



**INSTITUTO DE NEGOCIOS
“HUMANE”**

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

TOMO I

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

ERICK PAUL CHILA VELEZ

**GUAYAQUIL - ECUADOR
2022**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

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

AUTOR: Erick Paul Chila Vélez

TUTOR: Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA

INSTITUCIÓN: Instituto de Negocios “HUMANE”

FACULTAD: Administración

CARRERA: Ventas

FECHA DE PUBLICACIÓN: Noviembre de 2022

Nº DE PÁG: 81

ÁREA TEMÁTICA: Plan de ventas y concientización.

PALABRAS CLAVE: Ventas, retornables, crecimiento, inversión, medio ambiente.

RESUMEN: La contaminación del ambiente se incrementa con el pasar de los años, produciendo impactos significativos para el bienestar del ser humano; es por eso que en la actualidad se brinda una significativa relevancia al medio ambiente y su conservación en todo tipo de proyecto. Es fundamental que se cuiden los recursos naturales como el agua, suelo y aire. Los plásticos son materiales contaminantes de elementos orgánicos, su empleo cotidiano se encuentra perjudicando y perturbando los ecosistemas. Por lo cual se propone un plan de ventas y concientización sobre consumo de formatos retornables que impacten positivamente al medio ambiente para la empresa Arca Continental.

Nº DE REGISTRO: V-EC-07-02

Nº DE CLASIFICACIÓN: V-EC-07-02

DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):

ADJUNTO PDF:

SI

X

NO

CONTACTO CON AUTOR/ES:

Teléfono: 0988135820

E-mail: echila@es.humane.edu.ec
Paulchila25@hotmail.com

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:

Nombre: Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA

Teléfono: (04) 288 2710

Mail: cpazmino@humane.edu.ec

Quito: Av. Whympet 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

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera; por ser mi inspiración y mi fortaleza en los momentos más complicados. A Humane por haberme brindado un aprendizaje de excelencia, experiencia y sobre todo tranquilidad y felicidad. Gracias a mi tutor Eco. Andrés Alprech por acompañarme en todo el proceso.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi esposa, hijos y a mis padres que hicieron posible que este camino de aprendizaje culminara con éxito. A mi tutor Eco. Andrés Alprech que día a día me fue compartiendo su conocimiento para poder alcanzar la meta y también a mis docentes y compañeros en general.

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

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Santiago de Guayaquil, noviembre de 2022

Yo, **Erick Paul Chila Vélez** 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.



Erick Paul Chila Vélez

C.I: 0930044052

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

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Santiago de Guayaquil, noviembre de 2022

Certifico que el trabajo titulado “**PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN SOBRE CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**” ha sido elaborado por **Erick Paul Chila Vélez** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

TUTOR: Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA

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

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo busca cuidar los recursos naturales a partir de la comercialización de productos más amigables con el medio ambiente. Se planteó un marco teórico en donde enuncia las principales características por las que se debe guiar el proyecto, además, propone un plan de ventas y de acción para que se ejecuten las estrategias de manera ordenada. Se llegó a la conclusión de que el proyecto es rentable y la recuperación es a partir del tercer año.

PALABRAS CLAVE: Ventas, retornables, crecimiento, inversión, medio ambiente.

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

ABSTRACT

This work seeks to take care of natural resources from the commercialization of more environmentally friendly products. A theoretical framework was proposed where it states the main characteristics by which the project must be guided, in addition, it proposes a sales and action plan so that the strategies are executed in an orderly manner. It was concluded that the project is profitable and the recovery is from the third year.

KEY WORDS: Sales, returnables, growth, investment, environment.

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

Índice General

INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Planteamiento del Problema	2
1.2. Formulación del problema.....	2
1.3. Sistematización del problema	3
1.4. Objetivos.....	3
Objetivo General	3
Objetivos específicos.....	3
1.5. Justificación práctica	4
1.6. Marco teórico	4
1.7. Marco conceptual.....	11
2.1. Plan de negocio	13
VISION	13
MISION.....	13
VALORES.....	14
OBJETIVOS GENERAL.....	14
OBJETIVOS ESPECIFICOS	14
2.2. Modelo Lienzo Canvas - ARCA CONTINENTAL.....	15
2.3. Propuesta de valor	16
2.4. Estrategia genérica (liderazgo de costo)	18
2.5. Ventajas competitivas	18
2.6. Área de Supervisión.....	19
2.7. Plan de marketing sobre el proyecto.....	20
Contexto general del mercado	20
Perfil del cliente	21
Marketing mix	22
Estrategia de Producto: características del producto	22
Estrategia de Precio	22
Estrategia de Distribución:.....	23
Estrategia de Promoción	23
Estrategia de Personas	24
Proceso.....	25
2.8. Estrategia de Evidencia Física	28
2.9. Plan de Acción	31
3.1. Proyecto de inversión.....	36
3.2. Supuestos.....	36
3.3. Inversión.	37
3.4. Sueldos y salarios.....	39
3.5. Productos o servicios.	44
3.6. Ventas.....	45
3.7. Costos.....	47
3.8. Gastos.	49
3.9. Préstamo.	51
3.10. Estados Financieros.....	52
3.11. Indicadores económicos.	54
3.12. Punto de equilibrio.	54
3.13. Ratios financieros.	55

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

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
Conclusiones.	56
Recomendaciones.	56
BIBLIOGRAFÍA.....	57
ANEXOS.	60
Anexo 1: Logo	60
Anexo 2: Demanda proyectada mensualmente.	61
Anexo 3: Ventas proyectadas mensual.....	63
Anexo 4: Costos proyectadas mensual.....	65
Anexo 5: Gastos proyectadas mensual.....	67
*Anexo 6: Préstamo mensual	70

Índice Tabla

Tabla 1. Planteamiento del problema.....	2
Tabla 2 Modelo Lienzo Canvas	15
Tabla No. 3 Aumentar cobertura	31
Tabla No. 4 Satisfacer al cliente	32
Tabla No. 5 Fidelizar al cliente	33
Tabla No. 6 Rentabilidad y Ganancias	34
Tabla No. 7 Identificar el sector	35
Tabla No. 8 Supuestos	36
Tabla No. 9 Inversión.....	37
Tabla No. 10 Financiamiento.....	38
Tabla No. 11 Sueldo y salarios mensual año 1.....	39
Tabla No. 12 Sueldo y salarios mensual año 2.....	40
Tabla No. 13 Sueldo y salarios mensual año 3.....	41
Tabla No. 14 Sueldo y salarios mensual año 4.....	42
Tabla No. 15 Sueldo y salarios mensual año 5.....	43
Tabla No. 16 Productos o servicios.....	44
Tabla No. 17 Precios.	45
Tabla No. 18 Ventas.	46
Tabla No. 19 Costo unitario.	47
Tabla No. 20 Costos.	48
Tabla No. 21 Gastos.....	49
Tabla No. 22 Participación de los gastos.	50
Tabla No. 23 Préstamo.....	51
Tabla No. 24 Flujo de caja y Estado de Resultados	52
Tabla No. 25 Estado Situación Financiera	53
Tabla No. 26 Punto de equilibrio.	54
Tabla No. 27 Ratios financieros.....	55

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

Índice Figura

Figura No 1 Lineamientos del Plan de Ventas	6
Figura No 2 Ciclo jerárquico de planificación	7
Figura No 3 Organigrama	19
Figura No. 4 Análisis de Marketing	20
Figura No. 5 Proceso de elaboración del producto	25
Figura No. 6 Proceso de Empacado Distribución.....	27
Figura No. 7 Ciclo de un Proceso	28
Figura No. 9 Presentación Del Producto.....	29
Figura No. 10 Presentación de marca.....	29
Figura No. 11 Promoción de marca	30
Figura No. 12 Accesorio de Promoción.....	30

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

Introducción

La contaminación del ambiente se incrementa con el pasar de los años, produciendo impactos significativos para el ser humano, es por eso que en la actualidad se brinda una significativa relevancia al medio ambiente y su conservación, buscando que el accionar del hombre no deterioren los recursos naturales como el agua, suelo y aire.

Los plásticos son materiales poliméricos compuestos por elementos orgánicos, su empleo cotidiano se encuentra perjudicando y perturbando los ecosistemas; destacando los últimos años el uso de plásticos como los recipientes de Tereftalato de Polietileno (PET) (Zambrano- Sánchez, Latorre Castro, & Carrillo-Anchundia, 2022). En el caso del uso de los envases retornables, es muy beneficioso para el medio ambiente debido a que se trata de un envase neutral y menos contaminante para el medio ambiente; al ser envases neutros no contaminan con químicos extraños al producto que contiene ni al medio ambiente.

Arca Continental es una compañía perteneciente a “The Coca-Cola Company”, encargada de la producción, la distribución y la venta de productos pertenecientes a las marcas de The Coca-Cola Company, al igual que snacks salados de las marcas “Bokados en México, Inalecsa en Ecuador y Wise y Deep River en los Estados Unidos” (Arca Continental, 2022).

Teniendo un definido trayecto con más de 130 años en el mercado, Arca continental es “la segunda embotelladora de Coca-Cola” de mayor tamaño en América Latina, y es de aquellas de mayor importancia en el mundo. Debido al gran reconocimiento que posee la marca, el cual supera el 90%, se puede asegurar tal como lo hacen en la empresa de servicios RP3 Retail Software “es el segundo término más reconocido del mundo después de la expresión okay”. (RETAIL SOFTWARE, 2017)

El presente proyecto de estudio plantea como objetivo “un plan de marketing” para el proceso en la evolución de la retornabilidad en Coca-Cola Ecuador, se busca promover que los envases de vidrio y plástico retornables sean distribuidos en mayor volumen en el mercado, contribuyendo un papel fundamental en la protección del medio ambiente. Dado que, para el año 2030, el Sistema Coca-Cola prevé que sus envases se realicen con un promedio de 50% de contenido reciclado.

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

1.1. Planteamiento del Problema

Tabla 1.
Planteamiento del problema.

SINTOMA	CAUSA	PRONOSTICO	CONTROL DEL PRONOSTICO
Bajo nivel de ventas	Mejor presentación y precios más bajos por la competencia	La falta de concientización de las personas en el cuidado del medio ambiente, la ardua competencia que existe actualmente con las otras marcas, y la ausencia de estrategias comerciales conllevaría a una pérdida potencial de la cuota de mercado para la empresa, y una baja rentabilidad para la empresa que conllevaría a una pérdida aún más significativa del mercado	Sería ideal implementar un plan de ventas y concientización sobre consumo de formatos retornables que impacten positivamente al medio ambiente para la empresa Arca Continental, ubicada en la ciudad de Guayaquil para el año 2023
Baja nivel de demanda de envases retornables	El consumidor final prefiere material descartable		
Desconocimiento de la contaminación del plástico	No se ha fomentado una cultura sobre el cuidado del medio ambiente		
Altos costos de envases PET	Altos impuestos a los plásticos		
Baja rotación de sabores	Falta de estrategias comerciales		

Fuente: propia.
Elaborado por: Erick Chila

1.2. Formulación del problema

¿Sería ideal implementar un plan de ventas y concientización sobre consumo de formatos retornables, que impacten positivamente al medio ambiente para la empresa Arca Continental, ubicada en la ciudad de Guayaquil, para el año 2023?

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

1.3. Sistematización del problema

- A. ¿Cuál sería el impacto si se lanza formatos más económicos para el consumidor final?
- B. ¿Cuáles serían las ventajas si Coca-Cola introduce al mercado un formato retornable al mismo precio de la competencia, pero con mayor cantidad de producto?
- C. ¿Qué tan importante sería que Coca-Cola capacite al detallista y al consumidor final sobre el cuidado del medio ambiente?
- D. ¿Cómo mitigar el impacto sobre los altos impuestos a los plásticos?
- E. ¿Cuáles serían las estrategias comerciales adecuadas para promocionar los diferentes sabores?

1.4. Objetivos

Objetivo General

Determinar el impacto de crear un plan de ventas y concientización de los formatos retornables.

Objetivos específicos

- Analizar el impacto si Coca Cola lanza productos más económicos para el consumidor final.
- Determinar cuáles serían las ventajas si se introduce un formato retornable con el mismo precio y con mayor producto.
- Determinar el impacto sobre el medio ambiente si se capacita al detallista y al consumidor final sobre el uso de envases retornables.
- Elaborar una estrategia a fin de atenuar el impacto de los altos impuestos sobre los plásticos.
- Realizar estrategias comerciales adecuadas para promocionar los diferentes sabores.

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

1.5. Justificación práctica

A través de la realización de la presente investigación se puede establecer que Coca-Cola busca sustituir el modelo de uso de botellas plásticas por envases amigables al medio ambiente; resaltando que los empaques retornables es el punto clave dentro del portafolio de venta, en la cual ofrece una opción de consumo asequible en condiciones económicas difíciles, asegurando una compra inteligente y ecológica enfocada a todo el ciclo de vida del envase desde su fabricación y diseños de los empaques, hasta como son recolectados, reciclados y reutilizados.

Con el presente planteamiento se busca que la compañía pueda tener un mayor control, optimizando al máximo todos los recursos, para que de esta manera pueda tener una rentabilidad mayor, debido a que ya la empresa no invierte en material PET, dando mayor impulso a los recipientes retornables y maximizando las ganancias.

La empresa Coca-Cola Company tiene la misión de ver todas las oportunidades donde haya consumo, es decir, por medio de todas las campañas, como ejemplo la campaña “Juntos Para Algo Mejor” que consiste en inculcar a las personas que vean la vida de una manera diferente, para así poder construir un mundo diferente en favor del medio ambiente. De esta manera, la empresa implementa un plan de acción a fin de ganar mayor cobertura y participación de mercado a través de la conciencia colectiva ambiental.

Se busca culturizar a todas las personas dentro de su cadena de valor, tanto al tendero como al consumidor, en el uso de envases retornables para así evitar el constante impacto dañino del medio ambiente.

1.6. Marco teórico

En 1950 Coca Cola, distribuía el producto en botellas de vidrios, las que eran recolectadas para su proceso de lavado, tratamiento de envasado y reutilizarlas. En la década de 1970 la empresa reemplazó el producto por botellas de plásticos, por su ahorro tanto en lo financiero y diseño; eran más livianas aun con su mismo contenido, con su poca diversidad de presentación, en este tiempo cuando no era tan considerado el cuidado del medio ambiente.

Se fue presentando un problema con la imagen del producto lanzado al mercado, por lo que crearon un programa de reciclaje donde pagaban USD\$1,00 por cada kilo, siendo el grupo involucrado en primera instancia mujeres solteras

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

analfabetas que tienen muy pocas posibilidades de recibir una instrucción educativa, volviéndose una cadena con sus hijos que son llevados a trabajar reciclando botellas plásticas.

Con el paso del tiempo COCA COLA rediseña la estructura del plástico, creando uno más resistente y con envase retornable, así como las botellas de vidrio. Coca-Cola vende alrededor de 100 mil millones de botellas de plástico desechables de un solo uso cada año. La cantidad de estas botellas que terminan en la basura es tan grande, que la empresa fue nombrada como la mayor contaminadora de plástico del mundo por la organización Break Free From Plastic. (BBC Noticias, 2021)

En Ecuador, la implementación de un sistema de reciclaje ha creado ciudades con más orden, limpieza y conciencia ecológica, donde sus municipios han dado iniciativa con campañas aplicando las 4 R (reciclar, rehusar, reducir y recuperar), dando paso al aprovechamiento de los recursos naturales y minimizar el impacto medioambiental con responsabilidad, compromiso comunitario junto con las organizaciones sociales, públicas y privadas.

Plan de Ventas

El plan de ventas comprende los análisis de los entornos tanto internos como externos, la propuesta de los bienes o servicios que se van a ofertar, los objetivos comerciales (ventas) que se desean alcanzar, la determinación del público al cual va dirigidas las ventas, las estrategias a emplear para el cumplimiento de los objetivos, las tácticas diseñadas dentro de las estrategias y el presupuesto disponible para la ejecución.

PLAN DE VENTAS Y CONCIENCIACIÓN SOBRE CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Figura 1
Lineamientos del Plan de Ventas



Fuente: Web de la Universidad de Guadalajara, Biblioteca virtual
Elaborado por: Erick Chila

El plan de acción que incluye tanto incentivos como bonificaciones (internas para el cuerpo comercial y externas para los clientes y/o consumidores) que se pueden ofrecer, los pronósticos y cuotas de mercado a obtener, y los parámetros de medición de desempeño y control de objetivos alcanzados (Vargas G, 2020).

El planteamiento del plan de ventas es de gran importancia para todas las empresas, así como los miembros que las conforman, principalmente para el cuerpo comercial o cuerpo de ventas. La planeación de ventas determina la forma como se va a manejar las futuras acciones, involucra el anticiparse al ambiente en el cual se desarrolla las empresas, entender cómo se va a combatir los posibles cambios venideros, y sacarle provecho a las posibles situaciones que se presentarán. El plan de ventas representa un punto de partida fundamental cuando se trata del lanzamiento de un nuevo producto (Garcia, S et al. 2017). El desarrollo del plan de ventas se encuentra directamente relacionado con los planes estratégicos y de marketing o mercadeo, debiendo a su vez todos estos estar relacionados con los objetivos y misión planteados por la empresa (Lopez Acosta, 2013).

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

Figura 2
Ciclo jerárquico de planificación



Fuente: Adaptación realizada por (López Acosta, 2013) en referencia de Johnson, Kurtz y Scheuing, (1996).

Elaborado por: Nombre del estudiante

Características del Plan de Ventas

De acuerdo a Vargas (2020), el plan de ventas consta de siete P's:

- **Políticas:** Comprende todo el marco institucional de la empresa, y sirve como guía para el cuerpo comercial o de ventas. Consta de los valores de la institución, las conductas y criterios éticos que rigen la actividad comercial.
- **Presupuesto:** Comprende los montos asignados al planteamiento de ventas, contemplando el capital de trabajo, las remuneraciones del personal de ventas, la inversión en análisis de mercados y analizar la competencia, los gastos variables de ventas, y la elaboración y entrega de material promocional.
- **Pronóstico:** Son las estimaciones que se plantean de las posibles ventas a realizar de acuerdo a cierto periodo de tiempo, se basa en la demanda histórica, junto con el plan de mercadeo planteado previamente.
- **Programa de ventas:** Es el establecimiento de estrategias y tácticas planteadas para alcanzar los objetivos planteados, y las cuotas de

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

mercado estimadas.

- **Procedimientos:** Comprende los pasos a seguir, y descripción de las tareas de ventas a realizar, puntualizando principalmente las acciones comerciales.
- **Pago a vendedores:** Comprende la remuneración que reciben o recibirán los vendedores, la misma debe constar de un valor justo, que brinde incentivos y estimulación al personal, pudiendo ser de preferencia proporcional al desempeño demostrado a fin de motivar al personal a la superación permanente de sus propios parámetros.
- **Plan de acción:** Comprende las diversas actividades que se realizará durante la ejecución del Plan de Ventas, las responsabilidades de cada actor, y los tiempos asignados por acción.

Plan Estratégico

El plan estratégico constituye las acciones a realizar dentro de la empresa a nivel organizacional a fin de alcanzar las metas planteadas, así como superar los problemas y desafíos que pudieran darse en el futuro, tomando en consideración la incertidumbre de los mercados. El plan estratégico suele contar con la planificación a mediano plazo pudiendo ser estos a tres o cinco años, dependiendo directamente del tipo de empresa, los productos o servicios, el ambiente en el cual se desarrollan las actividades, y los posibles cambios del sector en el cual funciona la empresa, los objetivos planteados, y el proceso de los resultados esperados (EKON, 2022).

Un plan estratégico consta de los siguientes pasos:

- Análisis interno
- Análisis externo
- Definición de objetivos
- Diseño de la estrategia
- Implementación y puesta en marcha
- Evaluación y control

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

Plan de Marketing o Mercadeo

El plan de marketing o plan de mercadeo comprende un instrumento básico de gestión dentro de las empresas si quiere ser competitiva, principalmente aquellas destinadas al mercadeo o comercialización de productos y/o servicios. El plan de marketing consiste en establecer todas las acciones que se deberán realizar en el área de comunicación a fin de alcanzar los objetivos planteados; debe ser diseñado en relación al esquema organizacional de la empresa, coordinando su accionar junto con el plan estratégico que haya planificado la empresa previamente, ejecutando las adaptaciones que se deban realizar a fin de estructurar una consolidación general con lo planificado por la empresa, solventando de dicha manera las necesidades de forma eficiente, no se puede desarrollar de una manera independiente y divorciada del plan estratégico (CEF, 2022).

Concientización del público

La concientización del público consiste en implementar una “campaña” con un mensaje específico sobre algún tema en particular, el crear conciencia en cierto punto o factor, o aumentar el nivel de concientización dentro de cierto público, pueden ser partes importantes en el desarrollo y respaldo de cambios que se busca generar en una comunidad o sector. Una concientización efectiva logra cambiar “el conocimiento y actitudes” del público respecto al mensaje específico; el mensaje difundido a fin de concientizar debe concentrarse en temas o puntos tangibles y de relevancia para el desarrollo de la vida de aquellos que conforman el público objetivo.

Las campañas de concientización suelen incluir el desarrollo de eventos, campañas audiovisuales, impresos, y material POP, campañas electrónicas muy empleadas en la actualidad mediante la difusión en redes sociales, entre otros. (ONU MUJERES, 2011)

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

Formatos retornables

Los formatos o envases retornables forman parte de lo denominado economía circular, debido a que los mismos envases pueden llegar a ser “reutilizados” con el mismo fin en 12 ocasiones en el caso de formatos plásticos y 35 ocasiones en el caso de formatos de vidrio. El concepto de retornable consiste en un producto cuyo envase debe ser devuelto al proveedor a fin de adquirir el mismo a un costo inferior, dado que en dicho costo no se incluye el valor del envase.

Un claro ejemplo del uso de formatos retornable lo tiene Coca-Cola Company, quienes cuentan se han comprometido en recuperar el 100% de los envases comercializados en al menos el 25% de su portafolio de productos para el año 2030. Dentro de la mente de los ciudadanos al escuchar el término “retornable” rememora los sin números de campañas publicitarias que ha desarrollado a lo largo de los años Coca-Cola Company, mostrando el comprometimiento de la empresa con el resguardo del medio ambiente (Diario Sustentable, 2022)

Impacto positivo de los envases retornables

Coca-Cola Company busca mitigar los impactos causados sobre el medio ambiente por parte de los productos plásticos que han sido empleados por su empresa, fomentando desde hace varios años una cultura de “gestión de residuos” a nivel de todas sus operaciones y cadena de valor. Implementando diversas campañas que se han difundido por todos los medios posibles a fin de llegar al público y generar una conciencia de la importancia en cuidar el medio ambiente. Buscando fomentar el empleo de envases retornables dentro de la comunidad mundial (COCA COLA FEMSA, 2019)

El uso de envases retornable genera un impacto positivo y beneficioso para el medio ambiente, debido a que se dejan de emplear envases o formatos plásticos que pueden incrementar el perjuicio al planeta a través de la contaminación e incremento de basura en los mares y océanos.

La empresa como tal lleva un control de las actividades a través de un sistema de gestión ambiental para medir los impactos medioambientales de sus operaciones con la finalidad de minimizar los efectos potenciales en la elaboración

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

de sus productos con un esquema de sostenibilidad hacia nuevas oportunidades de mercado, tratando de cumplir con las políticas del manejo de desechos sólidos, esto es transformar y aprovechar un residuo o desecho.

En marzo, Patricia Castán (2005), publicó en su Web sobre la mala reutilización de los desechos sólidos como un problema que afecta a todas las ciudades del mundo por la aglomeración de basura que pone en riesgo los recursos de la subsistencia natural (Castan Patricia, 2005). Todo proceso de reciclaje lleva a un resultado de empleo e ingresos que contribuyen a la conservación de los recursos no renovables y a su vez si es bien administrado mejora la economía de un país.

1.7. Marco conceptual

Cadena de valor: Maximiza las posibilidades de rentabilidad de la misma. Es un “modelo de negocios” que abarca todas las actividades que se realizan en la creación de un producto o servicio; dentro de las empresas productoras de bienes, son todos los pasos que tienen que ver con el producto, desde la concepción del mismo hasta la entrega al consumidor final a través de todos los canales de distribución pertinentes (Instituto Certus, 2020)

Control de calidad: en la industria del reciclaje es importante controlar las características mecánicas y químicas por el lapso de permanencia del producto al ser reciclado pues pierde sus propiedades de fabricación.

Cuota de mercado: Es el porcentaje que mantiene una empresa en las ventas de un producto o línea de productos en particular (o servicios), con relación de las ventas totales del mismo en el mercado dentro del cual se desenvuelve, pudiendo ser un territorio local específico o global como puede ser a nivel nacional o internacional, analizando un periodo concreto de tiempo (Software del Sol, 2020).

Económicas: del reciclaje, se obtiene materias primas utilizadas por fábricas e industrias, de no existir este proceso la materia prima debería ser importada con las consiguientes salidas de divisas del país (Erazo Lorena, 2012).

Lavado en caliente: es muy importante este proceso ya que los plásticos vienen con post consumo. El PET es triturado y lavado a una temperatura de 95° y elimina la contaminación difícil de separar, se utiliza detergente líquido y solvente de baja espuma, luego del este proceso la botella repone sus componentes. (Paz

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

(Maria, 2016)

Logística: contempla la recolección, recepción, almacenamiento, carga de línea y descarga, gestiona el cronograma de los puntos de recolección de forma semanal, en función de volumen de zona de recolección.

Material PET: Conocido por sus siglas en inglés, el Polietileno Tereftalato es una variedad de plástico empleado para envases y botellas de alimentos, tales como bebidas gaseosas, aceite, y agua; y su material es 100% reciclable (Buenos Aires ciudad, 2014).

Plástico neutral o neutro: se considera más “seguro” y en la escala de los tipos de plásticos se lo encuentra con el número 5 dentro del triángulo, siendo este el “Polipropileno (PP)”, que es un “polímero termoplástico” que forma parte del grupo de poliolefinas, cristalino; por lo cual es el segundo plástico más empleado al no contener tóxicos dentro de su composición y ser seguro para el uso en la industria alimentaria y de bebidas, resistente a temperaturas altas (150°), de igual manera posee una alta resistencia química, y a cambios súbitos de temperatura (Olarte Federico, 2021).

Poliolefinas: Las poliolefinas termoplásticas (TPO), es un compuesto empleado en varios sectores como “la automoción y la impermeabilización”. Es un tipo de plástico que puede ser duro o flexible de acuerdo a las proporciones empleadas en su fabricación (Aristegui M, 2022).

Producción: desde el ingreso del material a la línea de tratamiento hasta la obtención del producto, se desarrolla en base a una planificación hecha por un analista que clasifica por diseño, capacidad y volumen.

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

2.1. Plan de negocio

Arca Continental-The Coca Cola Company, es una empresa que produce gaseosa desde 1886 por el farmacéutico John Stith Pemberton, dedicada a distribuir bebidas con el interés de la fabricación de gaseosas y productos no carbonatados como son: agua, jugos, te, hidratantes, jarabes y energizantes de bebidas no alcohólicas. Por lo que hoy en día es una de las embotelladoras más grande del mundo **Arca Continental, Coca Cola** está comprometida en la actualidad con programas de educación, salud, bienestar, medio ambiente y diversidad. Coca Cola tiene como meta llegar a todos los rincones; es decir, donde haya oportunidad de consumo para de esta manera ser socios comerciales con los detallistas y brindar un buen servicio a los consumidores finales.

La organización busca de manera sustentable y rentable ganar participación con formatos retornables en todas las marcas y presentaciones, de esta manera obtendrá mayores ingresos al no gastar en material descartable o PET. De esta forma se busca hacer una concientización a las personas por medio de varios canales, vías que se puedan informar tales como: vallas informativas, redes sociales y dar a conocer que causas y daños se puede ocasionar. Es de forma masiva la comunicación a los consumidores para que dejen de utilizar productos descartables y puedan consumir formatos retornables que no perjudican el medio ambiente y son más rentables para la organización.

VISION

Ser líder en todas las ocasiones de consumo de bebidas y alimentos en los mercados donde se participa, de forma rentable y sustentable.

MISION

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

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

VALORES

- **Desarrollo integral del capital humano:**

Fomentar un ambiente de alta motivación, productividad y reconocimiento que los impulsa hacia el éxito.

- **Orientación al cliente y vocación de servicio:**

Comprometerse a atender las necesidades de los clientes y consumidores, impulsados por la vocación y el deseo permanente de satisfacer y superar sus expectativas, ofreciendo un servicio de excelencia.

- **Integridad sustentada en respeto y justicia:**

Mantener un compromiso permanente con la verdad. Se actúa en consecuencia siendo congruente entre lo que se hace, se piensa y se dice.

- **Sustentabilidad y responsabilidad social:**

Se está profundamente convencido del papel que se juega en la transformación del entorno.

- **Calidad en productos**

Se está comprometido en buscar la calidad en cada producto que sale a los puntos de ventas y se derivan a los consumidores finales.

OBJETIVOS GENERAL

Impulsar el incremento de la rentabilidad mediante estrategias de marketing hacia la concientización del medio ambiente.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Aumentar la cobertura haciendo introducción de envase masiva en un 40% al finalizar el año 2023.
- Lograr satisfacer al cliente mínimo en un 90%
- Fidelizar al cliente como mínimo al 60% al finalizar el año 2023
- Incrementar la rentabilidad y ganancias totales en un 50% al finalizar el año 2023
- Determinar el formato que identifique al sector sur de la ciudad de Guayaquil para mediados del año 2023

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

2.2. Modelo Lienzo Canvas - ARCA CONTINENTAL

Tabla 2
Modelo Lienzo Canvas

Aliados Clave Proveedores de materia prima Entidades Financieras y Bancarias Empresas auspiciantes Proveedores de azúcar	Actividades Clave Contar con stock Hacer encuestas sobre los envases Manejo de inventario Logística de entrega oportuna	Propuesta de Valor ARCA CONTINENTAL ofrece y distribuye sus productos embotellados, fabricados en diferentes presentaciones a nivel mundial, como son Bebidas Gaseosas, Jugos, Hidratantes, Aguas; que están elaborados en Ecuador con la Certificación FSSC22000 y la Norma ISO 14001:2004; para satisfacer el gusto del cliente, con la finalidad de crear conciencia ambiental al consumirlos, distinguen así mismo la etiqueta que indica la guía de alimentación.	Relación con el Cliente Visita personalizada cada semana Incentivo por llegar a un volumen asignado de ventas Tener comunicación efectiva con promociones.	Segmentos de Clientes Hombres y mujeres Niños, jóvenes y adultos Ubicado en la ciudad de Guayaquil Nivel socio económico bajo, medio, alto
	Recursos Clave Camiones Bodegas Botellas de vidrio Estibadores		Canales Redes sociales Tik tok Whatsaap Vallas publicitarias Correos electrónicos Propaganda por radio y televisión Material P.O. P	
Estructura de Costes Pago de sueldos de empleados Pago de materia prima Pago de propagandas publicitarias Pago de impuestos		Estructura de Ingreso Comercialización de bebidas Promociones Tener una cartera de clientes pre-seleccionada Usar Crédito fijo en base un monto de venta (Créditos Fatens) Usar créditos masivos para generar volumen Aceptación de cheques		

Fuente: propia.
Elaborado por: Erick Chila

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

2.3. Propuesta de valor

El grupo **ARCA CONTINENTAL**, proyectado a mejorar el medio ambiente, busca alternativas para el consumo de sus productos varios, se rige por las normativas y certificados debidamente aprobados para su producción, creando concientización comunitaria. Se plantea aplicar un prospecto de consumo, clasificando de manera equitativa la elaboración del producto de acuerdo a la información nutricional de cada bebida.

- **Segmento de cliente**

Direccionada la propuesta de valor a hombres y mujeres enfocados a todas las personas con diferentes clases sociales; es decir bajas, media y alta, debido a que sus valores están al alcance de todo bolsillo. Dichas personas son de todas las edades, ubicadas principalmente en la ciudad de Guayaquil.

- **Canales de comunicación**

Se socializa e impulsa la venta de formatos retornables a través de medios comunicativos tales cuales: WhatsApp, Tik Tok, vallas publicitarias, televisión, radio; material publicitario P.O.P, difusión por e-mail; como también a través de las diferentes redes sociales. Expandiendo sus aportes medioambientales con la finalidad de crear la concientización a los consumidores.

- **Relación con el cliente**

Es una clave importante para poder fidelizar y convertirlo en un aliado comercial para la empresa, mantenerlo en todo momento incentivado a nuestra marca. Es muy importante darle a conocer las diferentes promociones específicas, poder de convencimiento rentable hacia el producto que vaya relacionada con la segmentación de cliente a través de volumen de compra, para esta manera el cliente se siente siempre comprometido, satisfecho con la marca.

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

- **Estructura de ingreso**

ARCA CONTINENTAL, posee una fuente de ingreso como es la comercialización del producto, llevando a cabo las promociones de manera publicitarias o / a través de sus fieles consumidores; contando con una cartera seleccionada de detallistas, un punto de venta tradicional o mayorista. Ofrece un crédito FATENS donde se otorga a los clientes/detallistas un crédito fijo estipulado para ocho días por un monto de compra de USD\$150.00 dólares, pasado este tiempo la compañía le da siete días de gracia para cancelar y sea renovado su crédito, de lo contrario pierde el beneficio que le otorgó ARCA CONTINENTAL.

Otro aporte que brinda la compañía es el crédito masivo para generar volumen que se presenta cuando es otorgada a través del vendedor por el histórico de compra de cada cliente con ingresos bajo y la empresa le propone este crédito que puede ser de USD\$50,00 dólares y USD\$100,00 dólares, para mejorar su equilibrio de ventas. Otra alternativa es la aceptación de pago con cheque, se lleva de manera directa con el departamento de créditos y cobranzas.

- **Recursos claves**

Se encuentran los camiones para distribuir los productos, bodegas para almacenar todo lo que llega, contar con un stock adecuado y oportuno. Por otro lado; se cuenta estratégicamente con materia prima para la fabricación oportuna de botellas de vidrio.

- **Actividades claves**

Se debe tomar en cuenta que es necesario de contar con un stock adecuado, realizar encuestas en un tiempo determinado sobre envases para que el cliente cuente con esta herramienta y hacer el llenado de los envases oportunamente. Contar con la logística adecuada para tener entregas a tiempo y oportunas.

- **Aliados claves**

Entre los aliados claves se encuentran los proveedores de materia prima, entidades financieras y bancarias; empresas auspiciantes; siendo estos aliados una puerta abierta a oportunidades de cimentar las bases de producción a través de su estudio de mercado, donde realizan el análisis de capital para conceder un crédito en

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

base a un proyecto de beneficio comunitario y de preservación del medio ambiente.

Estructura de costes

ARCA CONTINENTAL, tiene establecido su estructura de costes en base a sus gastos fijos, divididos en áreas: Administrativas y de Planta (sueldos del personal); Producción (materia prima); Marketing y Publicidad (propagandas publicitarias, difusión virtual); Financiera (impuestos). Cada uno de estos espacios están proyectados a fortalecer la estructura empresarial.

2.4. Estrategia genérica (liderazgo de costo)

A través de los años Coca Cola posee un portafolio de producto muy amplio que está diseñado para toda ocasión, se ha caracterizado y diferenciado por la excelente calidad de servicio al cliente, por su buena aceptación de sus productos hacia los consumidores finales; es decir, siempre busca ser diferente ante los demás, no entra en guerras de precios al contrario tiene como objetivo innovar y buscar estrategias que mediante el área de marketing.

Coca Cola tiene un producto donde haya consumo; es decir, no es solo para un nicho de clientes, la estrategia es llegar a todas las personas de todas las edades y para todas las clases sociales, busca cada día establecer diferentes estrategias para ser diferenciados ante todos. Es una industria masiva del mercado. Tiene su Liderazgo y mantiene su costo para toda la industria.

2.5. Ventajas competitivas

ARCA CONTINENTAL, posee una producción de envases retornables, únicos en el mercado, que lo hacen menos competitivos con las diferentes marcas de bebidas gaseosas, lo que ayuda a la preservación del medio ambiente, porque conservan su color, sabor y presentación que lo hacen más accesible para su comercialización, empleando la teoría de mayor cantidad a menor precio para el consumidor final.

Lo que hace la diferencia de los envases en la conservación es que a pesar de los días de refrigeración mantiene el gusto agradable que activa el cuerpo como un energizante por algo mantiene su lema desde: **“1886 – Toma Coca-Cola”, “1939 – Quien quiera que seas, lo que sea que hagas, dondequiera que estés, cuando pienses en una bebida, piensa en una Coca-Cola bien fría”, “1969 – La chispa de**

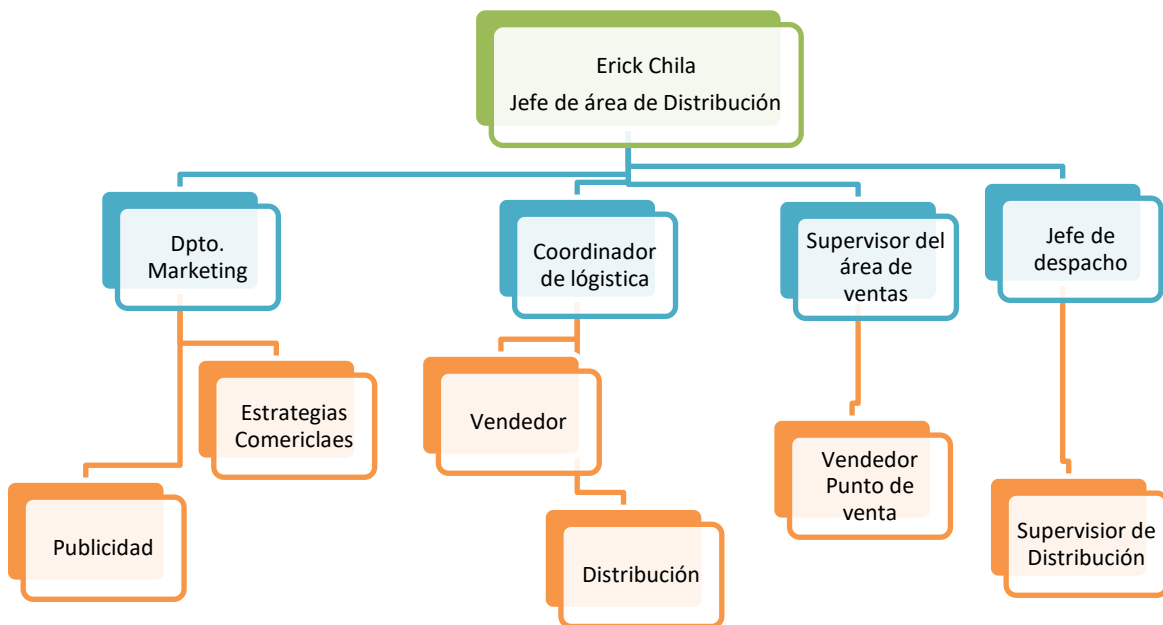
PLAN DE VENTAS Y CONCIENCIACIÓN SOBRE CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

la vida”, “1942 – La única cosa como Coca Cola es Coca Cola”, “1990 – Es sentir de verdad”, “2009 – Destapa la felicidad”. (Carmelo Beltran, 2020)

Además de su exquisito sabor, uso y reutilización cuenta con un sistema de distribución que no se limita a los sectores, pues donde haya la oportunidad de consumo siempre estará presente ARCA CONTINENTAL con sus productos. El sistema se lo realiza mediante inspecciones y visitas periódicas a los puntos de ventas, verifica su producción junto con su almacenamiento, fecha de consumo, con la finalidad de garantizar un producto de buena calidad a los consumidores.

2.6. Área de Supervisión

Figura 3
Organigrama



Fuente: propia.
Elaborado por: Erick Chila

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

2.7. Plan de marketing sobre el proyecto

Contexto general del mercado

El análisis que realiza la empresa tanto externo e interno dispone de recursos y capacidades productivas, calidad objetiva de los productos, imagen dentro del mercado, recursos financieros y humanos, experiencia, la capacidad organizativa, (interno). La información que se proporciona de los aspectos más cercanos y de los detallistas, competidores e intermediarios (vendedores ambulantes, (externo). Una vez obtenidos estos datos la empresa tendrá las condiciones necesarias para planificar, implementar, evaluar y controlar, determinando amenazas, fortalezas, oportunidades y debilidades (DOFA)

El Marketing distingue fases diferenciales, sucesivas que resulta del análisis del macro y micro entorno que favorece como se indica la toma de decisiones para determinar estrategias, acciones, el control necesario y dinámico de las actividades que la empresa planifica, proyecta y ejecuta según sea su información que extrae, evalúa, analiza, reúne y distribuye.

Figura No. 4
Análisis de Marketing



Fuente: adaptado de Arca Continental.
Elaborado por: Erick Chila

La actualización de las ventas diarias nos permite evaluar en tiempo real como

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

el producto está rotando es una tienda, analizar datos obtenidos de la información primaria que es proporcionada por el detallista conociendo el ambiente en el cual se desarrolla y se mueve el producto, así mismo se estudia el impacto en el medio ambiente lo que poco a poco se va concientizando a la persona de la utilización, responsabilidad sobre lo que consumen.

Perfil del cliente

Los negocios no estarán en el negocio si no se acomodan a los consumidores", dijo Pérez, una representante de Coca-Cola en Davos, Suiza.

"A medida que cambiamos nuestra infraestructura de embotellado, pasamos al reciclaje e innovamos, también tenemos que mostrar al consumidor cuáles son las oportunidades. Cambiarán con nosotros", dijo Bea Pérez.

El objetivo a largo plazo de Coca-Cola es que todos sus empaques estén hechos de al menos 50% de material reciclado para 2030 y recolectar o reciclar una botella o lata para cada uno que venda en ese período de tiempo, de acuerdo con Business Insider.

"Independientemente de su procedencia, queremos que cada paquete tenga más de una vida", dijo anteriormente el CEO de la compañía, James Quincey, en un comunicado a la prensa sobre su misión de sostenibilidad (Forbes Staff, 2020)

"Arca Continental es un gran aliado y un socio que ha destacado durante sus más de 91 años de operación por adelantarse consistentemente a las necesidades del mercado, compartiendo la cultura, calidad y todas las políticas de gestión y excelencia que nos distinguen a nivel mundial", comenta a través de un correo electrónico Manuel Arroyo, presidente de Coca-Cola México (Sheila Sánchez, 2018).

El cliente con visión para este proyecto es el que se adapta al portafolio de los diversos productos innovados según los gustos de cada sitio donde se distribuyen en los distintos canales de punto de venta como son: las tiendas del barrio, los mini supermercados, los supermercados, las farmacias, unidades educativas y de salud.

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

Marketing mix

Estrategia de Producto: características del producto

Se hace necesario definir la comercialización en cuanto a la entrega, creando una ventaja competitiva basada en beneficios que puntualizan los clientes y medio ambiente, así como la cobertura en el mercado, estar más cerca de los detallistas y pendiente de sus requerimientos, cuidando que la competencia no entre con otras oportunidades más convenientes.

Antes de elaborar o fabricar un producto se debe plantear las incógnitas que dan la probabilidad que sea positivo para continuar o negativo para mejorar, es basarse en las prioridades, los gustos, sabores. Mostrar la experiencia en la gestión de los recursos tanto del producto como en lo tecnológico, esto es una de las ventajas de ARCA CONTINENTAL-COCA COLA el manejo seguro de los gustos y preferencias de los clientes.

Así como invierte gana a nivel mundial por su marca reconocida, mantiene su logotipo y el envasado que atrae a posibles consumidores, la alta tecnología de la materia prima utilizada para la fabricación de las bebidas garantiza sea un producto de calidad que emplea para la distribución. Siendo el diseño un elemento que pueda ser visto tanto físico como virtual, en una tienda como en lámina de un restaurant.

Las características del producto fabricado son: Botella plástica, resistente retornable en diferentes presentaciones, dirigida a un público selecto clasificado por edades. Diferentes capacidades de contenido.

Estrategia de Precio

La finalidad de esta estrategia es marcar un punto de diferencia ante la comercialización de otras marcas de competencia, diversificar el precio según la geografía o mapeo de ventas, es importante considerar que la economía del país tiene un desbalance que se consolidó luego de la pandemia. Los puntos de ventas/detallistas expanden las capacidades productivas de la marca; es decir su distribución.

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

La fabricación para introducir el nuevo producto al mercado sería de acuerdo a la capacidad del contenido, por ejemplo, 125cc tendría un costo de USD\$0.25 centavos de dólares, valor que pueden los padres proporcionar para que inicien su consumo; tener a este grupo dentro geografía de consumidor final sería una alternativa para que costo justificado a mayor demanda, mayor volumen de venta. Se podría como promoción una calcomanía de Superhéroes.



infantes de la sea agregar

Se considera que cualquier producto fija su precio orientado a los gastos operacionales, la percepción del cliente como consumidor, y sea socializado como también pueda ser un precio opcional, esto es según el comportamiento de la competencia, bajar y luego de enganchar elevar o promediar paulatinamente su precio hasta posesionarse en el mercado.

Estrategia de Distribución:

Una forma de distribuir el producto estaría dada de acuerdo a la zona, al punto de venta, de manera directa e indirecta; y de forma local en los establecimientos de diversión, educativos y de salud (hospitales o farmacias); en buques, así también una alternativa sería mediante vendedores ambulantes, triciclos, hieleras o tanques de refrigeración donde se contraria personal y el lugar donde se necesite para que lleve a cabo esta actividad, llegar donde se requiera refrescar el alma.

Otra alternativa sería retornar a las presentaciones antiguas de repartición como un atractivo turístico que tendría gran acogida, ubicarlas donde no haya una tienda o punto de venta cerca, de lo moderno a lo histórico tradicional. Un sitio sería el Malecón del Salado o Malecón 2000.

Estrategia de Promoción

Aun cuando la firma de por si vende sola, se crean alternativas de promociones para dar a conocer las mejoras en cuanto al sabor, presentación y diseños como el que se plantea distinguir por edad de consumidor, muy aparte de los colores de las tapas que identifican la zona de puntos de ventas y de acuerdo a ello su P.V.P.

Con respecto al nuevo producto de la propuesta una estrategia de promoción sería obsequiar un llavero, porta papel, porta notas, cartucheras, afiches a consumidor

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

final y a los detallistas un recuerdo de la firma; toman las correspondientes seguridades para el que producto continúe siendo no una alternativa sino la prioridad en los hogares ecuatorianos y a nivel mundial a pesar de las diferentes competencias.

El fijar otras rutas alternas para llegar al consumidor que es quien da vida al producto a través de su consumo, las campañas promocionales aumentan la concienciación y fidelidad de la marca, se actúa de acuerdo a las estrategias de entrada donde se deja que el cliente sea quien lo compre sin mayor complicaciones ni duda; es decir que se venda y promocióne solo, mostrar la imagen que concuerde con lo que percibe el cliente para tentar lo pruebe.

Estrategia de Personas

A través de esta estrategia se puede emplear procesos consolidados para la marca a través de redes sociales como una herramienta de gran utilidad, pues la tecnología optimiza la integración para dar a conocer un producto por medio de contenido de videos, cabe recalcar que un cliente satisfecho es una prioridad que permite optar por nuevas iniciativas para asegurarse que su cliente queda conforme.

En lo profesional el adquirir habilidades con mayor rapidez garantiza aprender nuevos métodos para un mejor desempeño con un proceso en el entorno actual, el énfasis a las iniciativas que fomentan el cuidado del medio ambiente, el bienestar y la salud de las personas, implementar programas relacionados con la práctica de una buena alimentación, hacer deportes, principalmente tener un equilibrio emocional.

Los aspectos humanos forman parte de los valores que transmiten a los trabajadores a través de la marca, las interacciones con los clientes simplifican las relaciones entre cliente y empleador, sin mayor énfasis llevan buenas prácticas entre vendedor, detallistas, consumidor final, lo que ayudara resolver algún inconveniente en caso de problema o desacuerdos.

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

Proceso

Implementar un sistema de concientización ambiental hacia factores externos de exposición con los aspectos medioambientales a través del manejo de la forma correcta de reciclar, cuidando los diseños fabricados, empaques biodegradables, acompañado de una excelente distribución y publicidad en la que se da a conocer al producto de una manera amigable.

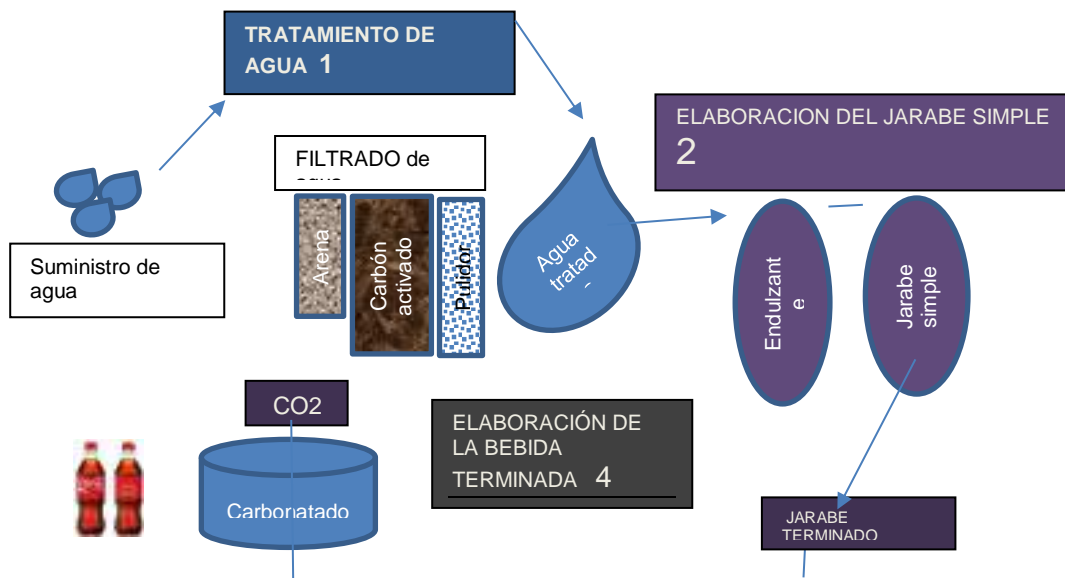
El proceso de elaboración del producto lleva secuencia de etapas: obtención del agua, luego de minucioso tratamiento de purificación es mezclado azúcares para obtener el jarabe que es enfriado y nuevamente se lo mezcla con preservantes concentrados, agua y CO2 para ser embotellado en recipiente debidamente tratado, luego empacado y paletizado para su correspondiente bodega y distribución.



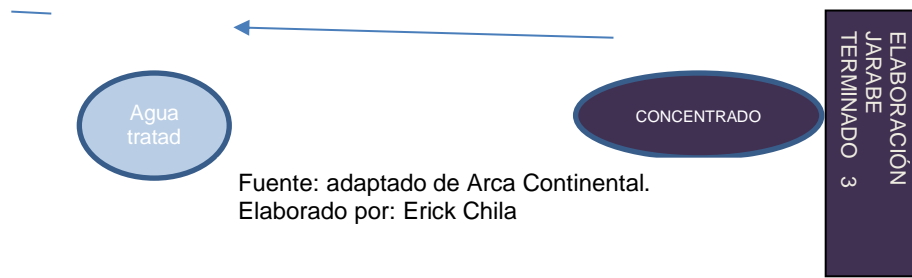
una
un
con
un

Figura No. 5

Proceso de elaboración del producto



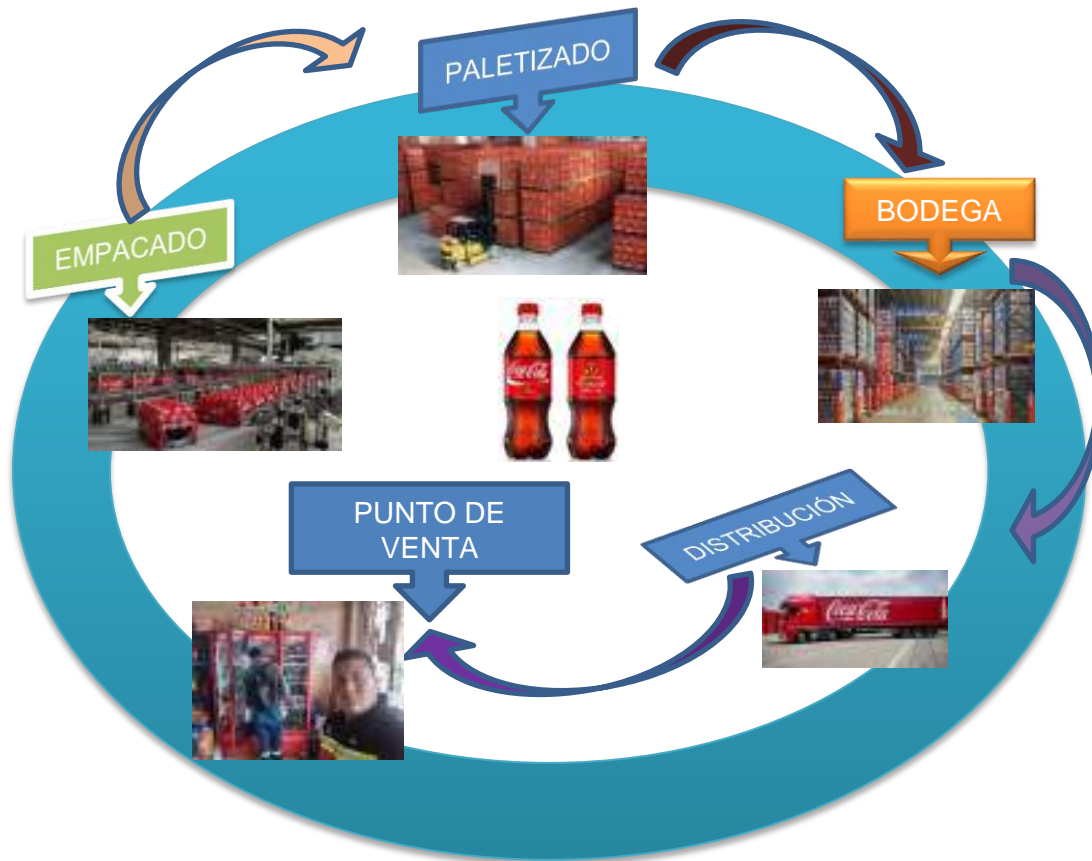
PLAN DE VENTAS Y CONCIENTIZACIÓN SOBRE CONSUMO DE FORMATOS RETORNABLES QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE AL MEDIO AMBIENTE PARA LA EMPRESA ARCA CONTINENTAL, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.



Fuente: adaptado de Arca Continental.
Elaborado por: Erick Chila

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

Figura No. 6
Proceso de Empacado Distribución



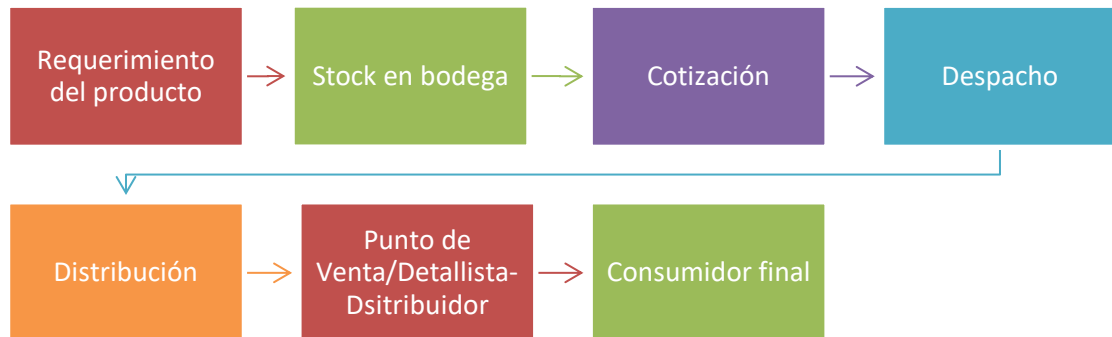
Fuente: adaptado de Arca Continental.
Elaborado por: Erick Chila

Se debe considerar que a través del tiempo dado para conocer el producto nuevo en el mercado puede surgir debilidades (capital, recurso humano, control) que no permitirán avanzar, volviéndose una desventaja, por tal motivo las capacitaciones al personal es una herramienta importante.

Un agente vendedor se acerca a un detallista exponiendo al producto como mucha inquietud para despertar el interés en adquirirlo y a su vez que llegue al consumidor final, esto es hacer una gestión de manera espontánea, segura y confiable que tiene como resultado el posicionamiento no solo de la marca sino de la persona quien ha llevado a cabo con inteligencia, mesura y confianza su trabajo centrado al cliente clave.

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

Figura No. 7
Ciclo de un Proceso



Fuente: adaptado de Arca Continental.
Elaborado por: Erick Chila

Los procesos de pagos tuvieron grandes inconvenientes a causa de la llegada de la pandemia del COVID19 que modificó todo lo relacionado a la vida comercial, financiera, social y personal; se creó una nueva forma de aplicación más permanente como es el trabajo virtual, pagos de código QR, aun así, el producto no se podía distribuir porque las pérdidas son aún grandes, recuperar la inversión del tiempo es casi eterna.

2.8. Estrategia de Evidencia Física

A través de las evaluaciones periódicas y trimestrales se obtiene las percepciones de los productos elaborados como parte clave de esta estrategia que involucra los aspectos físicos, de la información de los detallistas hacia el consumidor final, generando la interacción del ecosistema empresarial y la socialización del personal.

El diseño y la creación son aspectos importantes, parten de una planificación para ofrecer un buen servicio, tanto al detallista y a su vez al consumidor final, quien demanda la fabricación de un producto que ha ganado por sí solo su propio récord de venta. Para conocer a que presentación será despachada, distribuida, ofrecida, se agregará una leyenda indicando PARA INFANTES; esto ayudará conocer mejor lo que ingiere, al mismo tiempo, la empresa da a sus clientes un buen producto, gana

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

rentabilidad, cuida del medio ambiente.

Figura No. 8
Presentación Del Producto



Fuente: (Jordi Jaumá, 2019).
Elaborado por: Erick Chila

Figura No. 9
Presentación de marca



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

Fuente: (Amazon Web, s.f.)
Elaborado por: Erick Chila

Figura No. 10
Promoción de marca



Fuente: (Markando, s.f.)
Elaborado por: Erick Chila

Figura No. 11
Accesorio De Promoción



Fuente: (Markando, s.f.)
Elaborado por: Erick Chila

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

2.9. Plan de Acción

Tabla No. 3
Aumentar cobertura

Aumentar la cobertura haciendo introducción de envase masivo en un 40% al finalizar el año 2023.						
Medios (Estrategias) ¿Cómo?	RESULTADO ESPERADO ¿Porqué o para qué?	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTION ¿Cómo vamos a medir?
			INICIO	FIN		
Elaborar una nueva imagen para el envase.	Diferenciar el producto	Departamento de Marketing	Enero 15	Febrero 15	Inversión, envases, empaques.	Numero de envases retornables vendidos / Ganancias vendidos.
Diseñar un nuevo producto	Incrementar las ventas	Departamento de Publicidad	Febrero 02	Marzo 05	Financiero	Observación de las necesidades del punto de venta
Determinar el costo del producto	Fijar la participación en los puntos de ventas	Dpto. Estrategias comerciales	Marzo 29	Abril 05	Financiero	Encuesta a los detallistas sobre el nuevo producto
Asignar el precio	Brindar alternativas al detallista/ consumidor	Dpto. Estrategias comerciales	Abril 15	Abril 30	Financiero	Revisión de porcentajes materia prima
Establecer un punto de venta para la promoción del nuevo producto	Incrementar las ventas	Coordinador de logística	Mayo 05	Junio 30	Personal	Analizar situación de la zona de promoción.

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

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

Tabla No. 4
Satisfacer al cliente

Lograr satisfacer al cliente mínimo en un 90%						
Medios (Estrategias) ¿Cómo?	RESULTADO ESPERADO ¿Porqué o para qué?	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTION ¿Cómo vamos a medir?
			INICIO	FIN		
Identificar los canales con los que se cuenta	Revisar la base de datos	Logística y Producción	Abril 01	Abril 15	Dpto. de comercialización	Control de Inventario
Establecer canales de distribución	Mantener un stock suficiente	Dpto. Ventas y Bodega	Marzo 05	Marzo 30	Dpto. de Distribución	Establecer el procedimiento a seguir
Distribución de los productos	Impulsar la rotación del producto	Publicidad	Abril 08	Abril 15	Vendedores externos	Porcentaje de alcance del producto
Control de flujo de información de los detallistas	Garantizar la rentabilidad en las ventas	Marketing	Abril 01	Marzo 30	Dpto. de Estrategia Comercial	Detalle del proceso de la distribución
Fidelizar a los detallistas que manejen la línea del producto	Fortalecer la imagen del producto	Dpto. de Ventas	Enero 15	Enero 30	Espacio físico de la zona.	Porcentaje de clientes fidelizados

Fuente: propia.
Elaborado por: Erick Chila

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

Tabla No. 5
Fidelizar al cliente

Buscar fidelizar al cliente como mínimo al 60% al finalizar el año 2023						
Medios (Estrategias) ¿Cómo?	RESULTADO ESPERADO ¿Porqué o para qué?	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTION ¿Cómo vamos a medir?
			INICIO	FIN		
Marketing de la presentación PET	Fijar la rotación del producto	Marketing / Gerencia	Febrero 01	Marzo 03	Campañas y Promociones	Mejoramiento en la forma de reciclar las botellas
Diferenciar el punto de venta	Brindar al consumidor final un servicio oportuno	Dpto Comercial	Febrero 05	Febrero 28	Plan Siglo XX1 y Titan (pintura en fachada)	Establecer los procedimientos con actividades
Realizar visitas bimensuales al punto de venta	Identificar el producto disponible en los equipos de frio y al ambiente	Dpto. Marketing	Marzo 02	Mayo 05	Mantenimiento a los equipos de frio	Evaluación estadística de publicidad y marketing de acuerdo a servicio sería de 1 mes o cada 3 meses
Satisfacer las necesidades del detallista	Fidelizar sus ventas con el producto	Publicidad y Marketing	Marzo 15	Marzo 30	Proveer de pancartas publicitarias	Espacios físicos
Implementar una promoción para el cliente con un record de compra en el año.	Conocer el stock en el punto de venta	Dpto.Comercial	Abril 03	Abril 20	Campañas y promociones	Análisis de los procesos de compra

Fuente: propia.
Elaborado por: Erick Chila

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

Tabla No. 6
Rentabilidad y Ganancias

Incrementar el retorno y ganancias totales en un 50% al finalizar el año 2023						
Medios (Estrategias) ¿Cómo?	RESULTADO ESPERADO ¿Porqué o para qué?	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTION ¿Cómo vamos a medir?
			INICIO	FIN		
Implementar Publicidad sobre el manejo de los desechos (descartable)	Concientización sobre los envases retornables y su reutilización	Marketing	Abril 01	Abril 30	Dpto de Mercadeo	Implementar un plan de gestión integral para los desechos
Impulsar la comunicación sobre el producto retornable	Impulsar la rentabilidad de los productos	Mercadeo	Marzo 05	Marzo 30	Comercialización	Encuesta – Mercadeo
Identificar competitividad ante el producto retornable	Mayor participación del portafolio de los productos en el punto de venta.	Mercadeo	Abril 03	Abril 15	Dpto. de Distribución	Evaluar las posibles acciones para la recuperación de los desechos solidos
Ventaja de la publicidad sobre el cuidado del medio ambiente	Concientizar al consumidor.	Publicidad	Mayo 01	Mayo 30	Dpto. de Medio Ambiente	Porcentaje de alcance del producto
Investigar la rotación del producto por sectores	Fidelizar al cliente	Mercadeo	Marzo 15	Mayo 30	Comercialización	Conocer los aspectos relacionados con la fuente de recolección

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

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

Tabla No. 7
Identificar el sector

Determinar el formato que identifique al sector sur de la ciudad de Guayaquil para mediados del año 2023						
Medios (Estrategias) ¿Cómo?	RESULTADO ESPERADO ¿Porqué o para qué?	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTION ¿Cómo vamos a medir?
			INICIO	FIN		
Implementar la Publicidad, Comunicación	Acogida del producto	Marketing-	Marzo 01	Abril 30	Web- redes sociales, e-mail, Telefonía-	Conocer los aspectos relacionados con el manejo de la publicidad
Posicionar el nicho de mercado	Brindar un servicio oportuno y adecuado	Dpto. de Mercadeo	Febrero 05	Marzo 30	Dpto. Comercial y Marketing	Encuesta de satisfacción
Definir la publicidad informativa	Acogida del producto	Dpto. de Publicidad y Marketing	Abril 03	Abril 15	Medios virtuales	Establecer alternativas óptimas para los detallistas
Establecer relaciones con el detallista	Fidelizar al cliente	Dpto. Comercial	Mayo 01	Mayo 30	Comercialización	Porcentaje de satisfacción del cliente
Realizar visitas técnicas	Concientizar al cliente	Dpto Logística	Abril 15	Mayo 15	Personal	Investigar la zona de distribución

Fuente: propia.
Elaborado por: Erick Chila

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

3.1. Proyecto de inversión.

En este proyecto de inversión se realizará un análisis cuantitativo de factibilidad económica sobre la inversión, es decir; que se verificara que los flujos de ingresos producto del accionar comercial son superiores, aun siendo traído a valor presente, que la inversión total.

3.2. Supuestos.

Dentro del marco razonable se ha decidido optar por un proyecto que se basa en los siguientes supuestos.

Tabla No. 8
Supuestos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflación proyectada		5%	5%	5%	5%
Salarios básicos proyectados	\$450,00	\$475,00	\$500,00	\$525,00	\$550,00
Incremento anual de sueldos		15%	15%	15%	15%
Comportamiento de la demanda esperada		1%	1%	1%	1%
Comportamiento de los gastos		30%	30%	30%	30%

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

El salario básico unificado crece a 25 dólares al año. El sueldo de los trabajadores anualmente crece en un 15%, a excepción de los que posean salario básico unificado; es decir, jefes de planta, administrativos y financieros. Se espera que la demanda crezca a 1% al mes, lo que significaría que crece al 12% anual. Los gastos por temas de mantenernos dentro de una expectativa razonable y cuidadosa de cualquier inconveniente crecerán al 30% anual.

En la Tabla no. 8, los Supuestos están basados en el cálculo promedio sobre el SBU, demanda de productos, los gastos generales de la empresa; marcando la pauta de los porcentajes, parte de una inflación que genera incremento tanto en los productos como en el área socioeconómica. Se estima el incremento gradual según el comportamiento que generan las ventas anualmente.

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

3.3. Inversión.

En este apartado se detallará la inversión en activos fijos.

Tabla No. 9

Inversión

TIPO DE ACTIVO	N	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
1. ACTIVO CORRIENTE	1	\$35.000,00	\$35.000,00		
2. OTROS ACTIVOS	1	\$20.000,00	\$20.000,00		
EQUIPOS DE CÓMPUTO	2	\$3.200,00	\$6.400,00	5	\$1.280,00
EQUIPOS DE CÓMPUTO	3	\$598,00	\$1.794,00	5	\$358,80
EQUIPOS DE CÓMPUTO	3	\$338,00	\$1.014,00	5	\$202,80
MUEBLES & ENSERES	4	\$70,00	\$1.352,00	5	\$270,40
MUEBLES & ENSERES	5	\$125,00	\$625,00	5	\$125,00
MUEBLES & ENSERES	2	\$300,00	\$600,00	5	\$120,00
MUEBLES & ENSERES	2	\$160,00	\$320,00	5	\$64,00
MUEBLES & ENSERES	2	\$160,00	\$320,00	5	\$64,00
MUEBLES & ENSERES	1	\$200,00	\$200,00	5	\$40,00
MUEBLES & ENSERES	4	\$600,00	\$2.400,00	5	\$480,00
MUEBLES & ENSERES	3	\$400,00	\$1.200,00	5	\$240,00
MUEBLES & ENSERES	3	\$500,00	\$1.500,00	5	\$300,00
MAQUINARIA	2	\$5.000,00	\$10.000,00	15	\$666,67
MAQUINARIA	2	\$10.000,00	\$20.000,00	15	\$1.333,33
MAQUINARIA	2	\$2.000,00	\$4.000,00	15	\$266,67
MAQUINARIA	2	\$7.000,00	\$14.000,00	15	\$933,33
MAQUINARIA	2	\$1.000,00	\$2.000,00	15	\$133,33
MAQUINARIA	3	\$90,00	\$270,00	15	\$18,00
VEHICULO	2	\$90.990,00	\$181.980,00	15	
TOTAL			\$304.975,00		\$6.896,33

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

La inversión total fluctúa en USD\$304.975 dólares, con una deprecación anual de USD\$6.896,33 dólares. Fue necesario comprar maquinaria, pues el equipo actual para las botellas reciclables de Coca Cola necesita por lo menos el doble de estos equipos para la demanda proyectada.

Además, a causa por el aumento de la demanda por envases reciclables para esta bebida, son necesario dos vehículos más. Para realizar la campaña de concientización se debe aumentar el departamento administrativo y financiero, para la publicidad, etc., por tanto, es necesario comprar equipos de cómputos y muebles.

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

Tabla No. 10
Financiamiento.

Financiamiento	Valor	%
Aportes propios	\$182.985,00	60%
Aportes de terceros (Bancos)	\$121.990,00	40%

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

El 60% de la inversión; es decir, USD\$182.985 dólares, son obtenidos por aportes propios. El 40 % por aportes a terceros, través de financiamiento bancario.

La tabla de financiamiento muestra que la empresa está siendo inyectada con aportes de los accionistas sobre la base de capitalización, el otro tanto por ciento adquirido a través de préstamos con refinanciamiento, con la finalidad que la compañía se mantenga estable y pueda cubrir los gastos que se generen, sean estos administrativos, de producción o financieros.

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

3.4. Sueldos y salarios

En este apartado se detalla los sueldos y salarios de los trabajadores, así como todos los derechos por ley.

Tabla No. 11

Sueldo y salarios mensual año 1

Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 11,15%	Total
Administrador	\$1.500,00	\$125,00	\$37,50		\$167,25	\$1.829,75
Contador	\$1.000,00	\$83,33	\$37,50		\$111,50	\$1.232,33
Asistente	\$450,00	\$37,50	\$37,50		\$50,18	\$575,18
Operario 1	\$450,00	\$37,50	\$37,50		\$50,18	\$575,18
Operario 2	\$450,00	\$37,50	\$37,50		\$50,18	\$575,18
Jefe de planta	\$2.000,00	\$166,67	\$37,50		\$223,00	\$2.427,17
Total mensual	\$5.850,00	\$487,50	\$225,00		\$652,28	\$7.214,78

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

El décimo tercer sueldo se obtiene dividiendo el salario por los 12 meses del año, así mismo el décimo cuarto sueldo se obtiene dividiendo el salario básico para 12 meses. Los fondos de reserva no aplican en el primer año y el aporte patrimonial es 11.15 % del salario. El administrador y contador al ser profesionales cualificados se espera que ganen más de mil dólares al mes. El jefe de planta debe ser un ingeniero y por esa razón gana 2 mil dólares mensualmente. En cambio, los asistentes y operarios ganan el salario básico.

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

Tabla No. 12
Sueldo y salarios mensual año 2.

Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 11,15%	Total
Administrador	\$1.725,00	\$143,75	\$39,58	\$143,69	\$192,34	\$2.244,36
Contador	\$1.150,00	\$95,83	\$39,58	\$95,80	\$128,23	\$1.509,44
Asistente	\$475,00	\$39,58	\$39,58	\$39,57	\$52,96	\$646,70
Operario 1	\$475,00	\$39,58	\$39,58	\$39,57	\$52,96	\$646,70
Operario 2	\$475,00	\$39,58	\$39,58	\$39,57	\$52,96	\$646,70
Jefe de planta	\$2.300,00	\$191,67	\$39,58	\$191,59	\$256,45	\$2.979,29
Total mensual	\$6.600,00	\$550,00	\$237,50	\$549,78	\$735,90	\$8.673,18

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

Los salarios, como se han expuesto en el apartado de los supuestos, crecen a un 15 % anual. Solo en los casos en los que el salario es diferente de un salario básico unificado, por tanto, el contador pasa a ganar mil cientos cincuenta dólares mensuales, el administrador pasa a ganar mil setecientos veinticinco dólares mensualmente y el jefe de planta ganara dos mil trescientos dólares.

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

Tabla No. 13
Sueldo y salarios mensual año 3.

Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 11,15%	Total
Administrador	\$1.983,75	\$165,31	\$41,67	\$165,25	\$221,19	\$2.577,16
Contador	\$1.322,50	\$110,21	\$41,67	\$110,16	\$147,46	\$1.732,00
Asistente	\$500,00	\$41,67	\$41,67	\$41,65	\$55,75	\$680,73
Operario 1	\$500,00	\$41,67	\$41,67	\$41,65	\$55,75	\$680,73
Operario 2	\$500,00	\$41,67	\$41,67	\$41,65	\$55,75	\$680,73
Jefe de planta	\$2.645,00	\$220,42	\$41,67	\$220,33	\$294,92	\$3.422,33
Total mensual	\$7.451,25	\$620,94	\$250,00	\$620,69	\$830,81	\$9.773,69

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

Los salarios, como se han expuesto en el apartado de los supuestos, crecen a un 15 % anual. Solo en los casos en los que el salario es diferente de un salario básico unificado; por tanto, el contador pasa a ganar mil trescientos veintidós dólares mensuales, el administrador pasa a ganar mil novecientos ochenta y tres dólares mensualmente y el jefe de planta ganara dos mil seiscientos cuarenta y cinco dólares.

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

Tabla No. 14

Sueldo y salarios mensual año 4.

Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 11,15%	Total
Administrador	\$2.281,31	\$190,11	\$43,75	\$190,03	\$254,37	\$2.959,57
Contador	\$1.520,88	\$126,74	\$43,75	\$126,69	\$169,58	\$1.987,63
Asistente	\$525,00	\$43,75	\$43,75	\$43,73	\$58,54	\$714,77
Operario 1	\$525,00	\$43,75	\$43,75	\$43,73	\$58,54	\$714,77
Operario 2	\$525,00	\$43,75	\$43,75	\$43,73	\$58,54	\$714,77
Jefe de planta	\$3.041,75	\$253,48	\$43,75	\$253,38	\$339,16	\$3.931,51
Total mensual	\$8.418,94	\$701,58	\$262,50	\$701,30	\$938,71	\$11.023,02

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

En este caso el salario del administrador sobrepasa los dos mil dólares y el contador supera el salario inicial (año 1) del administrador; además, el salario del jefe de planta ahora es de tres mil dólares. El gasto salario mensual es de ocho mil dólares por toda la nómina.

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

Tabla No. 15
Sueldo y salarios mensual año 5.

Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 11,15%	Total
Administrador	\$2.623,51	\$218,63	\$45,83	\$218,54	\$292,52	\$3.399,03
Contador	\$1.749,01	\$145,75	\$45,83	\$145,69	\$195,01	\$2.281,30
Asistente	\$603,75	\$50,31	\$45,83	\$50,29	\$67,32	\$817,51
Operario 1	\$603,75	\$50,31	\$45,83	\$50,29	\$67,32	\$817,51
Operario 2	\$603,75	\$50,31	\$45,83	\$50,29	\$67,32	\$817,51
Jefe de planta	\$3.498,01	\$291,50	\$45,83	\$291,38	\$390,03	\$4.516,76
Total mensual	\$9.681,78	\$806,81	\$275,00	\$806,49	\$1.079,52	\$12.649,60

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

El contador pasa a ganar mil setecientos cuarenta y nueve dólares mensuales, el administrador pasa a ganar dos mil seiscientos veintitrés dólares mensualmente y el jefe de planta ganara tres mil cuatrocientos noventa y ocho dólares. El gasto mensual del salario es de nueve mil seiscientos ochenta y un dólares.

La varianza de los salarios está dada por la inflación que se presenta cada año; por lo tanto los sueldos de cada uno tendrán el aumento considerando la experiencia y los conocimientos a más del desempeño que presentan en cada fase laboral.

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

3.5. Productos o servicios.

En este apartado veremos las unidades vendidas anualmente.

Observamos 4 productos de Coca Cola con su respectiva venta.

Tabla No. 16
Productos o servicios.

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COCA COLA 2000 RP	1.028.967	916.109	864.670	1.016.943	1.208.694
COCA COLA 1250 RGB	514.479	458.066	432.368	508.515	604.409
COCA COLA 1000 RGB	955.025	1.314.485	1.505.669	1.770.823	2.104.749
COCA COLA 300 RGB	1.114.198	1.533.578	1.756.630	2.065.997	2.455.585
TOTAL	3.612.669	4.222.238	4.559.337	5.362.278	6.373.437

Fuente: propia.
Elaborado por: Erick Chila

En total se venderán en el primer año tres millones unidades y en el quinto seis millones unidades. Creciendo un promedio de 15 % anual. Lo cual es una cifra que no cubre las expectativas razonables de ventas.

La Coca Cola de 2000RP, tiende a incrementar sus unidades de venta según sea por captación de un nuevo punto de venta, remodelación de establecimientos, por el monto de compra, por promociones e instalar los activos de la compañía como los equipos de frío de acuerdo a un volumen de compra. En el mismo caso sucede con las otras presentaciones RGB de los productos expuestos en el cuadro que detalla los totales de ventas por millar.

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

3.6. Ventas.

En este apartado se detallará los precios y las ventas en dólares de los productos antes expuestos.

Tabla No. 17

Precios.

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COCA COLA 2000 RGB	\$2,50	\$2,63	\$2,76	\$2,89	\$3,04
COCA COLA 1250 RGB	\$1,50	\$1,58	\$1,65	\$1,74	\$1,82
COCA COLA 1000 RGB	\$1,00	\$1,05	\$1,10	\$1,16	\$1,22
COCA COLA 300 RGB	\$0,50	\$0,53	\$0,55	\$0,58	\$0,61

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

Las bebidas en el año 1 están al precio promedio del mercado. Lo cual está en función a los costos de producción de la industria que no es un margen de utilidad superior al del mercado.

El análisis para promediar el valor del producto hacia los puntos de venta está basado en la implementación de la materia prima, en la elaboración de los PETs, en diseño de etiqueta, y el plus de promoción.

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

Tabla No. 18
Ventas.

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COCA COLA 2000 RP	\$2.572.417,50	\$2.404.786,13	\$2.383.246,69	\$2.943.096,60	\$3.672.937,78
COCA COLA 1250 RGB	\$771.718,50	\$721.453,95	\$715.028,58	\$883.004,52	\$1.101.994,38
COCA COLA 1000 RGB	\$955.025,00	\$1.380.209,25	\$1.660.000,07	\$2.049.948,98	\$2.558.335,56
COCA COLA 300 RGB	\$557.099,00	\$805.128,45	\$968.342,29	\$1.195.824,89	\$1.492.389,46
TOTAL	\$4.856.260,00	\$5.311.577,78	\$5.726.617,63	\$7.071.874,98	\$8.825.657,18

Fuente: propia.
Elaborado por: Erick Chila

El primer año se tendrá unas ventas de 4 mil millones de dólares pues el volumen de ventas de estos productos está por los millones de unidades. Las ventas en dólares aumentaran en un 16 % anual en promedio. Que no es relevancia sobre el aumento del volumen de ventas en promedio.

Las cifras como es de entenderse están basadas en el monto de producción, costo de materia prima, promociones para llegar a un pvp unitario sobre el cual se estima un total de ventas, obteniendo una rentabilidad anual productiva, considerando que las presentaciones varían según la capacidad y composición.

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

3.7. Costos.

Tabla No. 19

Costo unitario.

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COCA COLA 2000 RP	\$1,91	\$2,01	\$2,11	\$2,21	\$2,32
COCA COLA 1250 RGB	\$1,43	\$1,51	\$1,58	\$1,66	\$1,74
COCA COLA 1000 RGB	\$0,96	\$1,00	\$1,05	\$1,11	\$1,16
COCA COLA 300 RGB	\$0,48	\$0,50	\$0,53	\$0,55	\$0,58

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

El margen de utilidad no es mayor del 5 % del costo de ventas. Pues en este tipo de productos la rentabilidad viene sobre todo del volumen de ventas y el margen de utilidad es relativamente bajo, pero al venderse mucho deja excelentes ganancias.

Como se hace referencia en el cuadro 17, para el cálculo de pvp se parte del costo de materia prima, envase, etiqueta, publicidad, como lo indica en el presente cuadro, esto conlleva a marcar el costo neto por el producto terminado.

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

Tabla No. 20

Costos.

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COCA COLA 2000 RP	1.966.479,41	1.838.333,94	1.821.868,16	2.249.844,31	2.807.769,94
COCA COLA 1250 RGB	737.423,33	689.392,54	683.252,71	843.763,79	1.053.021,75
COCA COLA 1000 RGB	912.583,69	1.318.872,75	1.586.229,67	1.958.849,24	2.444.643,13
COCA COLA 300 RGB	532.341,52	769.348,54	925.309,16	1.142.682,43	1.426.067,67
TOTAL	4.148.827,95	4.615.947,77	5.016.659,70	6.195.139,78	7.731.502,49

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

Los costos son próximos a las ventas, pero, como se mencionó en el anterior párrafo el margen de utilidad de estos productos son bajos pero los volúmenes de ventas son altos.

En relación a este detalle se puede indicar que aun cuando la utilidad no sean los proyectados el producto se vende por la marca, que la consumen en sus diversas presentaciones.

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

3.8. Gastos.

En este apartado se verán los gastos anuales. También se verá su distribución relativa de cada uno de estos gastos.

Tabla No. 21

Gastos.

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS	\$86.577,30	\$104.078,16	\$117.284,29	\$132.276,30	\$151.795,24
ALQUILER	\$72.000,00	\$93.600,00	\$121.680,00	\$158.184,00	\$205.639,20
LIMPIEZA	\$18.000,00	\$23.400,00	\$30.420,00	\$39.546,00	\$51.409,80
SERVICIOS BÁSICOS	\$36.000,00	\$46.800,00	\$60.840,00	\$79.092,00	\$102.819,60
SEGURIDAD	\$18.000,00	\$23.400,00	\$30.420,00	\$39.546,00	\$51.409,80
PUBLICIDAD	\$60.000,00	\$78.000,00	\$101.400,00	\$131.820,00	\$171.366,00
CAPACITACIÓN PERMISOS	\$24.000,00	\$31.200,00	\$40.560,00	\$52.728,00	\$68.546,40
FUNCIONAMIENTO	\$8.400,00	\$10.920,00	\$14.196,00	\$18.454,80	\$23.991,24
MOVILIZACIÓN	\$6.000,00	\$7.800,00	\$10.140,00	\$13.182,00	\$17.136,60
SUMINISTROS DE OFICINA	\$1.200,00	\$1.560,00	\$2.028,00	\$2.636,40	\$3.427,32
TOTAL	\$330.177,30	\$420.758,16	\$528.968,29	\$667.465,50	\$847.541,20

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

Los gastos de publicidad no son superado por los gastos de alquiler, pues, las maquinarias necesitan un espacio físico; además de los sueldos que son el rubro más fuerte de los gastos operativos. Todo esto está acorde con el plan que se ha redactado en los anteriores apartados.

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

Tabla No. 22
Participación de los gastos.

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS	26%	25%	22%	20%	18%
ALQUILER	22%	22%	23%	24%	24%
LIMPIEZA	5%	6%	6%	6%	6%
SERVICIOS BÁSICOS	11%	11%	12%	12%	12%
SEGURIDAD	5%	6%	6%	6%	6%
PUBLICIDAD	18%	19%	19%	20%	20%
CAPACITACIÓN PERMISOS	7%	7%	8%	8%	8%
FUNCIONAMIENTO	3%	3%	3%	3%	3%
MOVILIZACIÓN	2%	2%	2%	2%	2%
SUMINISTROS DE OFICINA	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

Lo cual se ve confirmado en esta tabla. Donde, la publicidad es el 18 % de los gastos operativos, es buena parte lo que se va hacer en el proyecto y si esta no se podría incrementar las ventas de la Coca Cola de botella de vidrio.

En lo expuesto en los anteriores cuadros se puede indicar que los rubros se han calculado en base a las ventas, promociones, punto de venta, inversiones y gastos operacionales que generan una parte importante para cifrar el valor de cada presentación a indagar en este tema de proyecto.

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

3.9. Préstamo.

En este apartado se detallará los pagos en dividendos, en servicio de la deuda y la prima.

Tabla No. 23

Préstamo.

Periodos anuales	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Interés		\$17.729,21	\$13.825,53	\$9.921,85	\$6.018,17	\$2.114,49	\$49.609,27
Capital Pagado		\$24.398,00	\$24.398,00	\$24.398,00	\$24.398,00	\$24.398,00	\$121.990,00
Dividendos		\$42.127,21	\$38.223,53	\$34.319,85	\$30.416,17	\$26.512,49	\$171.599,27
Saldo	\$121.990,00	\$97.592,00	\$73.194,00	\$48.796,00	\$24.398,00	\$0,00	

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

Los intereses pagados de la deuda son USD\$49.609,27 dólares. El pago de capital es de USD\$24.398,00 dólares cada año. El monto de la deuda es de USD\$121.990,00 dólares y los dividendos totales son de USD\$171.599,27 dólares.

El procedimiento para el cálculo sobre la base de préstamo se desarrolló en cuatro variantes, se identifican por cuotas variables o iguales entre si y las otras basadas es su variabilidad de cuotas constantes en cada periodo de pago, los intereses decrecen en medida que avanza el ciclo del préstamo, siendo estas igual al termino amortizado. Se determina el importe de las cuotas, las que el prestador abona a la entidad que genero el préstamo sea este banco o financiera, se considera un plazo para devolución del monto principal más los intereses generados en 5 años.

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

3.10. Estados Financieros.

En todos y cada uno de los años hemos obtenido ganancias.

Tabla No. 24

Flujo de caja y Estado de Resultados

	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
0	1	2	3	4	5
Ventas	\$4.856.260,00	\$5.311.577,78	\$5.726.617,63	\$7.071.874,98	\$8.825.657,18
- Costo de Ventas	\$4.148.827,95	\$4.615.947,77	\$5.016.659,70	\$6.195.139,78	\$7.731.502,49
Utilidad Bruta en Ventas	\$707.432,05	\$695.630,00	\$709.957,93	\$876.735,20	\$1.094.154,69
- Gastos desembolsables	\$330.177,30	\$420.758,16	\$528.968,29	\$667.465,50	\$847.541,20
- Gastos no desembolsables	\$6.896,33	\$13.792,67	\$20.689,00	\$27.585,33	\$34.481,67
Utilidad Operacional	\$370.358,41	\$261.079,18	\$160.300,64	\$181.684,37	\$212.131,82
- Gastos de financiamiento +/- Ing/Eg. No operacionales	\$17.729,21	\$13.825,53	\$9.921,85	\$6.018,17	\$2.114,49
Utilidad antes de Reparto a Trabajadores	\$352.629,20	\$247.253,64	\$150.378,78	\$175.666,20	\$210.017,33
- 15% Reparto Ut. Trabajadores	\$52.894,38	\$37.088,05	\$22.556,82	\$26.349,93	\$31.502,60
Utilidad antes de Impuesto Renta	\$299.734,82	\$210.165,60	\$127.821,97	\$149.316,27	\$178.514,73
- 25% Impuesto Renta	\$74.933,71	\$52.541,40	\$31.955,49	\$37.329,07	\$44.628,68
Utilidad antes de Reserva Legal	\$224.801,12	\$157.624,20	\$95.866,47	\$111.987,20	\$133.886,05
- 10% Reserva Legal	\$22.480,11	\$15.762,42	\$9.586,65	\$11.198,72	\$13.388,60
Utilidad del ejercicio	\$202.321,00	\$141.861,78	\$86.279,83	\$100.788,48	\$120.497,44
+ Gastos no desembolsables	\$6.896,33	\$13.792,67	\$20.689,00	\$27.585,33	\$34.481,67
+ Reserva Legal	\$22.480,11	\$15.762,42	\$9.586,65	\$11.198,72	\$13.388,60
+ Deudas pagadas en el periodo	-\$24.398,00	-\$48.796,00	-\$73.194,00	-\$97.592,00	-\$121.990,00
- Deudas no pagadas					
- Amortización (cap.pagado)					
+ Valor en Libros (si se vende)					
Inversión	\$304.975,00				
Préstamo a largo plazo	\$121.990,00				
Flujo de Caja	\$207.299,45	\$122.620,86	\$43.361,47	\$41.980,54	\$46.377,71

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

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

Tabla No. 25
Estado Situación Financiera

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		1	2	3	4	5
EFFECTIVO		\$207.299,45	\$122.620,86	\$43.361,47	\$41.980,54	\$46.377,71
A/F NETOS	\$304.975,00	\$298.078,67	\$291.182,33	\$284.286,00	\$277.389,67	\$270.493,33
ACTIVOS	\$304.975,00	\$505.378,12	\$413.803,20	\$327.647,47	\$319.370,20	\$316.871,05
CTAS.DOC. X PAGAR						
PRÉSTAMO BCARIO.	\$121.990,00	\$97.592,00	\$73.194,00	\$48.796,00	\$24.398,00	\$0,00
PASIVOS	\$121.990,00	\$97.592,00	\$73.194,00	\$48.796,00	\$24.398,00	\$0,00
CAPITAL SOCIAL	\$182.985,00	\$182.985,00	\$182.985,00	\$182.985,00	\$182.985,00	\$182.985,00
RESERVA LEGAL		\$22.480,11	\$15.762,42	\$9.586,65	\$11.198,72	\$13.388,60
UTILIDADES RETENIDAS		\$202.321,00	\$141.861,78	\$86.279,83	\$100.788,48	\$120.497,44
PATRIMONIO	\$182.985,00	\$407.786,12	\$340.609,20	\$278.851,47	\$294.972,20	\$316.871,05
PASIVOS + PATRIMONIO	\$304.975,00	\$505.378,12	\$413.803,20	\$327.647,47	\$319.370,20	\$316.871,05

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

Los balances cuadran y se proyectan a cinco años.

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

3.11. Indicadores económicos.

Con una TIR de 23.61 % que sobrepasa a un wacc de 16 %, además, de un VNA positivo de 37 mil dólares.

3.12. Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio busca conocer cuando es el punto de corte en que los costos igualan a los ingresos. En este apartado se mostrará esta tabla por cada uno de los años.

Tabla No. 26
Punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO	\$354.802,85	\$448.376,36	\$559.579,15	\$701.069,00	\$884.137,36
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$707.432,05	\$695.630,00	\$709.957,93	\$876.735,20	\$1.094.154,69
% Equilibrio	50%	64%	79%	80%	81%
VENTAS	\$4.856.260,00	\$5.311.577,78	\$5.726.617,63	\$7.071.874,98	\$8.825.657,18
COSTOS VARIABLES	\$4.148.827,95	\$4.615.947,77	\$5.016.659,70	\$6.195.139,78	\$7.731.502,49
COSTOS FIJOS	\$354.802,85	\$448.376,36	\$559.579,15	\$701.069,00	\$884.137,36
UTILIDAD	\$352.629,20	\$247.253,64	\$150.378,78	\$175.666,20	\$210.017,33
VERIFICACIÓN					
VENTAS	\$2.435.590,64	\$3.423.638,86	\$4.513.641,82	\$5.654.925,60	\$7.131.617,96
COSTOS VARIABLES	\$2.080.787,79	\$2.975.262,50	\$3.954.062,68	\$4.953.856,60	\$6.247.480,60
COSTOS FIJOS	\$354.802,85	\$448.376,36	\$559.579,15	\$701.069,00	\$884.137,36
UTILIDAD	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

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

3.13. Ratios financieros.

Se detallará los ratios financieras de este proyecto.

Tabla No. 27
Ratios financieros

RATIOS FINANCIEROS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.	\$5,18	\$5,65	\$6,71	\$13,09	
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$200.486,67	\$217.988,33	\$235.490,00	\$252.991,67	\$270.493,33
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ACTIVOS PASIVOS	\$9,61	\$12,84	\$17,48	\$22,14	\$27,85
ENDEUDAMIENTO	/ACTIVOS PASIVO/ PATRIMONIO	\$0,19	\$0,18	\$0,15	\$0,08	\$0,00
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	\$0,67	\$0,24	\$0,21	\$0,17	\$0,08
COBERTURA PASIVO FINANCIERO	PAS. FIN. / VENTAS	\$0,02	\$0,01	\$0,01	\$0,00	\$0,00
COBERTURA GASTO FINANCIERO	UT. OP. / GTO. FIN.	\$53,70	\$18,93	\$7,75	\$6,59	\$6,15
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	\$0,15	\$0,13	\$0,12	\$0,12	\$0,12
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	\$0,08	\$0,05	\$0,03	\$0,03	\$0,02
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	\$0,04	\$0,03	\$0,02	\$0,01	\$0,01
ROA	UT NE/ ACTIVOS	\$0,40	\$0,34	\$0,26	\$0,32	\$0,38
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	\$0,50	\$0,42	\$0,31	\$0,34	\$0,38

Fuente: propia.

Elaborado por: Erick Chila

Por cada dólar de patrimonio existe 50 centavos de utilidad. Por cada dólar de activos existe 40 centavos de utilidad. Por cada dólar que existe en los pasivos existe 5 dólares en activos.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones.

- Este trabajo se fomenta la retornabilidad para que se optimice de mejor manera los recursos a partir de la comercialización de productos más amigables con el medio ambiente.
- Se planteó un marco teórico en donde enuncia las principales características por las que se debe guiar el proyecto y, además, de un plan de ventas y de acción para que se ejecute de manera ordenada.
- Se llegó a la conclusión de que el proyecto es rentable y redituable a partir del tercer año. Sin dejar de lado de tener una TIR no mayor al 27 % y una TMAR del 19 %.

Recomendaciones.

- Se recomienda fomentar los envases retornables para ir acorde a las necesidades actuales en producción y medio ambiente.
- Se recomienda si se aplica este proyecto tomar especial consideración al apartado de inversiones.

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

Bibliografía.

- Amazon Web. (s.f.). <https://www.amazon.com>. Obtenido de <https://www.amazon.com/-/es/Nostalgia-M%C3%A1quina-palomitas-Coca-Cola-medidora/dp/B0091Q2K3E?th=1>: <https://www.amazon.com>
- ARCA CONTINENTAL. (s.f.). <https://www.arcacontal.com/sala-de-prensa/comunicados/fomenta-empleo-arca-continental-ecuador.aspx>. Obtenido de <https://www.arcacontal.com>
- Aristegui M. (2022). <https://www.aristegui.info>. (A. Group, Ed.) Obtenido de <https://www.aristegui.info/que-son-y-para-que-se-emplean-las-poliiolefinas-termoplasticas-tpo/>: <https://www.aristegui.info/que-son-y-para-que-se-emplean-las-poliiolefinas-termoplasticas-tpo/>
- BBC Noticias, B. (26 de Noviembre de 2021). <https://www.bbc.com/mundo/noticias-59436807>. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo>
- Buenos Aires ciudad. (2014). <https://www.buenosaires.gob.ar>. (G. d. Aires, Editor, & c. v. Vamos Buenos aires, Productor) Obtenido de <https://www.buenosaires.gob.ar/sumaverde/pet>: <https://www.buenosaires.gob.ar/sumaverde/pet>
- Carmelo Beltran. (2020). <https://www.copymelo.com/10-esloganes-coca-cola/>.
- Castan Patricia. (03 de 2005). www.residuossolidos.com. Obtenido de www.residuossolidos.com
- CEF. (2022). <https://www.marketing-xxi.com>, 5ta. Edición. (CENTROS DE ESTUDIOS FINANCIEROS, Editor, & CEF, Productor) Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>: <https://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>
- COCA COLA FEMSA. (2019). <https://coca-colafemsa.com/noticias/conoce-los-beneficios-de-la-botella-retornable/>. Obtenido de <https://coca-colafemsa.com/noticias/conoce-los-beneficios-de-la-botella-retornable/>: <https://coca-colafemsa.com/noticias/conoce-los-beneficios-de-la-botella-retornable/>
- Diario Sustentable. (Junio de 2022). <https://www.diariosustentable.com/2022/>. (Diario

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

Sustentable, Ed.) Obtenido de <https://www.diariosustentable.com/2022/06/los-envases-retornables-un-ejemplo-de-economia-circular-en-chile- aproximadamente-el-30-de-las-ventas-de-bebidas-son-retornables/>:
<https://www.diariosustentable.com/2022/06/los-envases-retornables-un-ejemplo-de-economia-circular-en-chile- aproximadamente-el-30-de-las-ventas-de-bebidas-son-retornables/>

EKON. (junio de 2022). <https://www.ekon.es/>. (EKON, Ed.) Obtenido de <https://www.ekon.es/blog/elaborar-plan-estrategico-empresa/>:
<https://www.ekon.es/blog/elaborar-plan-estrategico-empresa/#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20el%20plan%20estrat%C3%A9gico,que%20debe%20seguir%20la%20empresa.>

Erazo Lorena. (2012). <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2668/1/T-UC-0010-317.pdf>.

Forbes Staff. (22 de 01 de 2020). <https://www.forbes.com.mx/nuestros-clientes-aun-quieren-botellas-de-plastico-dice-coca-cola/>. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx>: <https://www.forbes.com.mx>

Garcia, S; Diaz, Y; Hernández, C; Maldonado, A; Sánchez, O;. (Septiembre de 2017). <https://tesis.ipn.mx/>. (Instituto Politécnico Nacional, Ed.) Obtenido de <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/26927/>:
<https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/26927/CP2017%20P443S.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Instituto Certus. (24 de abril de 2020). <https://www.certus.edu.pe/>. Obtenido de <https://www.certus.edu.pe/blog/que-es-cadena-valor/>:
<https://www.certus.edu.pe/blog/que-es-cadena-valor/>

Jordi Jaumá. (3 de 10 de 2019). <https://diarioresponsable.com/noticias/28259-coca-cola-fabrica-una-botella-reciclando-basura-marina>. Obtenido de <https://diarioresponsable.com/noticias>: <https://diarioresponsable.com>

Lopez Acosta, A. (2013). <https://www.academia.edu>. (SENA, Editor, & S. N. APRENDIZAJE, Productor) Obtenido de https://www.academia.edu/27548656/PLAN_DE_VENTAS:

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

https://www.academia.edu/27548656/PLAN_DE_VENTAS

Markando. (s.f.). <https://markandoestilo.com>. Obtenido de <https://markandoestilo.com>:

<https://markandoestilo.com/blog/coca-cola-cumple-134-anos/>

Olarte Federico. (21 de 02 de 2021). <https://www.ecovidasolar.es>. Obtenido de

<https://www.ecovidasolar.es/blog/>: <https://www.ecovidasolar.es/blog/tipos-de-plasticos-toxicidad-y-usos/>

ONU MUJERES. (Diciembre de 2011). Concientizar al público. (ONUMUJERES, Ed.)

ONU MUJERES.

Paz Maria. (2016). <https://rdu.unc.edu.ar>.

RETAIL SOFTWARE. (2017). El Éxito de la empresa mas conocida del mundo-COCA COLA-. *RP3.*

Sheila Sánchez. (2018). <https://expansion.mx/empresas/2018/02/15/la-estrategia-de-arca-continental-para-conquistar-a-the-coca-cola-company>. Obtenido de

<https://expansion.mx/empresas>: <https://expansion.mx>

Software del Sol. (2020). <https://www.sdelsol.com/>. Obtenido de

<https://www.sdelsol.com/glosario/>: <https://www.sdelsol.com/glosario/cuota-de-mercado/>

Vargas G. (2020). <https://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/>. (U. d. Guadalajara, Editor, & Vargas G, Productor) doi:Plan de ventas digitales

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

Anexos

Anexo 1: Logo

The image shows the classic Coca-Cola logo in its signature red script font.

Fuente: [Coca-Cola Southwest Bebidas \(cocacolaswb.com\)](http://cocacolaswb.com)

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

Anexo 2: Demanda proyectada mensualmente.

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

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	EPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
COCA COLA 2000 RP	80.000	84.000	88.200	92.610	97.241	93.351	89.617	86.032	82.591	79.287	76.116	79.922	1.028.967
COCA COLA 1250 RGB	40.000	42.000	44.100	46.305	48.620	46.675	44.808	43.016	41.295	39.643	38.057	39.960	514.479
COCA COLA 1000 RGB	60.000	63.000	66.150	69.458	72.930	76.577	80.405	84.426	88.647	93.079	97.733	102.620	955.025
COCA COLA 300 RGB	70.000	73.500	77.175	81.033	85.085	89.340	93.807	98.497	103.422	108.593	114.022	119.724	1.114.198
TOTAL	250.000	262.500	275.625	289.406	303.876	305.943	308.637	311.971	315.955	320.602	325.928	342.226	3.612.669

AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	EPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
COCA COLA 2000 RP	80.721	81.528	82.343	83.166	83.998	80.638	77.412	74.316	71.343	68.489	65.749	66.406	916.109
COCA COLA 1250 RGB	40.360	40.764	41.172	41.584	42.000	40.320	38.707	37.159	35.673	34.246	32.876	33.205	458.066
COCA COLA 1000 RGB	103.646	104.682	105.729	106.786	107.854	108.933	110.022	111.122	112.233	113.355	114.489	115.634	1.314.485
COCA COLA 300 RGB	120.921	122.130	123.351	124.585	125.831	127.089	128.360	129.644	130.940	132.249	133.571	134.907	1.533.578
TOTAL	345.648	349.104	352.595	356.121	359.683	356.980	354.501	352.241	350.189	348.339	346.685	350.152	4.222.238

AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	EPTIEMBRE	OCTUBRE	OVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
COCA COLA 2000 RP	67.236	68.076	68.927	69.789	70.661	71.544	72.438	73.343	74.260	75.188	76.128	77.080	864.670
COCA COLA 1250 RGB	33.620	34.040	34.466	34.897	35.333	35.775	36.222	36.675	37.133	37.597	38.067	38.543	432.368
COCA COLA 1000 RGB	117.079	118.542	120.024	121.524	123.043	124.581	126.138	127.715	129.311	130.927	132.564	134.221	1.505.669
COCA COLA 300 RGB	136.593	138.300	140.029	141.779	143.551	145.345	147.162	149.002	150.865	152.751	154.660	156.593	1.756.630
TOTAL	354.528	358.958	363.446	367.989	372.588	377.245	381.960	386.735	391.569	396.463	401.419	406.437	4.559.337

AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	EPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
COCA COLA 2000 RP	78.198	79.332	80.482	81.649	82.833	84.034	85.252	86.488	87.742	89.014	90.305	91.614	1.016.943
COCA COLA 1250 RGB	39.102	39.669	40.244	40.828	41.420	42.021	42.630	43.248	43.875	44.511	45.156	45.811	508.515
COCA COLA 1000 RGB	136.167	138.141	140.144	142.176	144.238	146.329	148.451	150.604	152.788	155.003	157.251	159.531	1.770.823
COCA COLA 300 RGB	158.864	161.168	163.505	165.876	168.281	170.721	173.196	175.707	178.255	180.840	183.462	186.122	2.065.997
TOTAL	412.331	418.310	424.375	430.529	436.772	443.105	449.529	456.047	462.660	469.368	476.174	483.078	5.362.278

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

AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	EPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
COCA COLA 2000 RP	92.942	94.290	95.657	97.044	98.451	99.879	101.327	102.796	104.287	105.799	107.333	108.889	1.208.694
COCA COLA 1250 RGB	46.475	47.149	47.833	48.527	49.231	49.945	50.669	51.404	52.149	52.905	53.672	54.450	604.409
COCA COLA 1000 RGB	161.844	164.191	166.572	168.987	171.437	173.923	176.445	179.003	181.599	184.232	186.903	189.613	2.104.749
COCA COLA 300 RGB	188.821	191.559	194.337	197.155	200.014	202.914	205.856	208.841	211.869	214.941	218.058	221.220	2.455.585
TOTAL	490.082	497.189	504.399	511.713	519.133	526.661	534.297	542.044	549.904	557.877	565.966	574.172	6.373.437

Fuente: Propia

Elaborado por: Erick Chila Vélez

El ciclo de ventas como se muestra en la tabla se da a partir de un trabajo en equipo tanto jefes y vendedores, coordinando el plan de trabajo para cumplir con los objetivos propuestos, también depende mucho de la capacitación que se da al personal para que conozcan herramientas importantes a emplear con el cliente para concretar una venta. El análisis a través de informes mensuales por parte de los supervisores es importante para conocer la rotación de las presentaciones en investigación en este tema de proyecto.

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

Anexo 3: Ventas proyectadas mensual

AÑO 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	EBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	EPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
COCA COLA 2000 RP	200.000	210.000	220.500	231.525	243.103	233.378	224.043	215.080	206.478	198.218	190.290	199.805	2.572.418
COCA COLA 1250 RGB	60.000	63.000	66.150	69.458	72.930	70.013	67.212	64.524	61.943	59.465	57.086	59.940	771.719
COCA COLA 1000 RGB	60.000	63.000	66.150	69.458	72.930	76.577	80.405	84.426	88.647	93.079	97.733	102.620	955.025
COCA COLA 300 RGB	35.000	36.750	38.588	40.517	42.543	44.670	46.904	49.249	51.711	54.297	57.011	59.862	557.099
TOTAL	355.000	372.750	391.388	410.957	431.505	424.637	418.563	413.279	408.778	405.058	402.120	422.227	4.856.260

AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
COCA COLA 2000 RP	211.893	214.011	216.150	218.311	220.495	211.675	203.207	195.080	187.275	179.784	172.591	174.316	2.404.786
COCA COLA 1250 RGB	63.567	64.203	64.846	65.495	66.150	63.504	60.964	58.525	56.185	53.937	51.780	52.298	721.454
COCA COLA 1000 RGB	108.828	109.916	111.015	112.125	113.247	114.380	115.523	116.678	117.845	119.023	120.213	121.416	1.380.209
COCA COLA 300 RGB	63.484	64.118	64.759	65.407	66.061	66.722	67.389	68.063	68.744	69.431	70.125	70.826	805.128
TOTAL	447.771	452.249	456.771	461.338	465.953	456.280	447.082	438.346	430.049	422.175	414.709	418.856	5.311.578

AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
COCA COLA 2000 RP	185.319	187.634	189.980	192.356	194.759	197.193	199.657	202.152	204.679	207.237	209.828	212.452	2.383.247
COCA COLA 1250 RGB	55.599	56.294	56.998	57.711	58.432	59.163	59.902	60.651	61.409	62.176	62.953	63.740	715.029
COCA COLA 1000 RGB	129.080	130.693	132.326	133.980	135.655	137.351	139.067	140.806	142.565	144.347	146.152	147.979	1.660.000
COCA COLA 300 RGB	75.297	76.238	77.191	78.156	79.132	80.121	81.123	82.137	83.164	84.204	85.256	86.322	968.342
TOTAL	445.295	450.859	456.496	462.203	467.979	473.828	479.750	485.746	491.818	497.964	504.189	510.493	5.726.618

AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
COCA COLA 2000 RP	226.310	229.592	232.920	236.297	239.724	243.200	246.725	250.302	253.931	257.612	261.348	265.137	2.943.097
COCA COLA 1250 RGB	67.898	68.883	69.881	70.895	71.923	72.967	74.024	75.097	76.186	77.291	78.411	79.548	883.005
COCA COLA 1000 RGB	157.630	159.915	162.234	164.586	166.974	169.394	171.851	174.343	176.871	179.435	182.038	184.677	2.049.949
COCA COLA 300 RGB	91.952	93.286	94.639	96.011	97.403	98.815	100.248	101.701	103.176	104.672	106.190	107.730	1.195.825
TOTAL	543.791	551.676	559.674	567.790	576.024	584.376	592.848	601.443	610.164	619.010	627.987	637.091	7.071.875

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

AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
COCA COLA 2000 RP	282.429	286.525	290.679	294.894	299.170	303.509	307.909	312.373	316.904	321.498	326.160	330.888	3.672.938
COCA COLA 1250 RGB	84.736	85.965	87.212	88.477	89.761	91.063	92.383	93.723	95.081	96.460	97.858	99.276	1.101.994
COCA COLA 1000 RGB	196.722	199.575	202.469	205.405	208.383	211.404	214.470	217.579	220.735	223.935	227.182	230.476	2.558.336
COCA COLA 300 RGB	114.757	116.421	118.109	119.822	121.559	123.322	125.110	126.924	128.764	130.631	132.525	134.447	1.492.389
TOTAL	678.644	688.486	698.469	708.598	718.872	729.298	739.871	750.599	761.484	772.524	783.725	795.088	8.825.657

Fuente: Propia

Elaborado por: Erick Chila Vélez

Como se indica en el cuadro anterior el trabajo en equipo es la base clave para obtener resultados esperados, en este proceso, el análisis esta dado cada quince días para poder corregir o fortalecer alguna actividad que no esté funcionando con las ventas, así medir un rendimiento óptimo mensual, lo que nos permite aplicar la metodología que la empresa utiliza para los puntos de ventas sean esto tiendas tradicionales y supermercados.

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

Anexo 4: Costos proyectadas mensual

AÑO 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
COCA COLA 2000 RP	152.890	160.534	168.561	176.989	185.839	178.405	171.269	164.417	157.841	151.527	145.467	152.741	1.966.479
COCA COLA 1250 RGB	57.334	60.200	63.210	66.371	69.689	66.901	64.225	61.657	59.190	56.822	54.549	57.276	737.423
COCA COLA 1000 RGB	57.334	60.200	63.210	66.371	69.689	73.174	76.832	80.674	84.708	88.943	93.390	98.060	912.584
COCA COLA 300 RGB	33.445	35.117	36.873	38.716	40.652	42.685	44.819	47.060	49.413	51.884	54.477	57.202	532.342
TOTAL	301.001	316.051	331.854	348.447	365.869	361.165	357.145	353.808	351.152	349.175	347.883	365.278	4.148.828

AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
COCA COLA 2000 RP	161.981	163.600	165.236	166.887	168.557	161.814	155.341	149.128	143.162	137.435	131.937	133.255	1.838.334
COCA COLA 1250 RGB	60.742	61.350	61.964	62.584	63.210	60.682	58.254	55.925	53.688	51.540	49.479	49.974	689.393
COCA COLA 1000 RGB	103.992	105.031	106.082	107.142	108.214	109.297	110.389	111.493	112.608	113.733	114.871	116.020	1.318.873
COCA COLA 300 RGB	60.662	61.269	61.881	62.500	63.126	63.757	64.394	65.038	65.689	66.345	67.008	67.679	769.349
TOTAL	387.377	391.251	395.163	399.114	403.107	395.549	388.379	381.584	375.147	369.054	363.295	366.928	4.615.949

AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
COCA COLA 2000 RP	141.667	143.437	145.230	147.046	148.883	150.744	152.628	154.534	156.467	158.422	160.402	162.408	1.821.868
COCA COLA 1250 RGB	53.128	53.792	54.465	55.146	55.835	56.534	57.240	57.956	58.680	59.413	60.156	60.908	683.253
COCA COLA 1000 RGB	123.343	124.885	126.446	128.026	129.626	131.247	132.887	134.548	136.230	137.932	139.657	141.402	1.586.230
COCA COLA 300 RGB	71.951	72.850	73.761	74.682	75.616	76.561	77.518	78.487	79.469	80.462	81.468	82.486	925.309
TOTAL	390.089	394.963	399.902	404.901	409.961	415.085	420.273	425.526	430.845	436.229	441.682	447.204	5.016.660

AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
COCA COLA 2000 RP	173.002	175.511	178.055	180.637	183.256	185.913	188.608	191.343	194.117	196.931	199.787	202.683	2.249.844
COCA COLA 1250 RGB	64.881	65.822	66.776	67.745	68.727	69.724	70.735	71.760	72.800	73.856	74.926	76.013	843.764
COCA COLA 1000 RGB	150.625	152.809	155.025	157.272	159.553	161.866	164.214	166.595	169.011	171.461	173.948	176.470	1.958.849
COCA COLA 300 RGB	87.866	89.140	90.433	91.744	93.075	94.424	95.793	97.182	98.591	100.021	101.471	102.942	1.142.682
TOTAL	476.374	483.282	490.288	497.398	504.611	511.928	519.349	526.880	534.520	542.269	550.132	558.108	6.195.139

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

AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
COCA COLA 2000 RP	215.902	219.034	222.209	225.431	228.700	232.017	235.380	238.793	242.256	245.769	249.332	252.947	2.807.770
COCA COLA 1250 RGB	80.970	82.145	83.336	84.545	85.772	87.016	88.277	89.558	90.856	92.173	93.509	94.865	1.053.022
COCA COLA 1000 RGB	187.980	190.706	193.472	196.277	199.122	202.010	204.939	207.910	210.925	213.983	217.086	220.233	2.444.643
COCA COLA 300 RGB	109.657	111.247	112.860	114.497	116.157	117.841	119.550	121.283	123.042	124.826	126.636	128.472	1.426.068
TOTAL	594.509	603.131	611.877	620.750	629.751	638.883	648.146	657.544	667.079	676.751	686.563	696.517	7.731.503

Fuente: Propia

Elaborado por: Erick Chila Vélez

Como se describe en la Tabla 20, para el cálculo del pvp de cada presentación, se basa en el costo de la materia prima y los envases, cabe recordar que los envases de plástico generan mayor costo al momento de adquirirlos por su componente de fabricación. Cada año se presenta la varianza de acuerdo el flujo de ventas que se da con la asignación de nuevos clientes, puntos de distribución cuando el local esta empoderado los resultados son distintos.

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

Anexo 5: Gastos proyectadas mensual

**GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS
AÑO 1**

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
7.214,78	7.214,78	7.214,78	7.214,78	7.214,78	7.214,78	7.214,78	7.214,78	7.214,78	7.214,78	7.214,78	7.214,78	86.577,30
6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	72.000,00
1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00
3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	36.000,00
1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00
5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	60.000,00
2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	24.000,00
700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	8.400,00
500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6.000,00
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200,00
27.514,78	27.514,78	27.514,78	27.514,78	27.514,78	27.514,78	27.514,78	27.514,78	27.514,78	27.514,78	27.514,78	27.514,78	330.177,30

AÑO 2

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
SUELDOS	8.673,18	8.673,18	8.673,18	8.673,18	8.673,18	8.673,18	8.673,18	8.673,18	8.673,18	8.673,18	8.673,18	8.673,18	104.078,16
ALQUILER	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	93.600,00
LIMPIEZA	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	23.400,00
SERVICIOS BÁSICOS	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	46.800,00
SEGURIDAD	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	23.400,00
PUBLICIDAD	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	78.000,00
CAPACITACIÓN	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	31.200,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	10.920,00
MOVILIZACIÓN	650	650	650	650	650	650	650	650	650	650	650	650	7.800,00
SUMINISTROS DE OFICINA	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	1.560,00
TOTAL	35.063,18	35.063,18	35.063,18	35.063,18	35.063,18	35.063,18	35.063,18	35.063,18	35.063,18	35.063,18	35.063,18	35.063,18	420.758,16

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

AÑO 3

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
SUELDOS	9.773,69	9.773,69	9.773,69	9.773,69	9.773,69	9.773,69	9.773,69	9.773,69	9.773,69	9.773,69	9.773,69	9.773,69	117.284,29
ALQUILER	10.140,00	10.140,00	10.140,00	10.140,00	10.140,00	10.140,00	10.140,00	10.140,00	10.140,00	10.140,00	10.140,00	10.140,00	121.680,00
LIMPIEZA	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	30.420,00
SERVICIOS BÁSICOS	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00	60.840,00
SEGURIDAD	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	2.535,00	30.420,00
PUBLICIDAD	8.450,00	8.450,00	8.450,00	8.450,00	8.450,00	8.450,00	8.450,00	8.450,00	8.450,00	8.450,00	8.450,00	8.450,00	101.400,00
CAPACITACIÓN	3.380,00	3.380,00	3.380,00	3.380,00	3.380,00	3.380,00	3.380,00	3.380,00	3.380,00	3.380,00	3.380,00	3.380,00	40.560,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	1.183,00	1.183,00	1.183,00	1.183,00	1.183,00	1.183,00	1.183,00	1.183,00	1.183,00	1.183,00	1.183,00	1.183,00	14.196,00
MOVILIZACIÓN	845	845	845	845	845	845	845	845	845	845	845	845	10.140,00
SUMINISTROS DE OFICINA	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	2.028,00
TOTAL	44.080,69	44.080,69	44.080,69	44.080,69	44.080,69	44.080,69	44.080,69	44.080,69	44.080,69	44.080,69	44.080,69	44.080,69	528.968,29

AÑO 4

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
SUELDOS	11.023,02	11.023,02	11.023,02	11.023,02	11.023,02	11.023,02	11.023,02	11.023,02	11.023,02	11.023,02	11.023,02	11.023,02	132.276,30
ALQUILER	13.182,00	13.182,00	13.182,00	13.182,00	13.182,00	13.182,00	13.182,00	13.182,00	13.182,00	13.182,00	13.182,00	13.182,00	158.184,00
LIMPIEZA	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	39.546,00
SERVICIOS BÁSICOS	6.591,00	6.591,00	6.591,00	6.591,00	6.591,00	6.591,00	6.591,00	6.591,00	6.591,00	6.591,00	6.591,00	6.591,00	79.092,00
SEGURIDAD	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	3.295,50	39.546,00
PUBLICIDAD	10.985,00	10.985,00	10.985,00	10.985,00	10.985,00	10.985,00	10.985,00	10.985,00	10.985,00	10.985,00	10.985,00	10.985,00	131.820,00
CAPACITACIÓN	4.394,00	4.394,00	4.394,00	4.394,00	4.394,00	4.394,00	4.394,00	4.394,00	4.394,00	4.394,00	4.394,00	4.394,00	52.728,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	1.537,90	1.537,90	1.537,90	1.537,90	1.537,90	1.537,90	1.537,90	1.537,90	1.537,90	1.537,90	1.537,90	1.537,90	18.454,80
MOVILIZACIÓN	1.098,50	1.098,50	1.098,50	1.098,50	1.098,50	1.098,50	1.098,50	1.098,50	1.098,50	1.098,50	1.098,50	1.098,50	13.182,00
SUMINISTROS DE OFICINA	219,7	219,7	219,7	219,7	219,7	219,7	219,7	219,7	219,7	219,7	219,7	219,7	2.636,40
TOTAL	55.622,12	55.622,12	55.622,12	55.622,12	55.622,12	55.622,12	55.622,12	55.622,12	55.622,12	55.622,12	55.622,12	55.622,12	667.465,50

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

AÑO 5

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
SUELDOS	12.649,60	12.649,60	12.649,60	12.649,60	12.649,60	12.649,60	12.649,60	12.649,60	12.649,60	12.649,60	12.649,60	12.649,60	151.795,24
ALQUILER	17.136,60	17.136,60	17.136,60	17.136,60	17.136,60	17.136,60	17.136,60	17.136,60	17.136,60	17.136,60	17.136,60	17.136,60	17.136,60
LIMPIEZA	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	51.409,80
SERVICIOS BÁSICOS	8.568,30	8.568,30	8.568,30	8.568,30	8.568,30	8.568,30	8.568,30	8.568,30	8.568,30	8.568,30	8.568,30	8.568,30	102.819,60
SEGURIDAD	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	4.284,15	51.409,80
PUBLICIDAD	14.280,50	14.280,50	14.280,50	14.280,50	14.280,50	14.280,50	14.280,50	14.280,50	14.280,50	14.280,50	14.280,50	14.280,50	171.366,00
CAPACITACIÓN	5.712,20	5.712,20	5.712,20	5.712,20	5.712,20	5.712,20	5.712,20	5.712,20	5.712,20	5.712,20	5.712,20	5.712,20	68.546,40
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	1.999,27	1.999,27	1.999,27	1.999,27	1.999,27	1.999,27	1.999,27	1.999,27	1.999,27	1.999,27	1.999,27	1.999,27	23.991,24
MOVILIZACIÓN	1.428,05	1.428,05	1.428,05	1.428,05	1.428,05	1.428,05	1.428,05	1.428,05	1.428,05	1.428,05	1.428,05	1.428,05	17.136,60
SUMINISTROS DE OFICINA	285,61	285,61	285,61	285,61	285,61	285,61	285,61	285,61	285,61	285,61	285,61	285,61	3.427,32
TOTAL	70.628,43	70.628,43	70.628,43	70.628,43	70.628,43	70.628,43	70.628,43	70.628,43	70.628,43	70.628,43	70.628,43	70.628,43	659.038,60

Fuente: Propia

Elaborado por: Erick Chila Vélez

El enfoque de este apartado emplea una alternativa de acuerdo al análisis que rigen en la tabla salarial para profesionales y obreros; es decir según la posición de los trabajadores por áreas donde desempeñen una función o rol específico.

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

***Anexo 6: Préstamo mensual**

AÑO 1													
Periodos mensuales	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Interés		\$1.626,53	\$1.599,42	\$1.572,32	\$1.545,21	\$1.518,10	\$1.490,99	\$1.463,88	\$1.436,77	\$1.409,66	\$1.382,55	\$1.355,44	\$1.328,34
Capital Pagado		\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17
Dividendos		\$3.659,70	\$3.632,59	\$3.605,48	\$3.578,37	\$3.551,26	\$3.524,16	\$3.497,05	\$3.469,94	\$3.442,83	\$3.415,72	\$3.388,61	\$3.361,50
Saldo	\$121.990,00	\$119.956,83	\$117.923,67	\$115.890,50	\$113.857,33	\$111.824,17	\$109.791,00	\$107.757,83	\$105.724,67	\$103.691,50	\$101.658,33	\$99.625,17	\$97.592,00
AÑO 2		13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
		\$1.301,23	\$1.274,12	\$1.247,01	\$1.219,90	\$1.192,79	\$1.165,68	\$1.138,57	\$1.111,46	\$1.084,36	\$1.057,25	\$1.030,14	\$1.003,03
		\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17
		\$3.334,39	\$3.307,28	\$3.280,18	\$3.253,07	\$3.225,96	\$3.198,85	\$3.171,74	\$3.144,63	\$3.117,52	\$3.090,41	\$3.063,30	\$3.036,20
AÑO 3		\$95.558,83	\$93.525,67	\$91.492,50	\$89.459,33	\$87.426,17	\$85.393,00	\$83.359,83	\$81.326,67	\$79.293,50	\$77.260,33	\$75.227,17	\$73.194,00
		25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
		\$975,92	\$948,81	\$921,70	\$894,59	\$867,48	\$840,38	\$813,27	\$786,16	\$759,05	\$731,94	\$704,83	\$677,72
		\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17
AÑO 4		\$3.009,09	\$2.981,98	\$2.954,87	\$2.927,76	\$2.900,65	\$2.873,54	\$2.846,43	\$2.819,32	\$2.792,22	\$2.765,11	\$2.738,00	\$2.710,89
		\$71.160,83	\$69.127,67	\$67.094,50	\$65.061,33	\$63.028,17	\$60.995,00	\$58.961,83	\$56.928,67	\$54.895,50	\$52.862,33	\$50.829,17	\$48.796,00
		37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
		\$650,61	\$623,50	\$596,40	\$569,29	\$542,18	\$515,07	\$487,96	\$460,85	\$433,74	\$406,63	\$379,52	\$352,42
AÑO 5		\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17
		\$2.683,78	\$2.656,67	\$2.629,56	\$2.602,45	\$2.575,34	\$2.548,24	\$2.521,13	\$2.494,02	\$2.466,91	\$2.439,80	\$2.412,69	\$2.385,58
		\$46.762,83	\$44.729,67	\$42.696,50	\$40.663,33	\$38.630,17	\$36.597,00	\$34.563,83	\$32.530,67	\$30.497,50	\$28.464,33	\$26.431,17	\$24.398,00
		49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
	\$325,31	\$298,20	\$271,09	\$243,98	\$216,87	\$189,76	\$162,65	\$135,54	\$108,44	\$81,33	\$54,22	\$27,11	
	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	\$2.033,17	
	\$2.358,47	\$2.331,36	\$2.304,26	\$2.277,15	\$2.250,04	\$2.222,93	\$2.195,82	\$2.168,71	\$2.141,60	\$2.114,49	\$2.087,38	\$2.060,28	
	\$22.364,83	\$20.331,67	\$18.298,50	\$16.265,33	\$14.232,17	\$12.199,00	\$10.165,83	\$8.132,67	\$6.099,50	\$4.066,33	\$2.033,17	\$0,00	

Fuente: Propia

Elaborado por: Erick Chila Vélez

Los recursos financieros en el área de la economía se encuentran con excesos y déficit, los que presentan un flujo positivo en caja dando un resultado en cuanto a los ingresos son superiores a sus egresos en un determinado periodo, en tanto que el déficit no cubre las diversas necesidades, por lo que las empresas buscan recursos para mantener sus operaciones, inversiones y a su vez el financiamiento, lo que permite abrir nichos de mercados en diferentes puntos estratégicos lo que aumenta la producción que beneficia tanto a la empresa y en este caso recurrente a los puntos de

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

distribución como son el caso de las tiendas tradicionales, mayoristas y supermercados.

Al promover un crédito para financiar o nivelar la inversión se inyecta un ingreso al capital, esto se da mediante un análisis económico de los administradores o el empresario que ve recurrente aplicar dicha operación para sostener el desbalance presentado, lo que conlleva a tomar decisiones con los socios o inversionistas.

Se debe analizar el tipo de crédito o préstamo externo, el tiempo que se va a llevar recuperar los fondos para devolver en el plazo establecido, el monto basado como ya se expuso al análisis económico financiero, en el presente proyecto en el área de finanzas, se ha considerado un préstamo por el valor de USD\$121.990 dólares a pagarse a 5 años (60 meses) considerando lo siguiente: periodos mensuales, interés, capital pagado, dividendos y por consiguiente el saldo que debe quedar a 0 una vez cumplido el tiempo del préstamo. Las cuotas cubren dos pagos, el de los intereses sobre saldo restante y sobre la amortización del valor de la deuda adquirida.