azucaradas, enlatados, mermeladas y postres (Instituto Nacional del Cáncer, 2016)

### **1.6.1 Estrategias de producto**

#### **1.6.1.1 Producto**

De acuerdo con American Marketing Association:

“Un producto se define como un conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) susceptibles de intercambio o uso, generalmente una combinación de formas tangibles e intangibles” (American Marketing Association, 2022)

Para que las empresas puedan ofrecer un producto al consumidor final, este debe pasar por una serie de procesos desde el momento de cotización, adquisición, selección de la mejor materia prima, proceso de elaboración, envase y venta, entre otros muchos procesos que van a depender del producto que se ofrezca al mercado.

Rodríguez (2020), en su estudio manifiesta que un producto, es todo bien o servicio que una empresa produce con el propósito de comercializarlo y satisfacer una necesidad del consumidor. Sin duda, el producto se considera el elemento más importante. Puesto que todas las otras variables dependen del producto, no se puede pensar en establecer un precio si no hay un producto. Tampoco se puede pensar en la

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

forma de comunicar los beneficios que se ofrecen, si aún no se tiene un producto que comercializar. Por otro lado, es imposible establecer una estrategia de distribución, si aún no sabemos que vamos a vender en el mercado.

Otro de los autores, que complementa este libro (Mir Julia, Varios autores 35 2018), refiere que un producto no existe hasta que no responda a una necesidad o a un deseo, un producto es un conjunto de características y atributos tangibles por su forma, tamaño y color e intangibles por su marca, imagen de empresa, servicios y otros que el comprador acepta para satisfacer sus necesidades.

### 1.6.1.2 Estrategia de producto

“Una estrategia de producto es el conjunto de acciones a llevar a cabo para diseñar y realizar un producto o servicio teniendo en cuenta las necesidades del cliente potencial” (Ventura, 2017)

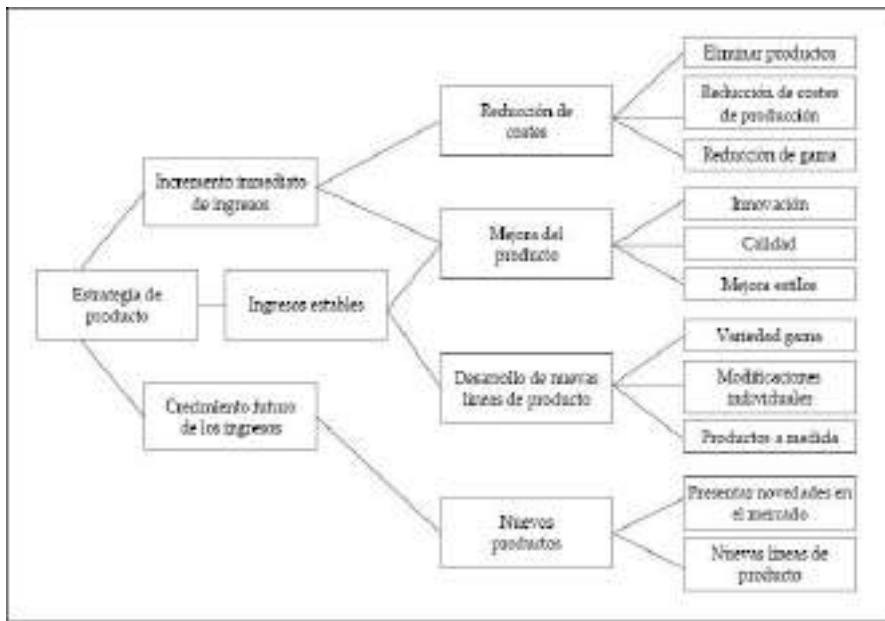


Figura 1 Estrategia de Producto

Fuente: según O'Shaughnessy, 2014)

Para que un producto tenga aceptación dentro del mercado se debe analizar al mismo, es decir los gustos, las preferencias, las características que busca el consumidor. De esta manera se puede agregar armónicamente cada uno de estos detalles y hacer del producto final un éxito.

Así mismo, si el producto ya existe en el mercado se debe revisar que tanto ha impactado desde el momento de su lanzamiento, ya que, si los resultados no se han mantenido o alcanzado los márgenes propuestos, el departamento encargado procederá a realizar un estudio para emitir las mejoras pertinentes.

- **Precio**

Las decisiones sobre el precio son de una importancia capital en la estrategia de marketing de cualquier empresa. Establecer el precio tiene un gran impacto en toda la estrategia de marketing y afecta en gran medida las ventas y la demanda del mismo.

Dentro del sector servicios existen influencias específicas que se deben sumar a las principales fuerzas tradicionales que influyen en los precios como son costes, competencia y demanda.

- **Distribución**

La distribución es una parte muy importante. Debe posicionar y distribuir el producto y/o servicio en un lugar accesible para su público y clientes potenciales. Esto viene de la mano con un conocimiento intensivo del mercado al que se dirige, dentro de los servicios, no ha recibido la suficiente atención debido a que siempre ha sido relacionada directamente al movimiento de elementos físicos. Existen distintas plataformas de distribución, hoy en día, como tiendas online, redes sociales.

Por norma general cuando se habla de la distribución del servicio se piensa en la venta directa como en el método de distribución más frecuente y en que los canales son

cortos. Sin embargo, en la distribución de servicios, el uso de intermediarios es frecuente y no existe ninguna uniformidad en las funciones realizadas por los mismos (Sánchez, 2016).

- **Comunicación**

El principal propósito de la comunicación es crear interés en el servicio y en la propia organización de este, para diferenciarse de la competencia, que pueda diferenciarse de la competencia, comunicar y representar los beneficios de los servicios disponibles; así como, persuadir a los clientes para que compren o usen el bien o servicio. Lo cierto es que la comunicación para el sector servicios es bastante más complicada que para el sector de bienes, fundamentalmente por la propia intangibilidad de los servicios, que dificulta la percepción de calidad de estos por parte de los clientes.

- **Personas**

Si hay algo que define a los servicios es que no pueden sustraerse de las personas que los suministran y por lo tanto el personal puede llegar a ser un factor clave en la diferenciación de los servicios, lo que da como resultado una ventaja competitiva frente a otras empresas. personal involucrado en ventas tiene contacto directo con el cliente y su comportamiento puede ser tan importante como para influir en la calidad percibida de un servicio, por lo tanto, se requiere capacitar en temáticas relacionadas al Recurso Humano y atención al cliente.

- **Procesos**

Los procesos se podrían definir como mecanismos o rutinas en la prestación de un servicio que afectan a la calidad percibida del mismo, por lo que se requiere plantear las estrategias correctas que asegure un proceso correcto y que ayude a minimizar costos. Una herramienta que no puede faltar es la tecnología, por lo que resulta imprescindible lograr la diferenciación usando los medios electrónicos que aplicando de manera creativa e innovadora puede hacer la diferencia al momento de brindar un servicio.

#### **1.6.2 Sistema de almacenamiento de insumos**

##### **1.6.2.1 Sistema de almacenamiento de insumos”**

“El sistema de almacenamiento tiene dos funciones primordiales: el almacenamiento que incluye todas las actividades necesarias para guardar y mantener los productos desde que son fabricados o adquiridos hasta que son vendidos y el manejo de mercancías que su principal objetivo es asegurar el abastecimiento de productos ” (Luis Miguel Manene Cerragería, 2016)

Para que se pueda conservar la materia prima y esta sea de calidad, se debe de contar con suministros electrónicos y personal que se encargue de regular y monitorear la temperatura adecuada.

Un inadecuado almacenamiento de insumos puede producirse por varias causas como colocar mal la materia prima como sobrecargar las estanterías como utilizar paletas



defectuosas o en mal estado

### 1.6.2.2 Beneficios sobre la empresa

Las empresas encargadas de la producción de un producto deben de tener un almacenamiento adecuado de la materia prima para no sufrir perdidas en sus stocks de inventario.

A continuación, Noega Systems nos indica las 5 razones por las cuales se debe almacenar:



*Figura 2 Principales razones para almacenar*

*Fuente: (Noegasystems, 2016)*

En la figura 2 se puede apreciar las 5 razones por las cuales se deben de almacenar, cada una de ellas cumple un rol importante dentro de cualquier empresa ya que contar con el inventario es imprescindible para que un negocio se mantenga a flote.

En el caso de este proyecto la materia prima a almacenar es el coco y la soya, los mismos que deben de tener una temperatura adecuada y refrigeración, así como también el abastecimiento de leche y especias.

### **1.6.3 Bebidas saludables**

#### **1.6.3.1 Definición de “bebida saludable”**

Las bebidas son una necesidad para los seres humanos, puesto que hidratarse es algo fundamental en la vida diaria. Según la (Revista IA Alimentos, 2021), las bebidas saludables son aquellas que ofrecen beneficios para la salud, su consumo es recomendado de forma continua. Estos pueden provenir de forma natural, o se les pueden adicionar nutrientes, cómo calcio, omegas, proteínas, etc.

#### **1.6.3.2 Tipos de bebidas saludables**

El consumo diario de bebidas saludables es una buena medida para mantener sano el organismo. Actualmente muchas más personas las consumen, puesto que brindan mejores resultados en la salud. A continuación, se dan a conocer varios tipos de bebidas saludables.

Libbys (2017) menciona las siguientes:

- **Agua**

El agua es la principal bebida saludable por una variedad de razones. En primer lugar, el cuerpo humano está compuesto por aproximadamente un 60-70% de agua, además que todas las bebidas contienen agua en su composición. El cuerpo humano

requiere estar hidratado para poder funcionar de la manera correcta, además para estar sano, y el agua es la mejor opción para ello.

- **Zumos de verduras y hortalizas**

Las bebidas a base de zumos de verduras y hortalizas tienen muchas propiedades y beneficios, sin contener mucha azúcar.

Se pueden combinar verduras y hortalizas, ya que enriquece las propiedades nutricionales de la bebida.

Destacan los zumos hechos de remolacha, la zanahoria, tomate, pepino, etc.

- **Zumos de frutas**

Las bebidas con bases de frutas contienen variedad de nutrientes, vitaminas y minerales. Sin embargo, pueden contener mucha azúcar.

El consumo excesivo de jugos de frutas, según el tipo, no es recomendable. Es importante consumir bebidas naturales, y no envasadas o con contenidos químicos, además de azúcares añadidos.

- **Batidos**

Los batidos pueden ser creados tanto de frutas como de verduras. Estos batidos pueden tener como base la leche, el yogurt, o con bebidas vegetales (leche de almendras, avena, arroz, etc.) además de muchas opciones.

- **Té**

El té es una bebida que contiene muchas propiedades y beneficios para el organismo. Hay varios tipos de té, como principales están el té verde, el té rojo y el té

negro. Actualmente el té de matcha se ha popularizado gracias a sus beneficios para reducir el colesterol, hasta disminuir los niveles de azúcar en la sangre y la diabetes.

### **1.6.3.3 Beneficios de las bebidas saludables**

Actualmente, una vida saludable es de gran interés para los consumidores, convirtiéndose en un pilar de la sociedad actual. Por ende, las bebidas saludables han tenido un aumento en demanda, ya que contribuyen a la hidratación y a una manera de mantener un estilo de vida saludable.

Cómo lo menciona (AMC Natural Drinks, 2022) los beneficios de las bebidas saludables conllevan desde una mejor hidratación al organismo, los zumos de frutas y verduras eliminan toxinas y elementos negativos del organismo, además estos son una buena fuente de energía. Además, contienen vitamina A, C y E, principales para combatir enfermedades infecciosas, aportan hierro, calcio y fósforo, que apoyan al sistema inmunológico.

En cambio (succovivo, 2022), clasifica las bebidas según colores, dónde las bebidas de color verde, que contienen vegetales y frutas como brócoli, col, albahaca, pepino, achicoria, lechuga, perejil, entre otros, contienen sustancias fitoquímicas como glucosinolatos, magnesio, vitamina K, ácido fólico, etc. Los beneficios de estas sustancias son desde reducir el riesgo cardiovascular, sensación de cansancio y fatiga, ácido fólico, entre otros.

Las bebidas naranjas, las que contienen zanahoria, mango, pimientos, manzanas, melón, etc, ayudan al sistema inmunológico y la capacidad visual, puesto que contienen carotenos.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Las bebidas rojas, que contienen tomate, col roja, achicoria roja, fresas, etc. Contienen licopeno y antocianinas, que protegen contra los daños por exposición a rayos ultravioleta, y al humo del tabaco.

Las bebidas azules y violetas, que se constituyen de frutas como las uvas moras, arándanos, berenjenas, higos, etc. Contienen vitamina C, potasio, magnesio, carotenoides, entre otros, los cuáles poseen propiedades antioxidantes, útiles para un buen cuidado de la piel.

Las bebidas amarillas y naranjas son las que están creadas a base de melón, duraznos, naranja, papaya, mandarina, pimientos, maíz, entre otros. Contienen vitamina C, carotenoides, y citratos. Todos estos contienen propiedades antivirales y anti-flamatorias, antioxidantes y antihistamínicas. Los flavonoides contrarrestan la oxidación del colesterol, y los citratos previenen la formación de cálculos renales.

Sin duda, el desconocimiento de los beneficios de las bebidas saludables puede traer consigo fallos en la salud, además de la reducción de alternativas para fortalecer el sistema inmunológico, los componentes de estas bebidas van desde gran variedad de vitaminas, y valores nutricionales. Si el consumidor no toma en cuenta todos estos beneficios, pierde la oportunidad de prevenir enfermedades, tratar la falta de ciertos nutrientes, entre otros.

#### **1.6.4 Bebidas azucaradas**

##### **1.6.4.1 Definición de “bebida azucarada”**

Según el Departamento de Salud Rhode Island (2022):

Las bebidas azucaradas (Sugar-sweetened beverages, SSB por su nombre y siglas en inglés) son bebidas que contienen alto contenido de azúcar, entre estas se incluyen: gaseosas no dietéticas, jugos saborizados, bebidas deportivas, té azucarado, bebidas de café, bebidas energizantes, entre otros. Las calorías que poseen las bebidas azucaradas, pueden contribuir al aumento de peso, además que poseen poco o nulo valor nutritivo. Todas estas calorías extras pueden traer otros riesgos a la salud, tales como caries, enfermedades del corazón, diabetes tipo 2, y obesidad.

Según la OMS (2016) califica a las bebidas azucaradas como innecesarias desde un punto de vista nutricional. La ingesta de estas bebidas u otros alimentos llenos de azúcares libres, son una fuente importante de calorías innecesarias, principalmente en niños, adolescentes y adultos jóvenes. Si se disminuye el consumo de estas bebidas, se puede observar una mejora en la salud del consumidor.

Se puede concluir que las bebidas azucaradas contienen altos niveles de azúcar en su composición, además de pocos o nulos valores nutricionales, trayendo más daños que beneficios a la salud.

##### **1.6.4.2 Daños que generan las bebidas azucaradas**

Las bebidas azucaradas pueden causar serios problemas de salud, (Boston Public Commission, 2014) Esta institución remarca los siguientes:

Consumir cantidades grandes de bebidas azucaradas aumenta el riesgo de aumento de peso y desarrollo de diabetes tipo 2, además de enfermedades cardíacas.

El consumo alto de bebidas azucaradas en niños puede aumentar el riesgo de contraer caries, o más problemas dentales, además aumenta el riesgo de obesidad infantil. (Boston Public Commission, 2014)

ADN Político. (2021, 15 noviembre). 5 daños provocan el consumo de refrescos y bebidas azucaradas.

Para añadir, Según (Politica, 2021) menciona los daños de las bebidas azucaradas:

- **Enfermedad cardiovascular:** El consumo diario de una bebida azucarada de 500 ml ya presenta riesgos de enfermedades cardiovasculares. Estudios relacionan el consumo de estas bebidas con un aumento de triglicéridos, colesterol e hipertensión.
- **Diabetes:** El consumo seguido de bebidas azucaradas en el día aumenta un 26% el riesgo de padecer diabetes.
- **Adicción:** La exposición continua de productos alimenticios de sabor intenso y agradable altera el apetito y el comportamiento de la alimentación, lo que lleva al sobreconsumo de alimentos y el aumento de peso.
- **Obesidad:** Cada bebida azucarada de 12 onzas que consume un niño al día, aumenta la probabilidad de padecer de obesidad en un

60%. En adultos una lata al día conlleva a un aumento de la probabilidad de padecer sobrepeso un 27% y en niños un 55%.

Los efectos negativos que genera a la salud el consumo de bebidas azucaradas recaen desde el aumento de peso, problemas en el hígado, problemas dentales, entre otros. Los valores nutricionales que contienen las bebidas azucaradas son pocos o nulos, lo cual no contribuye a la salud de las personas de forma positiva.

## **1.7 Marco conceptual**

El marco conceptual es una forma de tener presente toda la información que se utilizara en el proyecto, se refiere a las ideas, experiencias y conceptos.

### **1.7.1 Plan de Negocio**

El plan de negocio se puede definir como un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina su viabilidad, y desarrolla las estrategias y procedimientos para convertir dicha oportunidad en un proyecto de negocio específico. Al mismo tiempo, permite reflejar el contenido del negocio que se pretende poner en uso, abarca desde la definición de la idea del proyecto hasta la forma exacta de mantener el desarrollo de mismo. (Zorita, 2015)

### **1.7.2 Cliente**

Es un individuo que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo. Tienen la capacidad económica para hacerlo, así como también la autoridad para decidir y realizar la compra, un buen servicio aumenta



los clientes y también los ingresos.

### **1.7.3 Almacenamiento de Materia Prima**

Tener almacenes de materia prima clasificados adecuadamente, e inventariados es tan importante como contar con la protección de la calidad del producto final, ya que gozar de ellos permitirá que se preserven las características, de la mercancía almacenada, se evitan daños y pérdidas e incluso que haya un mayor orden, lo que indudablemente puede impulsar la productividad y rendimiento de los trabajadores en la empresa.

La clave para atender el flujo continuo de pedidos de los clientes que realizan es el contar con suficiente inventario de materia prima para así no retrasar ni detener la elaboración del producto final.

### **1.7.4 Edulcorante no Nutritivo**

Los edulcorantes no nutritivos se definen como aquel aditivo alimentario que es capaz de substituir en mayores cantidades el sabor dulce del azúcar, habitualmente se los consideran no nutritivos, ya que son sintéticos y no producen energía. La mayor parte de los endulzantes no nutritivos aprobados para el consumo humano están compuestos por la sacarina, el aspartame, el acesulfame-k y la sucralosa. La presencia de estos elementos puede ser encontrados con más frecuencias en las bebidas, postres, alimentos enlatados y productos lácteos. (Scielo, 2013)

### **1.7.5 Alimentación Saludable**

La asociación Española de Dietistas-Nutricionistas menciona que la alimentación saludable es aquella que permite alcanzar y mantener un funcionamiento óptimo del organismo, conserva o restablece la salud, disminuye el riesgo de padecer enfermedades, asegura la reproducción, la gestación y la lactancia. Así como también, ayuda a promover el crecimiento y desarrollo óptimo en la población. La alimentación saludable siempre debe ser satisfactoria, suficiente, completa, equilibrada, armónica, segura, adaptada, sostenible y asequible. (Asociación Española de Dietistas - Nutricionistas, 2013)

### **1.7.6 Enfermedades Crónicas**

Las enfermedades crónicas son enfermedades de larga duración y generalmente son de progresión lenta. Se considera como enfermedades crónicas a las patologías cardíacas, al cáncer, las enfermedades respiratorias y la diabetes. Este tipo de afecciones son la principal causa de muerte e incapacidad en el mundo. En 2005, 35 millones de personas murieron de una enfermedad crónica, de las cuales la mitad era de sexo femenino y de menos de 70 años de edad. En conclusión, estas patologías son las responsables del 60% de las muertes en el mundo. (Organización Mundial de Salud, 2016)

### **1.7.7 Obesidad**

La organización mundial de salud define a la obesidad como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud. De acuerdo con las

categorías de estado de peso del IMC, cualquier persona con un índice de masa corporal entre 25 y 29,9 se considera con sobrepeso, mientras que una persona con un índice de masa corporal (IMC) superior a 30 se valora con obesidad. Cada año mueren más de cuatro millones de personas, por causas relacionadas con el sobrepeso o la obesidad, según estimaciones de 2017 sobre la carga mundial de mortalidad. (Organización Mundial de la Salud, 2021)

### **1.7.8 Bebidas Saludables**

Las bebidas naturales y saludables son bebidas compuestas por ingredientes nutritivos y naturales, que aporten grandes cantidades de nutrientes al organismo. En su elaboración se evitan ingredientes procesados como el azúcar y edulcorantes artificiales. Los edulcorantes artificiales se definen como aquel aditivo alimentario que es capaz de substituir en mayores cantidades el sabor dulce del azúcar, habitualmente se los consideran no nutritivos, ya que son sintéticos y no producen energía. La mayor parte de los endulzantes artificiales aprobados para el consumo humano están compuestos por la sacarina, el aspartame, el acesulfame-k y la sucralosa. La presencia de estos elementos puede ser encontrados con más frecuencias en las bebidas, postres, alimentos enlatados y productos lácteos. (Scielo, 2013)

### **1.7.9 Nutrición**

La nutrición es el conjunto de procesos fisiológicos mediante el cual el organismo recibe, transforma y utiliza las sustancias químicas contenidas de los alimentos en energía necesaria para el organismo. Es una acción involuntaria e inconsciente que depende de otros procesos corporales como la digestión y la

absorción. (Cervera, 2019)

#### **1.7.10 Emprendedor**

Un emprendedor es una persona que identifica una oportunidad y conociendo los riesgos emprende la acción de organizar los recursos necesarios para convertirse en creador o fundador de una empresa o negocio, con la finalidad de aprovechar dicha oportunidad, obteniendo una respectiva ganancia. Son personas que ejecutan sus ideas, están dispuestos a trabajar y sacrificar lo suficiente con tal de ofrecer soluciones y alternativas para el consumidor de hoy.

#### **1.7.11 Emprendimiento**

El emprendimiento es la capacidad y el deseo de desarrollar, organizar y manejar un negocio junto con sus respectivos riesgos, con el fin de obtener ganancias y a la vez se busca involucrar la innovación, iniciar un cambio social o presentar una nueva solución para un grupo de personas.

## **Capítulo II: Propuesta comercial**

### **2.1 Descripción de la empresa**

Nai Juice es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de jugos naturales a base de frutas y su ubicación será en el cantón Nobol perteneciente a la provincia del Guayas. La finalidad de esta empresa es satisfacer las necesidades de los clientes potenciales a través del desarrollo de productos de alta calidad, así como también concientizar a las personas a que adaptar un estilo de vida saludable desde cualquier edad es lo ideal.

La empresa ofrecerá a sus clientes jugos frescos y naturales sin aditivos ni preservantes, sus ingredientes son naturales y de calidad, se distingue de otros emprendimientos por emplear en sus jugos endulzantes naturales o menos agresivos que el azúcar como: Stevia, miel y Panela, también ofrece presentaciones que son amigables con el medio ambiente, como el uso de envases ecológicos.

### **2.2 Visión, misión, valores objetivos y modelo canvas**

#### **2.2.1 Visión**

Ser la empresa líder en el mercado de los jugos naturales, reconocida por ofrecer productos saludables y de calidad, así como también al aporte del medio ambiente.

### 2.2.2 Misión

Proporcionar jugos naturales saludables, que satisfagan los gustos y necesidades de los consumidores a través de estándares de calidad e innovación tecnológica en nuestros procesos productivo.

### 2.2.3 Valores

- **Satisfacción del cliente:** Satisfacer las necesidades de un mercado fideliza a los clientes.
- **Compromiso:** Contar con la disposición de los recursos humanos para la eficiencia de las tareas.
- **Innovación:** ofrecer nuevos servicios y mejorar procesos para hacer más fácil la vida de las personas.
- **Responsabilidad:** es el cumplimiento a las obligaciones.
- **Respeto:** permite al ser humano a reconocer, aceptar, apreciar y valorar las cualidades del prójimo y sus derechos.

### 2.2.4 Objetivo general

Culturizar a las personas a tomar bebidas saludables

### 2.2.5 Objetivos específicos

- Alcanzar el 30% en ventas de jugos naturales y saludables en el primer año de lanzamiento del producto.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

- Ganar presencia en el mercado al menos el 60% en un periodo de 5 años.
- Obtener al menos el 10% de margen de utilidad neta en 2 años.
- Alcanzar un nivel de satisfacción al menos el 90% en el mercado objetivo.
- Fidelizar al menos el 80% de los consumidores

### 2.2.6 Modelo de negocio – CANVAS










<p> <b>ASOCIACIONES CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Centros naturistas y estéticos Spas, Gimnasios</li> <li>* Tiendas en centros comerciales.</li> <li>* Unidades educativas escuelas colegios.</li> <li>* Relación con proveedores.</li> </ul>	<p> <b>ACTIVIDADES CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Solicitud de permisos.</li> <li>* Contacto con proveedores.</li> <li>* Selección de frutas</li> <li>* Atención al cliente</li> <li>* Inventarios.</li> </ul>	<p> <b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>Jugos naturales y saludables de diversos sabores libres de grasas, edulcorantes y químicos.</p> <p>Presentación del producto en envases ecológicos y amigables con el medio ambiente</p>	<p> <b>RELACION CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Degustaciones.</li> <li>* Descuentos.</li> <li>* Redes sociales</li> <li>* Atención personalizada.</li> </ul>	<p> <b>SEGMENTOS CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Mujeres y hombres de 12 a 80 años</li> <li>* Interesadas por la salud.</li> <li>* Deportistas y fitness.</li> <li>* Precio asequible</li> </ul>	
<p> <b>RECURSOS CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* <b>Materiales:</b> Maquinarias, utensilios, materia prima, inmobiliario.</li> <li>* <b>Humano:</b> Personal para la atención al cliente personal administrativo.</li> <li>* Proveedores.</li> </ul>		<p> <b>CANALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Redes sociales.</li> <li>* Sitio web</li> <li>* Blog.</li> <li>* Flyer en lugares públicos.</li> </ul>			
<p> <b>COSTES DE ESTRUCTURA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* <b>Inversión inicial:</b> maquinarias, equipos utensilios, inmobiliarios</li> <li>* <b>Costos recurrentes:</b> Gastos administrativos y de servicios.</li> <li>* Sueldo de personal.</li> <li>* Pago de proveedores.</li> </ul>			<p> <b>FUENTES DE INGRESO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Venta de jugos naturales</li> <li>* Modalidades de pago: efectivo, tarjeta debito y crédito.</li> </ul>		

Figura 3Canvas

Elaborado por: El autor



### **2.2.6.1 Propuesta de valor**

La propuesta de valor consiste en definir el producto a ofrecer y el valor o característica que lo hará diferente del resto, en el caso de Nai Juice busca establecerse no solo como un negocio para sustento económico sino también aportar a la sociedad en el ámbito de la salud y el impacto al medio ambiente.

Nai Juice ofrece jugos naturales de coco y soya, mismos que pueden ser endulzados con edulcorantes naturales y su presentación será en envases ecológicos, de esta manera no solo se capta al cliente por la calidad del producto sino también por la ayuda del medio ambiente.

### **2.2.6.2 Segmento del cliente**

El segundo módulo está dedicado a la descripción de los clientes, es decir, conocer el mercado al cual va dirigido el producto y enfocarse en el mismo para cumplir los objetivos planteados.

En Nai Juice se ofrece jugos a diferentes segmentos del mercado, entre ellos se considera la edad como niños, jóvenes y adultos, la clase social media y baja y en general a los hombres y las mujeres. Es importante saber diferenciar o clasificar el mercado al cual se desea dirigir para poder establecer estrategias que permitan incentivar al cliente a adquirir el producto.

### **2.2.6.3 Canales**

Es importante identificar cuáles serán los canales por lo que se dará a conocer la propuesta de valor a los posibles clientes. se debe saber cómo hacer llegar el mensaje y de qué manera comunicarse con ellos.

Para el negocio de jugos naturales se desarrollará estrategias online tales como: crear un sitio web con información de los productos que se ofrecen, beneficios de los jugos para la salud, manejar activamente las redes sociales como Instagram y Facebook, y por último entregar flyer o folletos con información del negocio de jugos naturales, en los lugares públicos.

### **2.2.6.4 Relación clientes**

Las empresas buscan la manera de no solo captar la atención del cliente sino también fidelizarlos con su marca, por ellos plantean estrategias que les permitan darse a conocer

Nai Juice busca atraer los clientes a través de: degustaciones gratuitas; de esa manera al sentir el sabor y frescura de los jugos querrán comprarlos de inmediato, entregar cupones de descuentos en los establecimientos donde se han realizado alianzas como gimnasios y spas, y por último realizar concursos en las redes sociales y descuentos de los jugos ciertos días de la semana.

### **2.2.6.5 Ingresos**

Los ingresos son la parte elemental de un negocio ya que sin ellos no podrían seguir adelante con sus operaciones, ya que necesitan cubrir costos como: materias

primas y envases, pago de nómina, proveedores, otros pagos como arriendos y servicios básicos

Los ingresos de Nai Juice se darán de la siguiente manera:

- Su principal ingreso es por la venta de Jugos naturales a base de coco y soya.
- Los clientes pueden cancelar a través de efectivo o con tarjeta de débito.

#### **2.2.6.6 Actividades**

Son actividades a las que se dedica la empresa, también abarcan a las otras tareas que se llevan a cabo para lograr los objetivos

En el negocio de jugos naturales la actividad principal es la venta de los jugos, para que ésta se dé se deben desarrollar actividades secundarias como: solicitud de permisos para manipulación de alimentos, contacto con proveedores, selección de frutas, recetas novedosas del preparado del jugo, inventario y atención al cliente.

#### **2.2.6.7 Recursos clave**

Los recursos claves son los elementos que se requieren para que pueda operar la empresa, en este caso los recursos que usara Nai Juice son: materiales y humanos.

Dentro de los recursos están los materiales como: cuchillos, tablas de corte, paletas para remover, procesador de alimentos, refrigerador y báscula, dentro de la materia prima; la soya, el coco, endulzantes, envases entre otros, y dentro de los implementos; una caja registradora, computadora, mostrador, mesas, vasos y botellitas desechables.

En los recursos humanos está el personal para atender a los clientes, preparar los jugos y los que llevan el inventario de todo el local y también los proveedores de frutas.

#### **2.2.6.8 Alianzas**

Captar la atención de las personas que se interesen por mantener su cuerpo que les guste los deportes, el ambiente fitness y alimentarse sanamente, por ello se debe visitar y estrechar lazos con los dueños o encargados de estos establecimientos para ofrecerles beneficios como intercambio de publicidad y cortesías.

Entre las estrategias a usar están realizar alianzas con los centros de entrenamiento, los salones de belleza y los centros de comercio, como los minis market y demás tiendas concurridas por las personas del cantón Nobol.

Enfocarse en desarrollar una buena relación con los proveedores de las frutas que permita obtener de ellos un buen precio a cambio de fidelidad en la compra.

#### **2.2.6.9 Estructura de costos**

Como último punto en el modelo de Canvas se tienen la estructura de los costos y gastos que deberá asumir la empresa para su operatividad. En la creación de una empresa incurren costos desde el primer momento, entre ellos: asesoramiento para la creación de una empresa, inversión de capital propio o de terceros, permiso para el funcionamiento de la empresa, Maquinarias e insumos, personal, materia prima, entre otros costos, como alquiler, servicios básicos, etc.

## **2.3 Estrategia genérica y ventajas competitivas**

### **2.3.1 Estrategia genérica**

La diferenciación de producto permitirá al negocio dar a conocer a los consumidores las diversas características que tienen los jugos naturales y saludables en relación con los de la competencia. El negocio planea brindar un servicio significativo que los consumidores podrán gozar cuando adquieran un jugo será la calidad de los productos, debido a que estarán elaborados con altos estándares de calidad e innovación tecnológica.

### **2.3.2 Ventajas Competitivas**

Se consideran las siguientes ventajas competitivas para obtener resultados sostenibles dentro del mercado:

- **Servicio al cliente:** El personal de Nai Juice tendrá una formación continua sobre los beneficios de una alimentación saludable y formas de captar la atención del cliente. De esta manera se mejorará el rendimiento laboral de la empresa y aumentará la captación de clientes.
- **Innovación tecnológica:** El negocio empleará tecnología de punta en las áreas administrativas, comerciales y de producción, para así ingresar eficazmente en el mercado de los jugos, en base a lo expuesto las herramientas de innovación que el negocio usará son celulares, sistemas contables, aplicaciones móviles y computadoras. Con estas acciones se busca elevar el grado de experiencia y satisfacción en los consumidores.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

- **Productos de calidad:** La empresa brindará bebidas con altos estándares de calidad, ya que serán productos elaborados a base insumos naturales que aportan un alto valor nutricional en los consumidores, es decir serán alimentos libres de edulcorantes, grasas y calorías. El negocio también planea implementar técnicas de higiene para otorgarle a los usuarios la seguridad de consumir alimentos confiables.

**2.4 Estructura organizacional**

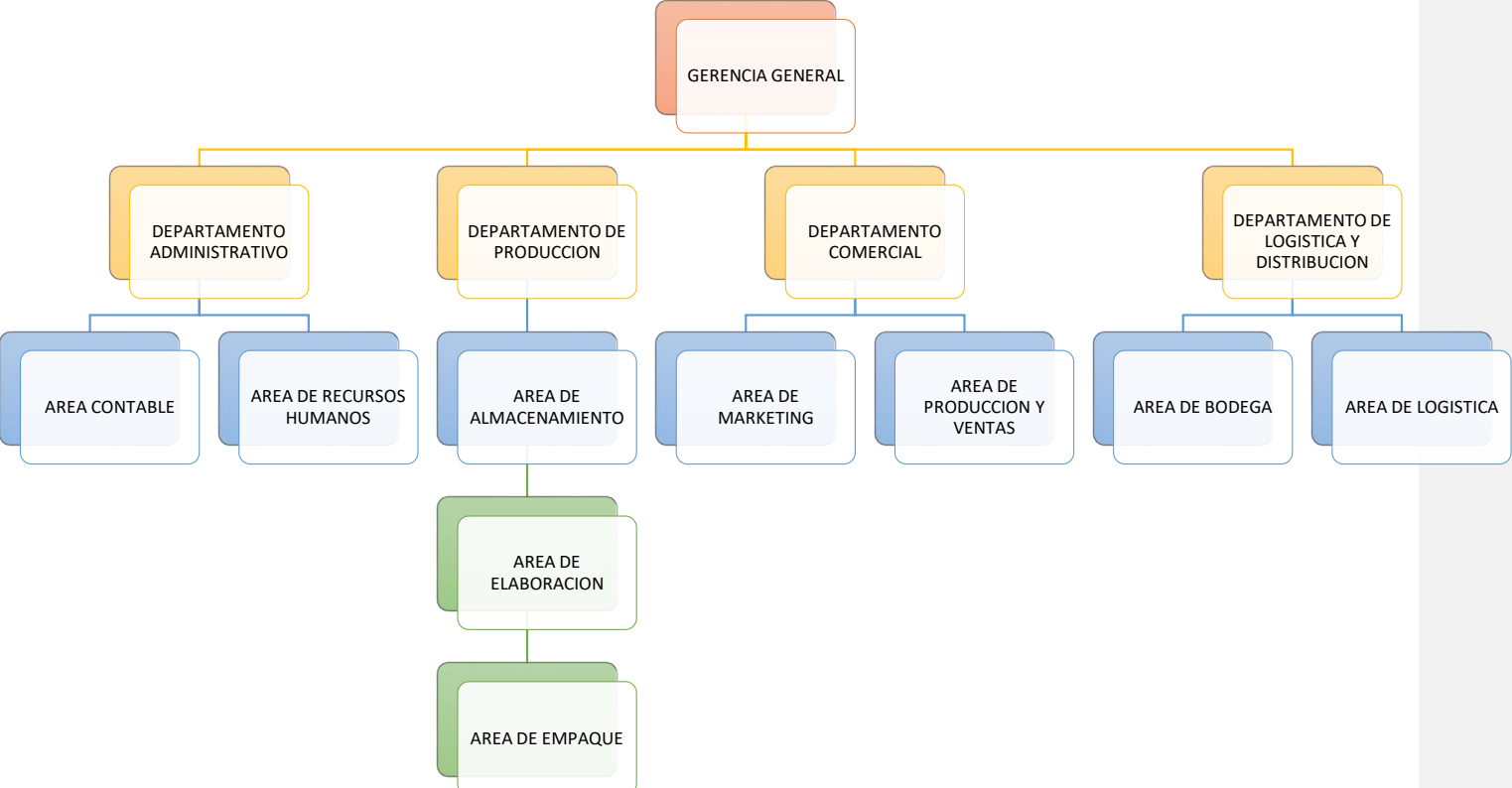


Figura 4 Organigrama

Elaborador por: El autor

Naira Bibliana Torres Almeida

## **2.5 Plan de Marketing**

### **2.5.1 Contexto general del mercado**

Nai Juice se establecerá es un mercado de alta demanda, ubicado en el centro del cantón Nobol. Los establecimientos aledaños usan vasos plásticos y fundas para vender los jugos por ello están aportando a la contaminación del medio ambiente. Hoy en día en bien visto aquellas empresas que usan las 3 R (reducir, reciclar, rehusar), es por ello que Nai Juice ofrece a sus clientes presentaciones amigables con el medio ambiente y con su bolsillo.

El mercado meta serán niños y adultos, que deseen adquirir productos naturales y saludables, se determinó la población objetivo en función al crecimiento de la economía local y al aumento del nivel de educación de los habitantes, Nobol posee una demanda de altas exigencias en relación con los establecimientos que los consumidores y turistas visitan, es por esa razón, que el negocio busca brindar servicios y productos diferentes a los de la competencia.

Actualmente, la tendencia del mercado en general se guía por adoptar mejores hábitos alimenticios y consumir alimentos más nutritivos, más naturales y frescos. En el 2013 el gobierno impuso el uso del semáforo nutricional en todos los alimentos y bebidas con el fin de que se dé a conocer el riesgo que puede producir a la salud consumir sin saber la composición de este. Las 3 categorías que este semáforo incluye son: azúcares, sal y grasa.

Nai Juice actualmente en el mercado tiene por competencia los jugos que van en la misma línea de sabor, como: Coco Express , Silk, Bebida de Soya de la marca



Oriental. En este caso estas dos marcas son competencias directas ya que están dentro de los mercados que se tiene previsto distribuir (tiendas, cadena de supermercados, mini market), entre otras competencias como los puestos y los vendedores ambulantes.

### **2.5.2 Perfil del cliente**

El perfil ideal de clientes que requiere el negocio son niños, jóvenes y adultos, que se preocupan por la cantidad de azúcar, calorías y grasas que ingieren. El negocio estará limitado en la provincia del Guayas, debido a que es uno de los cantones con mayor movimiento comercial por la visita de turistas al Santuario de la Santa Narcisa de Jesús. Los productos serán ofrecidos para los segmentos de clientes de sexo masculino y femenino.

Nai Juice al ser una distribuidora de Jugos naturales sus clientes directos serán las cadenas de mercados que están ubicadas en el cantón Nobol como: TUTI, TIA, Mini Comisariato y Mini Market, como: Narcisa de Jesús, El chavito, Comercial Plúas. Los clientes podrán adquirir los jugos a través de dos maneras de pago: Contado y/o crédito, el tiempo del crédito dependerá del volumen que este adquiera.

### **2.5.3 Estrategia de producto**

La estrategia de producto que se propone implementar se basará en la elaboración y comercialización de bebidas naturales y saludables, el negocio se enfoca en ofrecer una opción de producto exclusivo y artesanal que cumpla con todas las expectativas de los consumidores. Adicionalmente, se realizarán degustaciones dentro

de los locales para dar a conocer la incursión de esta nueva marca al mercado, captando la atención del cliente y buscando su fidelización con la empresa.

Por otra parte, a los clientes frecuentes se les otorgará ordenes de descuentos por adquirir compras mayores de \$100 dólares. Es necesario mencionar que este tipo de acción se establecerán mediante el sitio web de la empresa y las redes sociales como Instagram y Facebook de NAI JUICE.

Para finalizar las estrategias el negocio se usará buzones de sugerencias en la tienda física y en los canales digitales, para obtener una retroalimentación o sugerencia por parte de los clientes, acerca los productos e instalaciones del negocio. Asimismo, el personal de la empresa se encontrará constantemente rindiendo capacitaciones, para extender los conocimientos sobre los productos al momento de ofrecerlos a los consumidores. En conclusión, estas estrategias permitirán incrementar el desarrollo de los productos.

#### **2.5.4 Estrategia de precio**

Nai Juice al ser un establecimiento nuevo en la industria de los jugos, la estrategia de precio que se fijará es la diferenciación debido a que los productos varían de la competencia por su producción, composición y envasado, esta estrategia es adecuada para el negocio, porque no hay productos sustitutivos en el mercado objetivo. Otra estrategia que se busca plantear es la de penetración, ya que permitirá atraer de forma rápida y eficaz un gran número de clientes. Esta técnica en cambio consiste en fijar un

valor inicial del producto menor al de su competencia, para así alcanzar un mayor volumen de ventas.

A continuación, se podrá visualizar el costo de los productos que el negocio planea comercializar, el precio establecido está basado en el costo de la producción, la competencia y el valor percibido, ya que de esta forma los clientes podrán adquirir los jugos a un precio accesible y similar a los de la competencia.

**Tabla 1 Precios**

Producto	Medida	Precio Unidad
Jugo de coco	250 ml	\$ 0,50
Jugo de coco	500 ml	\$ 1,00
Jugo de soya	250 ml	\$ 0,50
Jugo de soya	500 ml	\$ 1.00

*Elaborador por: Naira Torres Almeida*

### 2.5.5 Estrategia de distribución

La empresa con el objetivo de maximizar las ventas de los productos y reducir los costos del establecimiento fijara estrategias mediante canales indirectos utilizando estrategia de distribución intensiva, es decir que entre Nai Juice y el consumidor final habrá un intermediario que posicione los jugos en las tiendas concurridas del cantón Nobol, ya que al ser una distribuidora no habrá contacto con el cliente final.

La teoría indica que es importante estudiar el mercado para establecer aquellos locales y/o cadenas de mercado a las cuales recurren la mayor parte de los consumidores, de esta manera se capta un mayor rango de posibles clientes que estarán dispuestos a consumir los jugos naturales que ofrece Nai Juice (Coco y Soya).

Al momento de analizar las empresas por medio de las cuales se desea distribuir los productos, hay puntos a considerar, entre ellas la reputación. En base a esto surgen algunas preguntas: ¿Cómo se siente el cliente?, ¿La empresa da un trato de calidad al consumidor?, ¿Mantienen los productos frescos? ¿Las perchas se encuentran en óptimas condiciones? La marca puede ser excelente, pero si se vende en el lugar equivocado, no podrá sobresalir en el mercado.

Los clientes directos a su vez se encargarán de distribuir los productos al consumidor final a través de una compra directa que es cuando el cliente asiste a la tienda, a través del uso de herramientas tecnológicas, como lo es solicitar el pedido en línea y hacer llegar el mismo a través de Delivery o que el cliente lo pase recogiendo en tienda. Actualmente existen muchas maneras de vender productos, solo es cuestión de saber aprovechar lo que la sociedad ha puesto a disposición para beneficio de esta

#### **2.5.6 Estrategia de promoción**

La estrategia de promoción que Nai Juice utilizará como herramienta de influencia e información para llegar a un mayor número de consumidores será mediante uso de flyer, publicidad por redes sociales y promociones de ventas, lo que se busca con estas promociones es que los clientes conozcan a detalle los productos que tiene el negocio,

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

pero sobre todo los beneficios nutricionales que tienen consumir productos naturales y libres de edulcorantes.

Dentro de las estrategias de promoción se tiene la publicidad física a través repartir flyer o volantes alrededor de la ubicación de la tienda física, también se hace uso de la publicidad digital que es a través de Facebook e Instagram durante el primer año de apertura del negocio, para de esa forma conectar de una manera más eficiente con los consumidores y ayudarlos a mantener con ciertos tips sus hábitos alimenticios.

Nai Juice desea establecer promociones de ventas a sus clientes, entre ellas otorgará descuentos de consumo por compras mayores de \$20.00 dólares, escoger días claves de la semana y otorgar el descuento del 5% en la compra, así como también aplicar promociones de 2x1 por adquirir los jugos.

Con cada una de estas estrategias planteadas se busca persuadir la intención de compra del mercado, de esta manera se podrán cumplir con los objetivos planteados que es obtener un margen de utilidad considerable y poder llevar a la empresa a otro nivel que es ser conocida por los cantones aledaños y contar con la posibilidad de distribuir el producto más allá de los límites de Nobol.

### 2.5.7 Estrategia de personas

La empresa busca impulsar su crecimiento empresarial basándose en la relación laboral con sus empleados, es por esa razón, que el negocio iniciara otorgándole a sus empleados un uniforme compuesto.



**Figura 5** Uniforme de empleados

**Elaborador por:** Naira Torres Almeida

En segundo lugar, Nai Juice tomará en consideración incentivos salariales, bonos por cumplimiento de ventas o ciertos beneficios sociales como; seguros de vida privados, alimentación o transporte subsidiado, para así retribuir y premiar a los coladores por el desempeño realizado, debido a que esto constituye un componente esencial para el éxito del negocio.

La selección de personal se dará en base a los siguientes puntos:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

- Descripción del puesto de trabajo: Esto se debe realizar en base al perfil que la empresa ha creado para cada puesto conforme a la necesidad de esta.
- publicación de oferta: Se utilizarán los medios digitales, como los portales de trabajo y las redes sociales que es lo que más usan las personas.
- Preselección: Se debe de contar con un mínimo de 3 candidatos para seleccionar el candidato más acorde al puesto de trabajo, en base a las capacidades que demuestre.
- Pruebas de evaluación: Se debe realizar un cuestionario de acuerdo a cada área, de esta manera se podrá conocer que tan idónea es el candidato en el puesto.
- Entrevista: Una vez los candidatos hayan pasado las pruebas teóricas se procede a realizar la entrevista para terminar de confirmar datos personales y conocer más de cerca las cualidades de esta persona.
- Contrato: Una vez la persona encargada de contratar haya encontrado al candidato idóneo se procede a realizar un contrato en donde se estipula el sueldo, horario, beneficios y demás detalles necesarios para cerrar el acuerdo.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

A continuación, se detallan los perfiles de acuerdo con las áreas existentes en la empresa Nai Juice:

<b>PUESTO</b>	CONTADOR
<b>AREA:</b>	Canton Nobol
<b>FUNCIÓN ESPECIFICA:</b>	Responsable del área del área contable. Organización de documentos. Elaboración de expedientes contables.
<b>RANGO DE EDAD:</b>	22 años en adelante
<b>ESTUDIOS MINIMOS REQUERIDOS:</b>	Licenciatura en Contaduría Publica
<p><b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b></p> <p><input type="checkbox"/> DIRECTIVO      <input checked="" type="checkbox"/> ANALITICO      <input type="checkbox"/> PERMANENTE  <input type="checkbox"/> SUPERVISADO      <input type="checkbox"/> OPERATIVO      <input type="checkbox"/></p> <p><b>TIPO DE TRABAJO</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> OFICINA      <input type="checkbox"/> BODEGA  <input type="checkbox"/> COCINA      <input type="checkbox"/> TRANSPORTE</p> <p><b>HABILIDADES QUE REQUIERE EL PUESTO:</b>  Conocimientos generales del campo de la computación en lo relativo a manejo y uso de la computadora, paquetería básica, preferentemente sobre principios de programación.</p> <p><b>APTITUDES PERSONALES QUE REQUIERE EL PUESTO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Habilidad numérica.</li> <li>• Razonamiento lógico.</li> <li>• Toma de decisiones.</li> </ul>	

**Figura 6** Perfil contable

**Elaborado:** Naira Torres Almeida



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

<b>PUESTO</b>	Recursos Humanos
<b>AREA:</b>	Canton Nobol
<b>FUNCIÓN ESPECIFICA:</b>	Elaborar roles de pago Organización de documentos. Elaboración de expedientes de empleados
<b>RANGO DE EDAD:</b>	22 años en adelante
<b>ESTUDIOS MINIMOS REQUERIDOS:</b>	Administracion o carreras a fines
<p><b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b></p> <p><input type="checkbox"/> DIRECTIVO      <input type="checkbox"/> ANALITICO      PERMANENTE</p> <p><input type="checkbox"/> SUPERVISADO      <input checked="" type="checkbox"/> OPERATIVO</p> <p><b>TIPO DE TRABAJO</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> OFICINA      <input type="checkbox"/> BODEGA</p> <p><input type="checkbox"/> COCINA      <input type="checkbox"/> TRANSPORTE</p> <p><b>HABILIDADES QUE REQUIERE EL PUESTO:</b></p> <p>Conocimientos generales del campo de la computación en lo relativo a manejo y uso de la computadora, paquetería básica, preferentemente sobre principios de programación.</p> <p><b>APTITUDES PERSONALES QUE REQUIERE EL PUESTO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Habilidad con las personas</li> <li>• Resolucion de Problemas</li> <li>• Toma de decisiones.</li> </ul>	

*Figura 7 Perfil de recursos humanos*

*Elaborado: Naira Torres Almeida*

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

<b>PUESTO</b>	Marketing
<b>AREA:</b>	Canton Nobol
<b>FUNCIÓN ESPECIFICA:</b>	Elaborar la publicidad de la empresa Realizar estrategias para venta de producto Mejoras en la imagen de la marca
<b>RANGO DE EDAD:</b>	22 años en adelante
<b>ESTUDIOS MINIMOS REQUERIDOS:</b>	Marketiny y Publicidad
<p><b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b></p> <p><input type="checkbox"/> DIRECTIVO      <input type="checkbox"/> ANALITICO      PERMANENTE</p> <p><input type="checkbox"/> SUPERVISADO      <input checked="" type="checkbox"/> OPERATIVO</p> <p><b>TIPO DE TRABAJO</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> OFICINA      <input type="checkbox"/> BODEGA</p> <p><input type="checkbox"/> COCINA      <input type="checkbox"/> TRANSPORTE</p> <p><b>HABILIDADES QUE REQUIERE EL PUESTO:</b></p> <p>Conocimientos generales en el campo de publicidad y manejo de redes sociales.</p> <p><b>APTITUDES PERSONALES QUE REQUIERE EL PUESTO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Habilidad para elaborar estrategias</li> <li>• Resolucion de Problemas</li> <li>• Toma de decisiones.</li> </ul>	

**Figura 8** Perfil área Marketing

**Elaborador por:** Naira Torres Almeida

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

<b>PUESTO</b>	Almacenamiento
<b>AREA:</b>	Canton Nobol
<b>FUNCIÓN ESPECIFICA:</b>	Preparacion de los Jugos Envasar los jugos Solicitar las materiales para preparación
<b>RANGO DE EDAD:</b>	22 años en adelante
<b>ESTUDIOS MINIMOS REQUERIDOS:</b>	Administracion o carreras a fines
<p><b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b></p> <p><input type="checkbox"/> DIRECTIVO      <input type="checkbox"/> ANALITICO      PERMANENTE</p> <p><input type="checkbox"/> SUPERVISADO      <input checked="" type="checkbox"/> OPERATIVO</p> <p><b>TIPO DE TRABAJO</b></p> <p><input type="checkbox"/> OFICINA      <input type="checkbox"/> BODEGA</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> COCINA      <input type="checkbox"/> TRANSPORTE</p> <p><b>HABILIDADES QUE REQUIERE EL PUESTO:</b></p> <p>Conocimientos generales en el campo de almacenamiento y empaquetado.</p> <p><b>APTITUDES PERSONALES QUE REQUIERE EL PUESTO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Habilidad en la cocina</li> <li>• Resolucion de Problemas</li> <li>• Toma de decisiones.</li> </ul>	

**Figura 9** Perfil de almacenamiento

**Elaborador por:** Naira Torres Almeida

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

<b>PUESTO</b>	Bodega
<b>AREA:</b>	Canton Nobol
<b>FUNCIÓN ESPECIFICA:</b>	Almacenar la materia prima Llevar un control del inventario Despachar las ordenes de compra
<b>RANGO DE EDAD:</b>	22 años en adelante
<b>ESTUDIOS MINIMOS REQUERIDOS:</b>	Bachiller o técnico en logística

**NATURALEZA DEL PUESTO:**  
 DIRECTIVO       ANALITICO      PERMANENTE  
 SUPERVISADO       OPERATIVO

**TIPO DE TRABAJO**  
 OFICINA       BODEGA  
 COCINA       TRANSPORTE

**HABILIDADES QUE REQUIERE EL PUESTO:**  
 Conocimientos generales en el campo de excel y conocimientos en el SAP

**APTITUDES PERSONALES QUE REQUIERE EL PUESTO:**

- Trabajo en equipo.
- Liderazgo.
- Organizado
- Toma de decisiones.

*Figura 10 Perfil de Bodega*

*Elaborador por: Naira Torres Almeida*

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

<b>PUESTO</b>	Ventas
<b>AREA:</b>	Canton Nobol
<b>FUNCIÓN ESPECIFICA:</b>	Establecer contacto con los clientes Venta de los jugos Realiza la promicion de los jugos
<b>RANGO DE EDAD:</b>	22 años en adelante
<b>ESTUDIOS MINIMOS REQUERIDOS:</b>	Marketiny y Publicidad

**NATURALEZA DEL PUESTO:**  
 DIRECTIVO       ANALITICO      PERMANENTE  
 SUPERVISADO       OPERATIVO

**TIPO DE TRABAJO**  
 OFICINA       BODEGA  
 COCINA       TRANSPORTE

**HABILIDADES QUE REQUIERE EL PUESTO:**  
 Conocimientos generales en el campo de ventas, habilidad para tratar con los clientes, gestion de negociación y comunicación.

**APTITUDES PERSONALES QUE REQUIERE EL PUESTO:**

- Trabajo en equipo.
- Liderazgo.
- Habilidad para vender
- Resolucion de Problemas
- Toma de decisiones.

*Figura 11 Perfil de ventas.*

*Elaborador por: Naira Torres Almeida*

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

<b>PUESTO</b>	Logística
<b>AREA:</b>	Canton Nobol
<b>FUNCIÓN ESPECIFICA:</b>	Definir rutas para entrega de producto Establecer horarios para despacho Trasladar la mercadería
<b>RANGO DE EDAD:</b>	22 años en adelante
<b>ESTUDIOS MINIMOS REQUERIDOS:</b>	Logística, transporte

**NATURALEZA DEL PUESTO:**  
 DIRECTIVO       ANALITICO      PERMANENTE  
 SUPERVISADO       OPERATIVO

**TIPO DE TRABAJO**  
 OFICINA       BODEGA  
 COCINA       TRANSPORTE

**HABILIDADES QUE REQUIERE EL PUESTO:**  
 Conocimientos generales en el área de logística, Licencia de conducir .

**APTITUDES PERSONALES QUE REQUIERE EL PUESTO:**

- Trabajo en equipo.
- Liderazgo.
- Habilidad para conducir
- Resolucion de Problemas
- Contar con tiempo disponible

**Figura 12** Perfil de logística

Elaborado por: Naira Torres Almeida

2.5.8 Procesos

2.5.8.1 Proceso de producción jugo de Soya

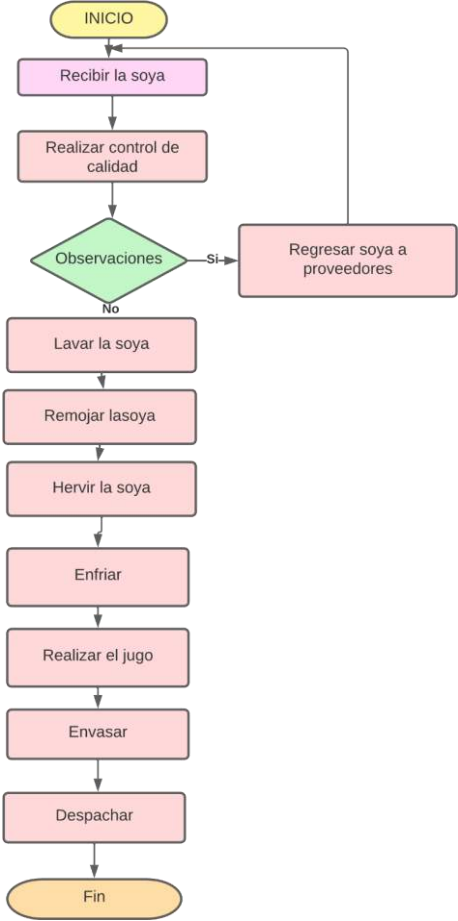


Figura 13 Flujograma - Elaboración de Jugo de Soya

Elaborador por: Naira Torres Almeida

2.5.8.2 Proceso de producción jugo de Coco

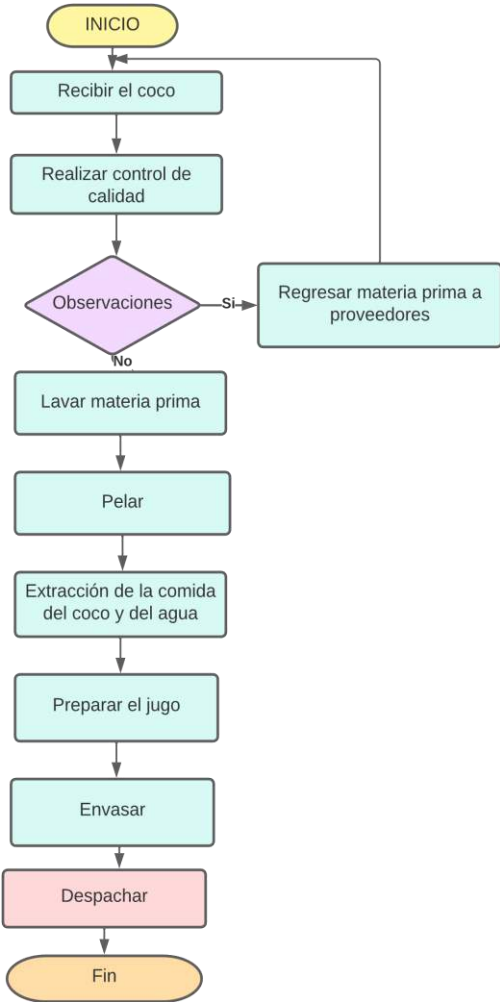


Figura 14 Flujograma - elaboración de Jugo coco

Elaborador por: Naira Torres Almeida



### 2.5.9 Estrategia de evidencia

La ubicación del negocio será en la provincia del Guayas, cantón Nobol. El local está situado en el centro, en el cual se desarrollarán las actividades de producción y comercialización de jugos saludables de soya y coco. El espacio será distribuido en las áreas ya mencionadas en el organigrama: contable, ventas, Marketing, bodega y logística.



*Figura 15* Logo de la empresa

*Elaborador por:* Naira Torres Almeida

Los productos saludables que se ofrecen son coco y soya, ambos son elaborados con materiales de alta calidad para que el consumidor pueda disfrutar de una refrescante bebida que contribuye con los nutrientes y vitaminas que necesita para mantener una vida sana.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.



**Figura 16** Jugo de Coco

**Elaborador por:** Naira Torres Almeida



**Figura 17** Jugo de Soya

**Elaborador por:** Naira Torres Almeida

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

La siguiente ilustración muestra cómo se van a visualizar los jugos en los diferentes locales ubicados en el cantón Nobol, las mismas que van a contar con una temperatura adecuada para preservar el mismo para el consumo humano.



*Figura 18 Jugos en perchas*

*Elaborador por: Naira Torres Almeida*

## 2.6 Plan de acción

En la siguiente página se detalla el plan de acción.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

1. Alcanzar el 30% en ventas de jugos naturales y saludables en el primer año de lanzamiento del producto.

**Tabla 2** Primer objetivo

MEDIOS	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
			INICIO	FIN		
Organizar campañas de marketing por redes sociales	Incrementar ventas	NT	ene-23	Permanente	Tiempo Community Manager	% de distribuidores captados por los canales digitales
Crear promociones por pedidos superiores a \$20	Fidelizar clientes	NT	ene-23	Permanente	Ventas / Marketing	% de consumidores fidelizados
Realizar alianzas estratégicas con proveedores de los insumos	Aumentar el alcance de los productos	NT	ene-23	Permanente	Administración /Ventas	% de consumidores captados por plataformas
Participar en ferias de emprendimiento	Captación de clientes	NT	mar-23	Cada 3 meses	Humano Logística	% de ventas
Alianzas estratégicas con lugares saludables	Aumentar las ventas	NT	mar-23	Permanentemente	Nutricionista Externa	% de ventas

Elaborado por: Naira Torres Almeida

**2. Ganar presencia en el mercado en un 60% en un periodo de 5 años.**

*Tabla 3 Segundo objetivo*

Convertir a los distribuidores en embajadores de la marca del negocio	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
Participar en ferias de emprendimientos de salud	Atraer futuros clientes	NT	ene-23	Permanente	Tiempo Humano Ventas	% de nuevos distribuidores
Desarrollar una nueva gama de productos que satisfagan todos los gustos de los consumidores	Incrementar clientes	MT	ene-23	Permanentemente	Humano Nutricionista	# de nuevos distribuidores
Establecer precios competitivos, a través de un análisis de mercado	Captar clientes	NT	ene-23	dic-23	Contabilidad	% de ventas
Mejorar la retención de consumidores, mediante incentivos de compras	Fidelizar clientes	NT	ene-23	Permanentemente	Ventas / Marketing	# de visitas y # de compras
Convertir a los distribuidores en embajadores de la marca del negocio	Aumentar alcance de nuevos consumidores	MT	jun-23	Permanentemente	Marketing Administración	# de comentarios, seguidores y menciones de la marca, a través de las redes sociales como Facebook e Instagram

Elaborado por: Naira Torres Almeida

**3. Obtener al menos el 10% de margen de utilidad neta en 2 años**

**Tabla 4 Tercer objetivo**

MEDIOS	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
Incrementar el volumen de ventas de los jugos, mediante promociones	Aumentar ganancias	NT	ene-23	dic-23	Humano Administración y ventas	% de ventas de productos
Eliminar costos innecesarios a través de un análisis	Ahorrar costos	NT	ene-23	Permanente	Humano Administración	Cantidad de ingredientes que se requieren para su elaboración
Realizar alianzas estratégicas con proveedores locales	Disminuir gastos	LB	ene-22	Permanente	Administración /Ventas	# de proveedores contratados, # de contratos cerrados con proveedores.
Efectuar solicitudes de pedidos con anticipación, a través de la página web del negocio y aplicaciones	Incrementar volumen de ventas	MT	jun-22	Cada 3 meses	Humano Administración	% de aumento de cartera de cliente.
Desarrollar un programa de marketing para incrementar las ventas	Aumentar el crecimiento de la empresa	LB	jul-22	Permanente	Humano Financiero Herramientas tecnológicas	% de incremento de ventas

**Elaborado por:** Naira Torres Almeida

4. Alcanzar un nivel de satisfacción al menos el 90% en el mercado objetivo

**Tabla 5** Cuarto Objetivo

MEDIOS	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F ECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
Aumentar los estándares de calidad de los insumos de materia prima asistiendo a convenciones de calidad	Fidelizar clientes	NT	ene-23	Permanente	Producción	Número de clientes fidelizados
Tener producto en stop para los pedidos imprevistos	Construir relaciones sólidas entre los distribuidores y la empresa	Externo	ene-23	Permanente	Bodega / Logística	Número de solicitudes de pedidos recibidas
Realizar capacitaciones al equipo de Nai Juice	Potenciar el servicio al cliente	Externo	ene-23	Cada 3 meses	Humano Coaching de RRHH	% de aceptación de consumidores
Implementar programas de evaluación de desempeño laboral	Identificar puntos de fallas en el proceso de producción y comercialización de los productos	NT	ene-23	Cada 6 meses	Humano Administración Gerencia	Porcentaje de errores y número de reprocesos
Dar seguimiento de satisfacción a los consumidores, a través de llamadas telefónicas o correos electrónicos	Reconocer el nivel de calidad de los productos y servicios que se está otorgando a los consumidores	NT	mar-23	Cada 3 meses	Humano Administración Gerencia	Numero de reclamos y porcentaje de satisfacción

Elaborado por: Naira Torres Almeida

5. Fidelizar al menos el 80% de los consumidores

Tabla 6 Quinto Objetivo

MEDIOS	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
Realizar descuentos y promociones de los pedidos que realicen	Incrementar clientes	NT	mar-23	Permanente	Financiero /Ventas	# de cupones de descuentos otorgados a los distribuidores
Realizar contratación de personal profesional de nutrición, para brindar una atención personalizada	Aumentar la satisfacción del cliente	LB	ene-23	Permanente	Humanos	% de aceptación de clientes
Implementar recompensas a distribuidores frecuentes, a través de sus pedidos	Fidelizar clientes	NT	ene-23	jun-23	Humano Financiero	# de recompensas otorgadas a los distribuidores
Otorgar códigos de descuentos promocionales, mediante correos electrónicos	Incentivar la compra mediante un precio más bajo de oferta, para fidelizar a los suscriptores	JV	ene-23	Cada mes	Humano Marketing Herramientas Tecnológicas	# de suscriptores en el sitio web de la empresa
Realizar sorteos de productos, a través de Instagram para aumentar la participación de los distribuidores con el negocio	Mejorar las relaciones con los distribuidores	MT	mar-23	Cada 3 meses	Humano Marketing	# de participantes en el concurso

Elaborado por: Naira Torres Almeida



**Capítulo III: análisis financiero del proyecto**

**3.1 Principales supuestos financieros**

Para establecer la inflación proyectada, se tomó en consideración las previsiones macroeconómicas del Banco Central del Ecuador para determinar el promedio mensual de las cuentas de costos y gastos que el proyecto tendrá durante el año. Sin embargo, al ser un giro de negocio de bebidas no es necesario desarrollar un supuesto. Para finalizar, es necesario mencionar, que el salario básico del presente año (2022) es de \$425 y se espera que el valor aumente un 5% hasta el año 5.

*Tabla 7 Supuestos Financieros*

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Inflación proyectada					
Salarios básicos proyectados	425,00	450,00	475,00	500,00	525,00
Incremento anual de sueldos		5%	5%	5%	5%
Comportamiento de la demanda esperada		0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Comportamiento de los gastos		10%	10%	10%	10%

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Naira Torres Almeida*

**3.2 Financiamiento del proyecto**

Una vez analizado el capital de trabajo y los activos fijos del plan de negocio se fijó una inversión inicial de \$38.185,00 dólares. El monto mencionado será cubierto en un 84% por el aporte inicial de los accionistas que será \$32.000,00 y el 16% restante se cubrirá a través de un crédito con BanEcuador por un valor de \$6,185.00. El préstamo será realizado por 3 años con una tasa de 10.21%. el tipo de crédito será un microcrédito de comercio y servicios. Es necesario destacar que los activos fijos que se adquieran durante la creación del negocio proyectan una vida útil de 5 y 10 años.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

**Tabla 8** Inversión

DESCRIPCIÓN	TIPO DE ACTIVO	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTL.	DEPRECIACIÓN ANUAL
CAPITAL DE TRABAJO	1. ACTIVO CORRIENTE	1	\$ 26.000,00	\$ 26.000,00		
GASTOS PRE-OPERATIVOS	2. OTROS ACTIVOS	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00		
COMPUTADORAS	EQUIPOS DE COMPUTO	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00	5	\$ 300,00
IMPRESORAS	EQUIPOS DE COMPUTO	3	\$ 250,00	\$ 750,00	5	\$ 150,00
ESCRITORIOS	MUEBLES & ENSERES	3	\$ 100,00	\$ 300,00	10	\$ 30,00
SILLAS	MUEBLES & ENSERES	6	\$ 50,00	\$ 300,00	10	\$ 30,00
ANAQUELES	MUEBLES & ENSERES	2	\$ 250,00	\$ 500,00	10	\$ 50,00
REFRIGERADORA	MAQUINARIA	3	\$ 875,00	\$ 2.625,00	10	\$ 262,50
ACONDICIONADOR DE AIRE	EQUIPOS DE OFICINA	3	\$ 750,00	\$ 1.000,00	10	\$ 100,00
LIQUADORA INDUSTRIAL	MAQUINARIA	2	\$ 530,00	\$ 1.060,00	5	\$ 212,00
COCINA INDUSTRIAL	MAQUINARIA	1	\$ 300,00	\$ 300,00	10	\$ 30,00
OLLA A PRESIÓN	MAQUINARIA	2	\$ 45,00	\$ 90,00	3	\$ 30,00
MAQUINA LLENADORA DE LIQUIDO	MAQUINARIA	2	\$ 380,00	\$ 760,00	10	\$ 76,00
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>				<b>\$ 38.185,00</b>		<b>\$ 1.329,50</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Naira Torres Almeida

### 3.3 Evaluación del proyecto

#### Indicadores Económicos

Para pronosticar si el proyecto es rentable se analizará el valor actual neto, la tasa interna de retorno, el plazo de la recuperación de la inversión y el costo promedio ponderado del capital.

#### VAN: Valor Actual Neto

Tabla 9 VAN

<b>VAN</b>	<b>\$ 85.839,42</b>
------------	---------------------

Elaborado por: Naira Torres Almeida

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Para analizar el valor actual neto del presente trabajo se utilizó los flujos de caja y las tasas de descuentos previamente calculadas durante los 5 primeros años de operación, lo cual trajo como resultado un VAN de \$ 78.361,90. Por lo tanto, al ser un monto positivo se determina que Nai Juice es un negocio viable y rentable.

**TIR: Tasa Interna de Retorno**

Tabla 10 TIR

TIR	100,43%
-----	---------

Elaborado por: Naira Torres Almeida

A través de este indicador económico se ha podido medir la rentabilidad que ofrece la inversión del negocio. De acuerdo con el análisis el proyecto se considera viable, dado que su TIR es del 91,48 %, esto quiere decir, que está por encima de la tasa anual de inflación. Por lo tanto, contaremos con un negocio que otorgara una rentabilidad superior al esperado en la actividad económica.

**Payback: Periodo de Recuperación de la Inversión**

Tabla 11 Payback

	0	1	2	3	4	5
FLUJO	-\$ 32.000,00	\$ 4.569,41	\$ 67.529,37	\$ 76.963,32	\$ 41.760,30	\$ 24.771,35
VALOR PRESENTE FLUJO	-\$ 32.000,00	\$ 3.727,00	\$ 44.925,41	\$ 41.762,16	\$ 18.482,57	\$ 8.942,28
PAYBACK	-\$ 32.000,00	-\$ 28.273,00	\$ 16.652,41	\$ 58.414,57	\$ 76.897,14	\$ 85.839,42

Elaborado por: Naira Torres Almeida

El periodo de retorno de la inversión se fijó, por medio de los flujos de caja líquidos y la tasa de descuento. El tiempo de recuperación de la inversión del negocio se predice a partir del año 2. En este caso, se puede observar que es un tiempo apto para recuperar la inversión del negocio.

### WACC: Costo promedio ponderado

Tabla 12 VWACC

% Tasa de retorno esperada	25%	% Aportes Propios	84%
% Interés del Banco	16.00%	% Aportes otros	16%
Impuestos	36.25%	WACC	23%

Elaborado por: Naira Torres Almeida

El costo promedio ponderado es un porcentaje, que permite descontar los flujos de caja a futuros, para así poder valorar el proyecto en que se va a invertir. Por medio de este indicador se pudo establecer una tasa de descuento del 23%. Este resultado señala que al ser un porcentaje menor a la rentabilidad anual será un proyecto viable que ha generado incluso un valor económico para los accionistas.

### Punto de equilibrio

Para establecer el punto de equilibrio se tomó en consideración el volumen de producción de postres que Nai Juice comercializara, para así cubrir sus costos y gastos. Esto significa que, si el incremento de producción es mayor, generará notablemente un aumento en las ganancias y así impedirá generar una pérdida, por lo tanto, se requiere alcanzar un mínimo de producción, para así cubrir los costos fijos y variable del negocio. Con la ayuda de este análisis se logrará planear un negocio que posea mayor solidez y eficacia en su productividad y rentabilidad.

En la siguiente tabla se puede observar una proyección de ventas de los 5 primeros años de operación del negocio. Lo cual permite evidenciar una disminución en el punto de equilibrio, debido al crecimiento de las ventas que tiene el negocio desde el año 1. Esto determina que el proyecto inicia con una tasa de equilibrio del 86% y sigue disminuyendo paulatinamente hasta el año 5 con un porcentaje del 44%.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Tabla 13 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO	\$ 30.746,71	\$ 33.988,55	\$ 36.862,27	\$ 39.202,81	\$ 41.631,00
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 37.370,70	\$ 105.642,89	\$ 141.644,10	\$ 118.421,53	\$ 94.640,45
<b>% Equilibrio</b>	<b>82%</b>	<b>32%</b>	<b>26%</b>	<b>33%</b>	<b>44%</b>
VENTAS	\$ 145.410,00	\$ 292.965,00	\$ 355.878,00	\$ 360.198,00	\$ 364.518,00
COSTOS VARIABLES	\$ 108.039,30	\$ 187.322,12	\$ 214.233,90	\$ 241.776,47	\$ 269.877,55
COSTOS FIJOS	\$ 30.746,71	\$ 33.988,55	\$ 36.862,27	\$ 39.202,81	\$ 41.631,00
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 6.623,99</b>	<b>\$ 71.654,34</b>	<b>\$ 104.781,83</b>	<b>\$ 79.218,72</b>	<b>\$ 53.009,45</b>
<b>VERIFICACIÓN</b>					
VENTAS	\$ 119.635,96	\$ 94.255,80	\$ 92.615,72	\$ 119.241,61	\$ 160.346,33
COSTOS VARIABLES	\$ 88.889,25	\$ 60.267,25	\$ 55.753,45	\$ 80.038,80	\$ 118.715,33
COSTOS FIJOS	\$ 30.746,71	\$ 33.988,55	\$ 36.862,27	\$ 39.202,81	\$ 41.631,00
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Naira Torres Almeida

### 3.4 Ratios financieras

Tabla 14 Ratios Financieros

RATIOS FINANCIEROS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.		\$ 6,89	\$ 5,79	\$ 8,56	\$ 0,00
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$ 28.718,89	\$ 72.682,46	\$ 137.603,67	\$ 188.584,29	\$ 222.856,50
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ ACTIVOS	\$ 3,51	\$ 2,72	\$ 1,94	\$ 1,61	\$ 1,47
ENDEUDAMIENTO	PASIVOS /ACTIVOS	\$ 0,16	\$ 0,15	\$ 0,26	\$ 0,20	\$ 0,13
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	\$ 0,19	\$ 0,18	\$ 0,35	\$ 0,26	\$ 0,14
COBERTURA PASIVO FINANCIERO	PAS. FIN. / VENTAS	\$ 0,03	\$ 0,01	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
COBERTURA GASTO FINANCIERO	UT. OP. / GTO. FIN.	\$ 10,35	\$ 202,70	\$ 809,94	\$ 0,00	\$ 0,00
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	\$ 0,26	\$ 0,36	\$ 0,40	\$ 0,33	\$ 0,26
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	\$ 0,04	\$ 0,24	\$ 0,29	\$ 0,22	\$ 0,14
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	\$ 0,02	\$ 0,14	\$ 0,17	\$ 0,12	\$ 0,08
ROA	UT NE/ ACTIVOS	\$ 0,07	\$ 0,37	\$ 0,32	\$ 0,20	\$ 0,12
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	\$ 0,08	\$ 0,50	\$ 0,41	\$ 0,23	\$ 0,13

Fuente: Investigación

Elaborado por: Naira Torres Almeida

#### **3.4.1 Razón Corriente**

A través de esta ratio se ha podido evidenciar que el negocio tiene liquidez, para así poder cumplir con sus obligaciones y afrontar cualquier inconveniente que se pueda presentar durante los primeros 5 años de operación.

#### **3.4.2 Capital de Trabajo**

En el capital del trabajo se puede observar un incremento de manera anual desde el año 1. Este aumento se genera, como resultado de las distintas campañas de marketing y alianzas que se efectuaron, para lograr posicionar en el mercado a Nai Juice. El capital de trabajo inicia con \$ 25.529,35 dólares y sigue aumentando en los siguientes años, hasta alcanzar un capital en el año 5 de \$ 213.683,26.

#### **3.4.3 Rotación del Activo Total**

Para obtener el valor de rotación del activo total, se realizó una división entre las ventas y los activos. Lo que generó como resultado durante el primer año un activo de \$4,23 por cada dólar invertido. Además, se pudo analizar que en los años siguiente existirá un incremento, a consecuencia del aumento de las ventas.

#### **3.4.4 Endeudamiento**

De acuerdo con la inversión inicial del proyecto, para que el negocio pueda iniciar su operación en el mercado, deberá solicitar un préstamo bancario por el 16% de la inversión inicial. Por lo tanto, en el indicador podremos observar durante el primer año una tasa del 16% de endeudamiento, sin embargo, este porcentaje irá disminuyendo a lo largo del tiempo hasta llegar al año 5 con una tasa de 8%.

#### **3.4.5 Leverage Total**

En la proyección de 5 años, se logra evidenciar en el primer año un apalancamiento menor a 1, es decir de \$0,19 centavos lo cual sigue disminuyendo paulatinamente hasta el año 5 con un valor de \$0,09. Este monto baja, porque los pasivos van disminuyendo, a consecuencia del pago del préstamo inicial.

#### **3.4.6 Cobertura Gasto Financiero**

Mediante este indicador se podrá medir la capacidad que tendrá el proyecto para generar ganancias, que permitan solventar las obligaciones financieras del mismo. De acuerdo, con los resultados durante el primer año el gasto será de \$1.81, por motivos de la alta inversión que necesitaba la empresa para operar.

### **3.4.7 Margen Neto**

A través, de este indicador se puede determinar una rentabilidad neta. Durante el primer año se logra alcanzar un 10% de beneficio, mientras que en los años siguientes el monto asciende a un 12% en el periodo 4. Cabe destacar, que esto le permite al negocio obtener un margen neto de interés por los jugos producidos.

### **3.4.8 ROA**

Para establecer la rentabilidad de la empresa respecto a sus activos totales, se calculó dicho indicador. El cual otorgó un resultado en relación con el retorno de \$0,02 centavos por cada dólar invertido durante el primer año.

### **3.4.9 ROE**

Para medir el rendimiento del capital, se tuvo que calcular la rentabilidad obtenida de la empresa sobre los fondos propios de la misma. Este parámetro nos indicó la capacidad que va a tener el negocio durante los 5 primeros años en el mercado. En el año 1 se obtiene un resultado de \$0,02 centavos por cada dólar invertido en el patrimonio.



## Conclusiones y recomendación

### 4.1 Conclusión

El objetivo principal de este trabajo de investigación fue el desarrollo de un plan de negocios que trate la introducción de una alternativa de jugos naturales y saludables en el mercado y, de acuerdo con los resultados obtenidos, ver la viabilidad del proyecto. En base al análisis se concluye que la propuesta es atractiva en el mercado del cantón Nobol. El jugo de coco y de soya son bebidas preferidas por los Noboleños quienes toman las misma por tradición.

En la propuesta comercial se desarrolló diferentes puntos importantes como la actividad del negocio, las estrategias de diferenciación, el plan de marketing, y el plan de producción, para así generar un mejor posicionamiento de la marca y de los productos en el mercado, vale reiterar que el capital humano es el elemento esencial del negocio. Al interactuar cara a cara con el cliente, es clave que los operarios se integren con la organización, su misión, visión y valores. Así, ellos se sienten parte de la compañía, lo cual repercute directamente en su satisfacción y por ende en la rentabilidad de **NAI JUICE**.

El financiamiento de la inversión inicial es viable debido a que los accionistas invertirán el 84% del total de la inversión y el otro 16% se lo podrá obtener con un préstamo con Banecuador. Además, generó un VAN de \$78.361,90 y una TIR de 91,48%. Estos resultados señalan que la inversión será recuperada en un tiempo estimado de 2 años lo que establece que el proyecto es rentable y obtendrá grandes proyecciones para el futuro. Se concluye que la hipótesis planteada es aceptada.

Los estados y razones financieros nos indican que el proyecto es rentable debido a que posee liquidez y rendimiento sobre sus utilidades.

## 4.2 Recomendación

Considerando que **NAI JUICE** es un proyecto innovador y de alto potencial para ser desarrollado en el cantón Nobol, se debe considerar establecer un control apto de todos los procesos del negocio, expandir la cadena de productos con otros jugos de frutas ya que esto permitirá, que la empresa siga brindando a sus consumidores un producto de calidad acompañado de un excelente servicio.

Es importante destacar que si se quiere mantener una mejora continua en todas las áreas del negocio; se deberá efectuar encuestas de forma periódica a los clientes, para así, poder conocer la opinión y el grado de satisfacción que ellos tienen acerca de los productos adquiridos, de ser posible tratar de implementar certificaciones y licencias al producto para que tenga un mayor reconocimiento en el mercado ecuatoriano y expandir la línea de distribución en todo el territorio Nacional.

En relación con la propuesta comercial se recomienda establecer alianzas estratégicas con distintos proveedores de tiendas, cafeterías, unidades educativas y gimnasios que se encuentren ubicados en los alrededores del cantón Nobol, para así aumentar con el tiempo la gama de productos y el grado de competitividad, se recomienda que la publicidad se mantenga enfocada en lo que proyecta el negocio, es decir, el estilo saludable.

Es importante invertir en maquinaria para la automatización del área productiva y para la investigación y desarrollo de nuevos productos, para obtener mayor margen de ganancias por producto se recomienda minimizar los costos variables.

Para concluir se recomienda la creación de la empresa **NAI JUICE**, ya que es un negocio íntegro que aporta de manera activa y continua en la salud de sus futuros consumidores.

### **Bibliografía**

- AMC Natural Drinks. (11 de Marzo de 2022). *Beneficios de las Bebidas Saludables | Innovación | AMC Natural Drinks*. Obtenido de <https://amcnaturaldrinks.com:https://amcnaturaldrinks.com/beneficios-de-las-bebidas-saludables-innovacion-amc-natural-drinks/>
- American Marketing Association. (31 de Marzo de 2022). *Definitions of Marketing*. Obtenido de <https://www.ama.org:https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Asociación Española de Dietistas - Nutricionistas. (2013). *Definiciónn yy Características de una Alimentación Saludable*. España.
- Boston Public Commission. (2014). *RESOURCES & MATERIALS*. Obtenido de <https://www.bphc.org:https://www.bphc.org/whatwedo/healthy-eating-active-living/sugar-smarts/resources-and-materials/Pages/Resources-and-Materials.aspx>
- Cervera, M. A. (16 de Diciembre de 2019). *Infisport Science Nutrition*. Obtenido de <https://www.infisport.com/blog/diferencia-entre-alimentacion-y-nutricion>
- Instituto Nacional del Cáncer. (10 de Agosto de 2016). Obtenido de Instituto Nacional del Cáncer: <https://www.cancer.gov/espanol/cancer/causas-prevencion/riesgo/dieta/hoja-informativa-edulcorantes-artificiales>
- Luis Miguel Manene Cerragería. (17 de Abril de 2016). *SISTEMAS DE ALMACENAJE Y EVALUACIÓN ESTRATÉGICA DE PRODUCTOS*. Obtenido de

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

<https://actualidadempresa.com/>: <https://actualidadempresa.com/sistemas-almacenaje-evaluacion-estrategica-productos/>

Noegasystems. (29 de Junio de 2016). *PRINCIPALES RAZONES PARA ALMACENAR CON SISTEMAS DE ALMACENAJE INDUSTRIAL*. Obtenido de <https://www.noegasystems.com/>:

<https://www.noegasystems.com/blog/almacenaje/sistemas-de-almacenaje-industrial-razones-almacenar>

Organización Mundial de la Salud. (09 de Junio de 2021). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de [https://www.who.int/es/health-topics/obesity#tab=tab\\_1](https://www.who.int/es/health-topics/obesity#tab=tab_1)

Organización Mundial de Salud. (2016). *Enfermedades Crónicas*.

Política. (12 de Noviembre de 2021). *5 daños provoca el consumo de refrescos y bebidas azucaradas*. Obtenido de <https://politica.expansion.mx:https://politica.expansion.mx/mexico/2021/11/12/danos-salud-consumo-de-refrescos-bebidas-azucaradas>

Revista | Alimentos. (2 de Julio de 2021). *Bebidas funcionales, "Una necesidad saludable"*. Obtenido de <https://www.revistaalimentos.com/:https://www.revistaalimentos.com/ediciones/edicion-4/bebidas-funcionales-una-necesidad-saludable/#:~:text=Las%20BEBIDAS%20FUNCIONALES%20son%20aquellas,%2C%20Prebi%C3%B3ticos%2C%20Probi%C3%B3ticos%2C%20L>.

SciELO. (2013). *Una Visión Global y Actual de los Edulcorantes*. Madrid.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Scielo. (2013). *Una Visión Global y Actual de los Edulcorantes*. Madrid. Recuperado el 08 de Noviembre de 2021, de [https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0212-16112013001000003](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112013001000003)

succovivo. (2022). *LOS BENEFICIOS DE LOS ZUMOS NATURALES*. Obtenido de [https://succovivo.imetec.com: https://succovivo.imetec.com/es/beneficios-de-los-zumos/#:~:text=Beneficios%3A%20tienen%20propiedades%20antivirales%2C%20anti,la%20formaci%C3%B3n%20de%20c%C3%A1lculos%20renales](https://succovivo.imetec.com:https://succovivo.imetec.com/es/beneficios-de-los-zumos/#:~:text=Beneficios%3A%20tienen%20propiedades%20antivirales%2C%20anti,la%20formaci%C3%B3n%20de%20c%C3%A1lculos%20renales).

Ventura. (8 de Noviembre de 2017). *¿Qué es una estrategia de productos y cómo puedes realizarla con éxito?* Obtenido de <https://www.gestion.org/https://www.gestion.org/estrategia-de-productos/>

Zorita, E. (2015). *Plan de Negocio*. Madrid: ESIC.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

**Anexos**

*Anexo 1 Sueldos anuales*

*Proyección mensual – año 1*

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal 12.15%	Total
Administrador	\$500.00	\$41.67	\$35.42		\$60.75	\$637.83
Contador	\$500.00	\$41.67	\$35.42		\$60.75	\$637.83
Chofer	\$450.00	\$37.50	\$35.42		\$54.68	\$577.59
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.450,00</b>	<b>\$120,83</b>	<b>\$106,25</b>		<b>\$176,18</b>	<b>\$1.853,26</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal 12.15%	Total
Operario 1	\$450.00	\$37.50	\$35.42		\$54.68	\$577.59
Operario 2	\$450.00	\$37.50	\$35.42		\$54.68	\$577.59
Operario 3	\$450.00	\$37.50	\$35.42		\$54.68	\$577.59
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.350,00</b>	<b>\$112,50</b>	<b>\$106,25</b>		<b>\$164,04</b>	<b>\$1.732,78</b>

*Proyección mensual – año 2*

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total
Administrador	\$525.00	\$43.75	\$37.50	\$43.75	\$63.79	\$713.79
Contador	\$525.00	\$43.75	\$37.50	\$43.75	\$63.79	\$713.79
Chofer	\$472.50	\$39.38	\$37.50	\$39.38	\$57.41	\$646.16
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.522,50</b>	<b>\$126,88</b>	<b>\$112,50</b>	<b>\$126,88</b>	<b>\$184,99</b>	<b>\$2.073,73</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total
Operario 1	\$472.50	\$39.38	\$37.50	\$39.38	\$57.41	\$646.16
Operario 2	\$472.50	\$39.38	\$37.50	\$39.38	\$57.41	\$646.16
Operario 3	\$472.50	\$39.38	\$37.50	\$39.38	\$57.41	\$646.16
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.417,50</b>	<b>\$118,13</b>	<b>\$112,50</b>	<b>\$118,13</b>	<b>\$172,23</b>	<b>\$1.938,48</b>

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

*Proyección mensual – año 3*

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13 <sup>er</sup> Sueldo	14 <sup>er</sup> Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	\$551,35	\$45,94	\$39,58	\$45,94	\$66,98	\$749,69
Contador	\$551,35	\$45,94	\$39,58	\$45,94	\$66,98	\$749,69
Chofer	\$551,35	\$45,94	\$39,58	\$45,94	\$66,98	\$749,69
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.653,75</b>	<b>\$137,81</b>	<b>\$118,75</b>	<b>\$137,81</b>	<b>\$200,90</b>	<b>\$2.248,08</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13 <sup>er</sup> Sueldo	14 <sup>er</sup> Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Operaria 1	\$496,13	\$41,34	\$35,58	\$41,34	\$60,28	\$678,68
Operario 2	\$496,13	\$41,34	\$35,58	\$41,34	\$60,28	\$678,68
Operario 3	\$496,13	\$41,34	\$35,58	\$41,34	\$60,28	\$678,68
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.488,38</b>	<b>\$124,05</b>	<b>\$118,75</b>	<b>\$124,05</b>	<b>\$180,84</b>	<b>\$2.056,05</b>

*Proyección mensual – año 4*

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13 <sup>er</sup> Sueldo	14 <sup>er</sup> Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	\$578,81	\$48,23	\$41,67	\$48,23	\$70,33	\$787,27
Contador	\$578,81	\$48,23	\$41,67	\$48,23	\$70,33	\$787,27
Chofer	\$578,81	\$48,23	\$41,67	\$48,23	\$70,33	\$787,27
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.736,44</b>	<b>\$144,70</b>	<b>\$125,00</b>	<b>\$144,70</b>	<b>\$210,98</b>	<b>\$2.361,82</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13 <sup>er</sup> Sueldo	14 <sup>er</sup> Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Operario 1	\$520,95	\$43,41	\$41,67	\$43,41	\$63,29	\$712,71
Operario 2	\$520,95	\$43,41	\$41,67	\$43,41	\$63,29	\$712,71
Operario 3	\$520,95	\$43,41	\$41,67	\$43,41	\$63,29	\$712,71
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.562,79</b>	<b>\$130,23</b>	<b>\$125,00</b>	<b>\$130,23</b>	<b>\$189,88</b>	<b>\$2.138,14</b>

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Proyección mensual – año 5

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	\$607,75	\$50,65	\$41,67	-\$50,65	\$73,84	\$824,55
Cantador	\$607,75	\$50,65	\$41,67	-\$50,65	\$73,84	\$824,55
Chefer	\$607,75	\$50,65	\$41,67	-\$50,65	\$73,84	\$824,55
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.828,28</b>	<b>\$151,94</b>	<b>\$125,00</b>	<b>-\$151,94</b>	<b>\$221,59</b>	<b>\$2.473,66</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Operario 1	\$546,98	\$45,58	\$41,67	-\$45,58	\$66,46	\$746,27
Operario 2	\$546,98	\$45,58	\$41,67	-\$45,58	\$66,46	\$746,27
Operario 3	\$546,98	\$45,58	\$41,67	-\$45,58	\$66,46	\$746,27
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.640,93</b>	<b>\$136,74</b>	<b>\$125,00</b>	<b>-\$136,74</b>	<b>\$199,37</b>	<b>\$2.258,80</b>

Anexo 2 Demanda esperada anual

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
JUGO DE COCO	64.346	103.394	104.694	105.990	107.286
JUGO DE SOYA	81.264	130.974	132.598	134.142	135.726
<b>TOTAL</b>	<b>145.420</b>	<b>234.372</b>	<b>237.292</b>	<b>240.132</b>	<b>243.012</b>

Demanda esperada mensual – año 1

EPORA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
JUGO DE COCO	1.099	1.099	1.099	1.099	1.099	1.099	1.099	1.099	1.099	1.099	1.099	1.099	13.188
JUGO DE SOYA	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	16.800
<b>TOTAL</b>	<b>2.499</b>	<b>2.499</b>	<b>2.499</b>	<b>2.499</b>	<b>2.499</b>	<b>2.499</b>	<b>2.499</b>	<b>2.499</b>	<b>2.499</b>	<b>2.499</b>	<b>2.499</b>	<b>2.499</b>	<b>29.988</b>



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

*Demanda esperada mensual – año 2*

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
JUGO DE COCO	8.301	8.378	8.591	8.726	8.970	9.211	9.471	9.738	10.011	10.291	10.578	10.871	121.398
JUGO DE SOYA	10.204	10.281	10.494	10.629	10.873	11.114	11.374	11.641	11.914	12.194	12.481	12.774	138.844
TOTAL	18.505	18.659	19.085	19.355	19.843	20.585	20.845	21.379	21.925	22.485	23.059	23.645	260.242

*Demanda esperada mensual – año 3*

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
JUGO DE COCO	8.671	8.748	8.961	9.096	9.340	9.581	9.841	10.108	10.381	10.659	10.946	11.241	123.898
JUGO DE SOYA	10.598	10.675	10.888	11.023	11.267	11.508	11.768	12.035	12.308	12.586	12.873	13.168	143.344
TOTAL	19.269	19.423	19.849	20.119	20.607	21.089	21.609	22.143	22.689	23.245	23.819	24.409	267.242

*Demanda esperada mensual – año 4*

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
JUGO DE COCO	9.041	9.118	9.331	9.466	9.710	9.951	10.211	10.478	10.751	11.029	11.316	11.611	128.958
JUGO DE SOYA	11.134	11.211	11.424	11.559	11.803	12.044	12.285	12.545	12.818	13.096	13.383	13.678	148.404
TOTAL	20.175	20.329	20.755	21.025	21.513	21.995	22.525	23.063	23.609	24.125	24.700	25.289	277.362

*Demanda esperada mensual – año 5*

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
JUGO DE COCO	9.411	9.488	9.701	9.836	10.080	10.321	10.581	10.848	11.121	11.401	11.688	11.981	131.998
JUGO DE SOYA	11.504	11.581	11.794	11.929	12.173	12.414	12.655	12.915	13.188	13.475	13.771	14.076	151.444
TOTAL	20.915	21.069	21.495	21.765	22.253	22.735	23.265	23.763	24.309	24.876	25.459	26.057	283.442

**Anexo 3** Precio de venta individual

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
JUGO DE COCO	1.00	1.25	1.50	1.50	1.50
JUGO DE SOYA	1.00	1.25	1.50	1.50	1.50

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Ventas proyectadas – año 1

UBICACIÓN PRODUCCIÓN O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
UBICACIÓN 1	2.000,00	3.300,00	4.500,00	5.800,00	7.000,00	8.200,00	9.500,00	1.080,00	1.200,00	1.400,00	1.500,00	1.700,00	54.200,00
UBICACIÓN 2	3.000,00	4.200,00	5.400,00	6.600,00	7.800,00	9.000,00	10.200,00	11.400,00	12.600,00	13.800,00	15.000,00	16.200,00	108.000,00
TOTAL	5.000,00	7.500,00	9.900,00	12.400,00	14.800,00	17.200,00	19.700,00	22.200,00	24.600,00	27.200,00	29.700,00	32.900,00	162.200,00

Ventas proyectadas - año 2

UBICACIÓN PRODUCCIÓN O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
UBICACIÓN 1	2.200,00	3.500,00	4.700,00	5.900,00	7.100,00	8.300,00	9.500,00	10.700,00	11.900,00	13.100,00	14.300,00	15.500,00	63.000,00
UBICACIÓN 2	3.200,00	4.400,00	5.600,00	6.800,00	8.000,00	9.200,00	10.400,00	11.600,00	12.800,00	14.000,00	15.200,00	16.400,00	108.000,00
TOTAL	5.400,00	7.900,00	10.300,00	12.700,00	15.100,00	17.500,00	19.900,00	22.300,00	24.700,00	27.100,00	29.500,00	31.900,00	171.000,00

Ventas proyectadas – año 3

UBICACIÓN PRODUCCIÓN O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
UBICACIÓN 1	2.400,00	3.700,00	4.900,00	6.100,00	7.300,00	8.500,00	9.700,00	10.900,00	12.100,00	13.300,00	14.500,00	15.700,00	63.000,00
UBICACIÓN 2	3.400,00	4.600,00	5.800,00	7.000,00	8.200,00	9.400,00	10.600,00	11.800,00	13.000,00	14.200,00	15.400,00	16.600,00	108.000,00
TOTAL	5.800,00	8.300,00	10.700,00	13.100,00	15.500,00	17.900,00	20.300,00	22.700,00	25.100,00	27.500,00	29.900,00	32.300,00	171.000,00

Ventas proyectadas – año 4

UBICACIÓN PRODUCCIÓN O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
UBICACIÓN 1	2.600,00	3.900,00	5.100,00	6.300,00	7.500,00	8.700,00	9.900,00	11.100,00	12.300,00	13.500,00	14.700,00	15.900,00	63.000,00
UBICACIÓN 2	3.600,00	4.800,00	6.000,00	7.200,00	8.400,00	9.600,00	10.800,00	12.000,00	13.200,00	14.400,00	15.600,00	16.800,00	108.000,00
TOTAL	6.200,00	8.700,00	11.100,00	13.500,00	15.900,00	18.300,00	20.700,00	23.100,00	25.500,00	27.900,00	30.300,00	32.700,00	171.000,00

Ventas proyectadas – año 5

UBICACIÓN PRODUCCIÓN O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
UBICACIÓN 1	2.800,00	4.100,00	5.300,00	6.500,00	7.700,00	8.900,00	10.100,00	11.300,00	12.500,00	13.700,00	14.900,00	16.100,00	63.000,00
UBICACIÓN 2	3.800,00	5.000,00	6.200,00	7.400,00	8.600,00	9.800,00	11.000,00	12.200,00	13.400,00	14.600,00	15.800,00	17.000,00	108.000,00
TOTAL	6.600,00	9.100,00	11.500,00	13.900,00	16.300,00	18.700,00	21.100,00	23.500,00	25.900,00	28.300,00	30.700,00	33.100,00	171.000,00

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

**Anexo 4 Costo de venta individual**

OPERTA PRODUCCIÓN O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
JUGO DE COCO	0,80	0,70	0,80	0,78	1,20
JUGO DE SOJA	0,90	0,70	0,80	0,98	1,20

*Costos proyectados – año 1*

OPERTA PRODUCCIÓN O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
JUGO DE COCO	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	12.000,00
JUGO DE SOJA	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	12.000,00
TOTAL	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	24.000,00

*Costos proyectados – año 2*

OPERTA PRODUCCIÓN O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
JUGO DE COCO	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	12.000,00
JUGO DE SOJA	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	12.000,00
TOTAL	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	24.000,00

*Costos proyectados – año 3*

OPERTA PRODUCCIÓN O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
JUGO DE COCO	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	12.000,00
JUGO DE SOJA	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	12.000,00
TOTAL	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	24.000,00

*Costos proyectados – año 4*

OPERTA PRODUCCIÓN O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
JUGO DE COCO	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	12.000,00
JUGO DE SOJA	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	12.000,00
TOTAL	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	24.000,00

*Costos proyectados – año 5*

OPERTA PRODUCCIÓN O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
JUGO DE COCO	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	12.000,00
JUGO DE SOJA	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	12.000,00
TOTAL	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	24.000,00

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Anexo 5 Gastos operacionales

Gastos operacionales proyectados – año 1

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO
RENTAS	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00
ALQUILER	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
SERVICIOS BÁSICOS	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00
RENTAS	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
RENTAS	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
RENTAS	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
TOTAL	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	22.800,00

Gastos operacionales proyectados – año 2

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO
RENTAS	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00
ALQUILER	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
SERVICIOS BÁSICOS	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00
RENTAS	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
RENTAS	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
RENTAS	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
TOTAL	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	22.800,00

Gastos operacionales proyectados – año 3

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO
RENTAS	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00
ALQUILER	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
SERVICIOS BÁSICOS	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00
RENTAS	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
RENTAS	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
RENTAS	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
TOTAL	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	22.800,00

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS NATURALES EN EL CANTÓN NOBOL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Gastos operacionales proyectados – año 4

CATEGORÍA OPERACIONAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO
RENTAS	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	50.400,00
AGUAS	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00
ENERGÍA ELÉCTRICA	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00
COMIDAS	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
TRANSPORTE	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
MANTENIMIENTO	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
RENTAS DE OFICINA	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
OTROS	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>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>64.800,00</b>

Gastos operacionales proyectados – año 5

CATEGORÍA OPERACIONAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO
RENTAS	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	50.400,00
AGUAS	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00
ENERGÍA ELÉCTRICA	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00
COMIDAS	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
TRANSPORTE	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
MANTENIMIENTO	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
RENTAS DE OFICINA	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
OTROS	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>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>64.800,00</b>

Anexo 6 Préstamo

Partidas anuales	1	2	3	4	5
Interés	\$1.704,00	\$1.704,00	\$1.704,00	\$0,00	\$0,00
Capital Pagado	\$5.285,00	\$5.718,00	\$6.292,00	\$0,00	\$0,00
Dividendos	\$6.836,00	\$7.804,00	\$8.817,00	\$0,00	\$0,00
Saldo	\$6.245,00	\$1.051,00	-\$4.306,00	-\$11.800,00	-\$11.800,00