



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD AL MOMENTO
DE IMPLEMENTAR UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LA PRODUCCIÓN
Y COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS DE RECUPERACIÓN MUSCULAR

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de
Ingeniero en Negocios y Marketing Deportivo

Profesor Guía
Fernando Gómez de la Torre Reyes

Autor
Oscar Luis Checa Cabezas

Año
2015

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Fernando Gómez de la Torre Reyes
Ingeniero Comercial / MBA
C.C.: 170866352-9

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Oscar Luis Checa Cabezas

C.C.: 171710626-2

AGRADECIMIENTO

Con infinito cariño y aprecio agradezco a mis padres Luis Checa y Genoveva Cabezas, quienes desde muy pequeño inculcaron en mí y en mis hermanos valores que nos permitirán ser personas de bien, que se caractericen por alcanzar sus sueños.

A mis hermanos Alejandro, Valeria y Nathaly, que gracias a su apoyo incondicional durante muchos años, permitieron conformar un núcleo familiar lleno de armonía.

A mi novia que se ha convertido en uno de los principales pilares en la consecución de este proyecto.

DEDICATORIA

A mis padres que gracias a su dedicación y esfuerzo durante muchos años de sacrificio, permitieron que este sueño se haga realidad.

A mis hermanos que durante estos años de estudio, brindaron todo su apoyo en momentos difíciles y sobretodo contribuyeron a que este éxito sea mutuo.

RESUMEN

El plan de negocios de implementar una empresa especializada en la elaboración y comercialización de una bebida de recuperación muscular, surgió de la necesidad que existe en el mercado quiteño de ingerir una fuente de proteínas inmediatamente después de culminar con determinada actividad física o deportiva, en la industria predominan los suplementos proteicos enmarcados en una presentación en polvo, una sola empresa ofrece un producto se similares características pero su modo de uso es totalmente diferente, ya que se lo administra en forma de jarabe y su precio es relativamente alto.

El mercado objetivo de la bebida de recuperación muscular está conformada por hombres y mujeres de entre las edades de 20 a 44 años de edad de los estratos socioeconómicos A, B, C+ que disfrutan de practicar deportes o el simple hecho de realizar actividad física por más de 30 minutos con una frecuencia mínima de 3 veces a la semana.

Gladiador se caracteriza por ofrecer a sus potenciales consumidores los mejores estándares de calidad en sus procesos de producción, priorizando satisfacer las necesidades de un segmento de la población que busca alternativas simples e innovadoras al momento de ingerir una fuente de proteínas al instante.

Uno de los principales objetivos de Gladiador es educar y culturizar a los potenciales consumidores de la bebida sobre las necesidades del organismo después de realizar deporte o actividad física, a su vez informar sobre las características y beneficios que ofrece consumir un producto como Gladiador.

Esta organización cuenta con un equipo de trabajo totalmente capacitado en cada una de las áreas que conforman la empresa, caracterizado por mantener y establecer los mejores procesos sanitarios, alineando la cultura organizacional de Gladiador con las necesidades de los clientes.

En la actualidad el país fomenta y potencia el desarrollo de la matriz productiva, promoviendo en las microempresas la incursión en nuevas áreas económicas, es así que la elaboración de una bebida con gran porcentaje de proteínas es una idea de negocio innovadora que cuenta con una inversión inicial de \$171,645.17 dólares, que se financiará en un 40% por capital propio y el 60% restante por medio de un préstamo en una institución financiera.

ABSTRACT

The business plan of a specialized company in the production and marketing of a beverage company of muscular recovery, arose from the need that exists in the Quito market, a source of protein immediately after complete the physical or sporting activity, in protein supplements industry dominated framed in a powdered form, one company offers a similar product but its mode of use is completely different since it is given in syrup and its price is relatively high.

The objective of this drink is muscle recovery, the market is made up for men and women between the ages of 20-44 years of age socioeconomic strata A, B, C + who enjoy sports or simply physical activity for more 30 minutes at a frequency of 3 times a week.

Gladiator is characterized to offer to potential consumers the best quality standards in their production processes, prioritizing the needs of a segment of the population seeking simple and innovative, when ingesting a protein source alternatives instantly.

One of the main goals of Gladiator is to educate the potential consumers of this drink about the body's needs after sports or physical activity, an inform them the features and benefits of consuming a product like Gladiator.

This organization has a team fully trained in each and every area that makes the company, to maintain and establish the best health processes, aligning organizational Gladiator with customer needs.

At present the country encourages and promotes the development of the our own productivity products, promoting the micro companies into new economic areas, so the development of a beverage with high percentage of proteins is an innovative business idea that has an initial investment of \$171,645.17 US

dollars, to be financed 40% own equity capital and the remaining 60% through a loan from a financial institution.

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	1
1.1	Aspectos Generales	9
1.1.1	Antecedentes	9
1.2	Objetivos	10
1.2.1	Objetivo General	10
1.2.2	Objetivos Específicos.....	10
1.3	Hipótesis.....	11
2.	LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS	13
2.1	La Industria.....	13
2.1.1	Tamaño de la industria	14
2.1.2	Ciclo de vida de la industria	15
2.1.3	Atractivo de la industria.....	16
2.2	Estructura de la Industria	17
2.2.1	Competencia.....	17
2.2.2	Cadena de valor de la industria	23
2.2.3	Factores económicos y regulatorios	24
2.2.4	Factores Políticos	31
2.2.5	Factores Sociales	34
2.2.6	Factores Tecnológicos.....	38
2.2.7	Factores Ecológicos.....	40
2.2.8	Factores Legales	42
2.2.8.1	Ley de Salud Pública	42
2.2.8.2	Impuestos en el país	44
2.2.9	Canales de Distribución	46
2.2.9.1	Canal de Distribución Gladiador	46
2.2.9.2	Canal de distribución de la competencia directa	47
2.2.9.3	Canal de Distribución Directo Natural Vitality.....	47
2.2.9.4	Canal de distribución de la competencia directa, otras características	47
2.2.9.5	Canal de Distribución Directo Herbalife, Fuxion	47
2.2.9.6	Canal de Distribución Detallista Centro Naturista.....	48
2.2.10	Fuerzas de Porter	48
2.2.10.1	Poder de negociación de los proveedores.....	48
2.2.10.2	Poder de negociación de los consumidores.....	50

2.2.10.3	Amenaza de productos sustitutos	50
2.2.10.4	Amenaza de nuevos competidores.....	51
2.2.10.5	Rivalidad entre los competidores	51
2.3	La Compañía y el Concepto de la Empresa	52
2.3.1	La idea y el modelo de negocio	52
2.3.2	Estructura legal de la empresa	53
2.3.3	Misión, Visión y Objetivos	54
2.4	El Producto y Proyecciones	56
2.4.1	Producto.....	56
2.4.2	Productos Proyectos.....	56
2.5	Estrategia de Ingreso al Mercado y Crecimiento	57
2.5.1	Estrategia de ingreso	57
2.5.2	Estrategia de crecimiento	57
2.6	Análisis FODA	58
2.6.1	Estrategias FODA	58
3.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y SU ANÁLISIS	60
3.1	Investigación Cualitativa	60
3.1.1	Entrevista con expertos	60
3.1.2	Grupos Focales.....	63
3.2	Investigación Cuantitativa.....	66
3.2.1	Encuestas	66
3.3	Mercado Relevante y Cliente Potencial	73
3.3.1	Mercado Objetivo.....	73
3.4	Tamaño de Mercado	76
3.4.1	Demanda	76
3.5	La Competencia y sus Ventajas.....	76
3.5.1	Competencia.....	76
3.5.2	Servicios Sustitutos y Complementarios.....	79
3.6	Participación de Mercado Ventas de la Industria.....	79
3.6.1	Razones por las cuales se preferiría a Gladiador.....	81
3.6.2	Ventas de la industria	82
3.6.3	Evaluación del mercado durante la implementación	82
4.	PLAN DE MARKETING	83
4.1	Estrategia General de Marketing	83
4.2	Objetivos	83
4.2.1	Objetivo General.....	83
4.2.2	Objetivos Específicos.....	83
4.2.3	Marketing MIX.....	84
4.2.4	Niveles de Producto.....	86
4.2.5	Ciclo de vida del producto.....	87
4.2.6	Precio.....	87

4.3	Política de Precios	88
4.3.1	De acuerdo a la competencia	88
4.3.2	De acuerdo a la investigación de mercado.....	88
4.3.3	De acuerdo a los costos de producción.....	88
4.4	Táctica de Ventas	89
4.5	Política de Servicio al Cliente y Garantías	90
4.6	Promoción y Publicidad	90
4.6.1	Publicidad	90
4.6.2	Relaciones Públicas.....	93
4.6.3	Promoción de ventas	94
4.7	Distribución.....	95
4.7.1	Canales de distribución.....	95
5.	DISEÑOS Y PLANES DE DESARROLLO	98
5.1	Estado Actual de Desarrollo y Tareas Pendientes.....	98
5.2	Dificultades y Riesgos	99
5.3	Mejoramiento del Producto y Nuevos Productos.....	101
5.4	Costos de Desarrollo Propyectados	101
5.5	Propiedad Intelectual	102
5.5.1	Costos de Patente	102
6.	PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN.....	104
6.1	Estrategia de Operaciones	104
6.1.1	Características Técnicas y Funcionales de Gladiador	104
6.1.1.1	Características Técnicas.....	104
6.1.1.2	Características Funcionales.....	105
6.1.2	Tiempo que toma producir la bebida de recuperación muscular.....	106
6.1.3	Cuellos de botella en el proceso.....	106
6.1.4	Capacidad máxima de producción.....	107
6.2	Ciclo de Operaciones.....	107
6.2.1	Flujograma de Procesos	109
6.3	Requerimiento de Equipo y Herramientas.....	110
6.4	Instalaciones y Mejoras	112
6.5	Localización Geográfica y Requerimientos de Espacio Físico	115
6.6	Capacidad de Almacenamiento y Manejo de Inventario	118
6.7	Aspectos Regulatorios y Legales.....	120

7.	EQUIPO GERENCIAL.....	123
7.1	Estructura Organizacional	123
7.2	Personal Administrativo Clave y sus Responsabilidades	124
7.3	Compensación a Administradores y Propietarios.....	133
7.4	Política de Empleo y Beneficios.....	133
7.5	Derechos y Restricciones de Accionistas e Inversores	136
7.6	Equipo de Asesores y Servicios.....	139
8.	CRONOGRAMA GENERAL	140
8.1	Actividades Necesarias para poner el negocio en marcha.....	140
8.2	Diagrama.....	142
8.3	Riesgos e Imprevistos	143
9.	RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS.....	145
9.1	Supuestos y Criterios Utilizados	145
9.1.1	Ventas Proyectadas.....	145
9.1.2	Tamaño del Mercado Objetivo.....	145
9.1.3	Crecimiento Esperado de las Ventas.....	145
9.1.4	Número de Personas Requeridas para la Producción	146
9.1.5	Canal de Distribución Utilizado	146
9.1.6	Obtención de Permisos.....	146
9.1.7	Establecimiento Geográfico	147
9.2	Riesgos y Problemas Principales	147
10.	PLAN FINANCIERO.....	150
10.1	Inversión Inicial	150
10.1.1	Activos Fijos.....	151
10.1.2	Activos Diferidos	158
10.1.3	Costos de Producción.....	161
10.1.4	Materia Prima.....	161
10.1.5	Mano de Obra Directa.....	163
10.1.6	Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	164
10.1.7	Gastos de Comercialización	165
10.2	Fuentes de Ingresos	166

10.3	Costos Fijos y Variables.....	167
10.3.1	Costos Variables.....	167
10.3.2	Materia Prima Directa.....	167
10.3.3	Costos Indirectos de Fabricación.....	167
10.3.4	Gastos Administrativos.....	168
10.3.5	Gastos de Ventas.....	168
10.3.6	Costos Fijos.....	169
10.3.7	Mano de Obra Directa y Sueldo Administrativo.....	169
10.3.8	Arriendo.....	169
10.4	Margen Bruto y Margen Operativo.....	170
10.4.1	Margen Bruto.....	170
10.4.2	Margen Operativo.....	170
10.5	Estado de Resultados Actual y Proyectado.....	171
10.5.1	El Ingreso Total.....	171
10.5.2	Costo de Producción.....	172
10.5.3	Gastos Operacionales de Comercialización.....	172
10.5.4	Explicación Estado de Resultados Actual y Proyectado.....	172
10.6	Balance General Actual y Proyectado.....	173
10.7	Estado de Flujo de Efectivo Actual y Proyectado.....	176
10.8	Punto de Equilibrio.....	176
10.9	Control de Costos Importantes.....	180
10.9.1	Estado de Resultado Esperado.....	180
10.9.2	Flujo de Efectivo Esperado.....	181
10.9.3	Índices Financieros.....	181
10.10	Valuación.....	184
10.10.1	Capital Asset Pricing Model.....	184
10.10.2	Valor Actual Neto (VAN).....	185
10.10.3	Recuperación de la Inversión.....	186
10.10.4	Costo/Beneficio.....	186
10.10.5	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	187
11.	PROPUESTA DEL NEGOCIO.....	188
11.1	Financiamiento Deseado.....	188
11.2	Estructura de Capital y Deuda Buscada.....	188
11.3	Capitalización.....	188
11.4	Uso de Fondos.....	189
11.4.1	Activos Fijos.....	189
11.4.2	Activos Diferidos.....	189
11.4.3	Capital de Trabajo.....	190
11.5	Retorno para el Inversionista.....	190

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	191
12.1 Conclusiones.....	191
12.2 Recomendaciones	195
REFERENCIAS.....	197
ANEXOS	202

1 INTRODUCCIÓN

Descripción del negocio, la compañía y el producto:

El giro de negocio, es la inserción en la industria de las bebidas de recuperación muscular con gran contenido de proteínas. Es así que la connotación de la empresa va a ser de Sociedad Anónima, en donde cuyo capital este dividido en acciones negociables conformándose por las aportaciones de los accionistas que respondan únicamente por el monto de sus acciones, el producto que se plantea elaborar y comercializar es una bebida lista para ingerir, la cual mantenga la masa muscular, mejore la recuperación de los músculos, ayude a reforzar el sistema inmunológico y sobre todo prevenga el daño muscular.

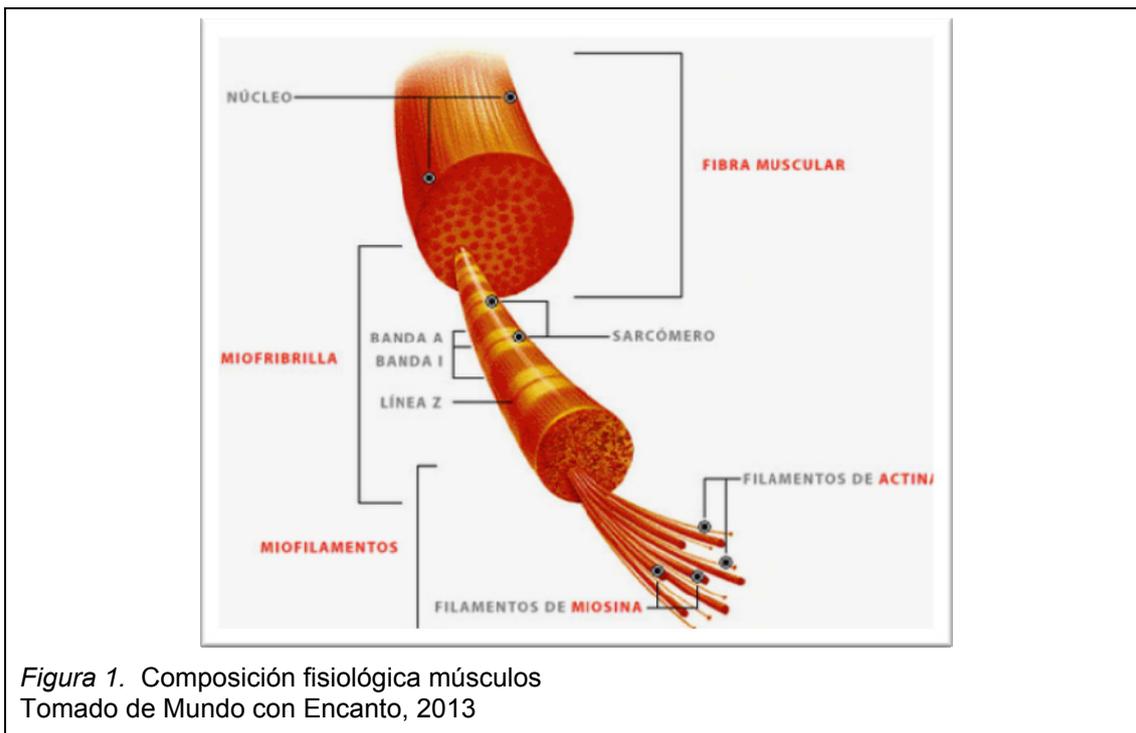


Figura 1. Composición fisiológica músculos
Tomado de Mundo con Encanto, 2013

Los músculos del cuerpo humano están compuestos por fibras musculares, las cuales están constituidas por bandas de actina y miosina que se las conoce fisiológicamente como proteínas contráctiles, al momento de ejercer esfuerzo físico mediante la práctica deportiva o al realizar actividad física las fibras

musculares se desgastan y producen creatina, siendo esta sustancia la que promueve mayor cantidad de proteína contráctil, es por eso que se requiere de la ingesta de suplementos proteicos que ayuden a los músculos de las personas a recuperarlos, restaurarlos y nutrirlos después de culminar con la actividad física o deportiva. Por tal motivo las bebidas de recuperación muscular realizan esta función inmediatamente después de culminar determinada actividad (Mundo con Encanto, 2013).

Oportunidad que el proyecto explota:

En la actualidad en el mercado ecuatoriano las bebidas de recuperación muscular con gran porcentaje de proteínas se encuentran en una etapa de introducción, ya que la única empresa que comercializa un producto de similares características es Natural Vitality, es así que existe un mercado en franco crecimiento, debido a que en la actualidad en el Distrito Metropolitano de Quito y en todo el Ecuador ha surgido una nueva tendencia de realizar deporte o el simple hecho de ejercer actividad física por un periodo mayor a 30 minutos durante tres días a la semana, lo que permite a esta idea de negocio encontrar y explotar un segmento de personas que buscan productos confiables que permitan una ingesta inmediata de proteínas después de sus rutinas físicas y que sea fácil de consumir.

Descripción del mercado objetivo:

Esta clase de productos de recuperación muscular, gracias a sus componentes ayudan a mantener la masa muscular, mejorar la recuperación de los músculos, reforzar el sistema inmunológico y sobre todo prevenir el daño muscular en personas que gustan practicar deportes o realizar actividad física por más de 30 minutos con una frecuencia de tres veces a la semana, es así que mediante un estudio realizado por el Ministerio del Deporte el cual promueve y fomenta el no sedentarismo en el Ecuador comenta que en Quito existe un total de 901.064 habitantes sin distinción de sexo entre el rango de 20

a 44 años de edad, de los cuales solo 243.287 personas realizan actividad física (Ministerio del Deporte, 2010).

Es así que el mercado objetivo de la bebida de recuperación muscular alta en proteínas y lista para beber, vendría a ser personas de entre las edades de 20 a 44 años de edad de un estrato socioeconómico A, B y C+, debido a que son personas que destinan porcentaje de sus ingresos al consumo de esta clase de productos.

Ventaja competitiva:

Los productos de recuperación muscular en polvo se encuentran mejor posicionados en la mente de los consumidores, pero los productos de recuperación muscular en líquido satisfacen una necesidad inmediata en los usuarios, la cual es adquirir una ingesta de proteínas al instante de culminar con alguna rutina deportiva o física, ya que las presentaciones en polvo en su preparación demandan de mayor esfuerzo y se requiere de utensilios de cocina para que el producto no sea grumoso y de fácil deglución.

Por otra parte uno de los principales componentes con los que cuenta esta bebida es la CHÍA, a la cual expertos la consideran como un súper alimento, ya que es una excelente fuente de fibra y antioxidantes, calcio, proteínas y ácidos grasos omega 3 (ácido alfa-linolénico) ALA de origen vegetal (Chía Semillas, 2014).

Es así que este componente de origen vegetal es uno de las principales ventajas competitivas con las que cuenta esta bebida de recuperación muscular, ya que contiene 14 veces más magnesio que el brócoli, 8 veces más Omega-3 que el salmón, 2 veces la cantidad de potasio de los plátanos, 3 veces más antioxidantes que los arándanos, 3 veces más hierro que las espinacas, 2 veces más fibra que cualquier cereal y para finalizar posee 5 veces el calcio de la leche (Chía Semillas, 2014).

Enfoque de mercadeo:

La empresa procura mantener un enfoque de mercadeo dinámico, que permita a la organización satisfacer las necesidades de los consumidores de esta clase de productos, ofreciendo ofertas representativas que ayuden a conservar al cliente satisfecho con la bebida de recuperación muscular, buscando la fidelidad del consumidor y a su vez fomentar la sinergia con todas las áreas de la compañía para que el cliente reciba la mayor atención posible.

Estrategia General de Marketing:

Se utilizará una estrategia de ingreso de Diferenciación, ya que es un producto básicamente nuevo, que se caracteriza por ofrecer condiciones físicas y técnicas totalmente diferentes a los suplementos proteicos presentes en el mercado ecuatoriano, debido a que es una bebida que trata de fomentar una ingesta de proteínas inmediatamente después de culminar con la actividad física o deportiva

Estrategia de Crecimiento:

Se empleará una estrategia de Desarrollo de Mercados, la cual consiste en introducir productos existentes, en este caso una bebida que ya existe en el Distrito Metropolitano de Quito a mercados nuevos que vendrían a ser hombres y mujeres de un estrato socioeconómico A, B y C+ de 20 a 44 años de edad y así dar a conocer todas las características y beneficios que ofrece un producto de recuperación muscular con gran contenido de proteínas listo para beber.

Estrategia de Producto:

Las bebidas de recuperación muscular con gran porcentaje de proteínas en la ciudad de Quito se encuentran en una etapa de Introducción, debido a que existen productos mejor posicionados en la mente de los consumidores, lo que se pretende ofrecer al segmento al cual se atacará es una bebida que rompa

esquemas, que ayude a los usuarios a satisfacer inmediatamente su necesidad de proporcionarse una ingesta de proteínas después de acabar con sus rutinas deportivas o físicas, resaltando los innovadores componentes por los que se caracteriza Gladiador.

Ciclo de vida del producto:

Al determinar con anterioridad que los productos de recuperación muscular en líquido se encuentran en una etapa de Introducción, se utilizará una estrategia de Penetración de Mercado, ya que al estar en una etapa de Introducción la ventas son bajas y lo que se pretende es aumentar los esfuerzos de comercialización de este nuevo producto en el mercado quiteño y de cierta manera generar una necesidad en el segmento objetivo aumentando la participación de mercado.

En la etapa de Crecimiento, en la cual las ventas y por ende la comercialización del producto comienza a subir, se utilizará una estrategia Desarrollo de Mercado con la finalidad de introducir esta bebida en nuevas zonas geográficas del Ecuador.

En la etapa de Madurez, donde las ventas y comercialización del producto comienzan a decaer o simplemente no tienen un crecimiento constante como en tiempos anteriores, se utilizará una estrategia de Desarrollo de Producto con la finalidad de seguir incrementando la participación de la empresa en la distribución comercial de la bebida de recuperación muscular, que permita a la organización permanecer en esta etapa el tiempo más largo posible.

Estrategia de Precios:

La estrategia de precios que se implementará es la de Penetración, con la finalidad de establecer un precio inicial bajo y de tal manera poder alcanzar una cuota de mercado rápida, enfocándonos en tener una gran acogida por parte del segmento que estamos tratando de abarcar.

Factores económicos, operacionales y punto de equilibrio:

Factores Económicos:

Al momento de implementar en el país una nueva idea de negocio se debe tomar en cuenta algunos factores económicos que pueden fomentar o perjudicar la creación de una organización en el Ecuador.

El producto interno bruto (PIB), inflación, tasa de interés, desempleo y riesgo país son factores económicos que se deben analizar al momento de establecer una empresa en el país, debido a que son factores que deben tener un análisis previo con la finalidad de constatar las condiciones económicas que presenta el Ecuador y la estabilidad económica que el gobierno ofrece a los posibles generados de empleo en el país.

Factores Operacionales:

Los factores operacionales tienen una relación muy íntima con la producción de la bebida de recuperación muscular, ya que elementos como la maquinaria y la mano de obra son indispensables al momento de elaborar este producto.

Punto de Equilibrio:

El punto de equilibrio se lo utiliza para determinar la igualdad de los Ingresos Totales con los Costos que se generan en la elaboración de la bebida de recuperación muscular, dando referencia al estado en el que la empresa ni pierde, ni gana dinero, generando una rentabilidad de cero.

Es así que se debe determinar los costos fijos de la empresa, los costos variables por unidad de producto producido y el precio que se establecerá de venta al público para de tal manera poder calcular el Punto de Equilibrio de Gladiador.

Tabla 1. Punto de Equilibrio de Gladiador.

Cantidad	Precio de Venta	Ingreso Total	Costo Fijo	Costo Unitario Variable	Costo Variable	Costo Total	Utilidad
0	\$2.50	\$0.00	\$76,792.20	\$1.23	\$0.00	\$76,792.20	-\$76,792.20
15125	\$2.50	\$37,813.37	\$76,792.20	\$1.23	\$18,615.32	\$95,407.52	-\$57,594.15
30251	\$2.50	\$75,626.74	\$76,792.20	\$1.23	\$37,230.64	\$114,022.84	-\$38,396.10
60501	\$2.50	\$151,253.48	\$76,792.20	\$1.23	\$74,461.28	\$151,253.48	\$0.00
121003	\$2.50	\$302,506.95	\$76,792.20	\$1.23	\$148,922.55	\$225,714.75	\$76,792.20
242006	\$2.50	\$605,013.90	\$76,792.20	\$1.23	\$297,845.10	\$374,637.30	\$230,376.60
484011	\$2.50	\$1,210,027.80	\$76,792.20	\$1.23	\$595,690.20	\$672,482.40	\$537,545.40

El punto de equilibrio de Gladiador es de 60.501 unidades o de \$151,253.48 dólares de ingreso total, a un precio establecido con anterioridad por la investigación de mercado de \$2.50 dólares.

Sostenibilidad:

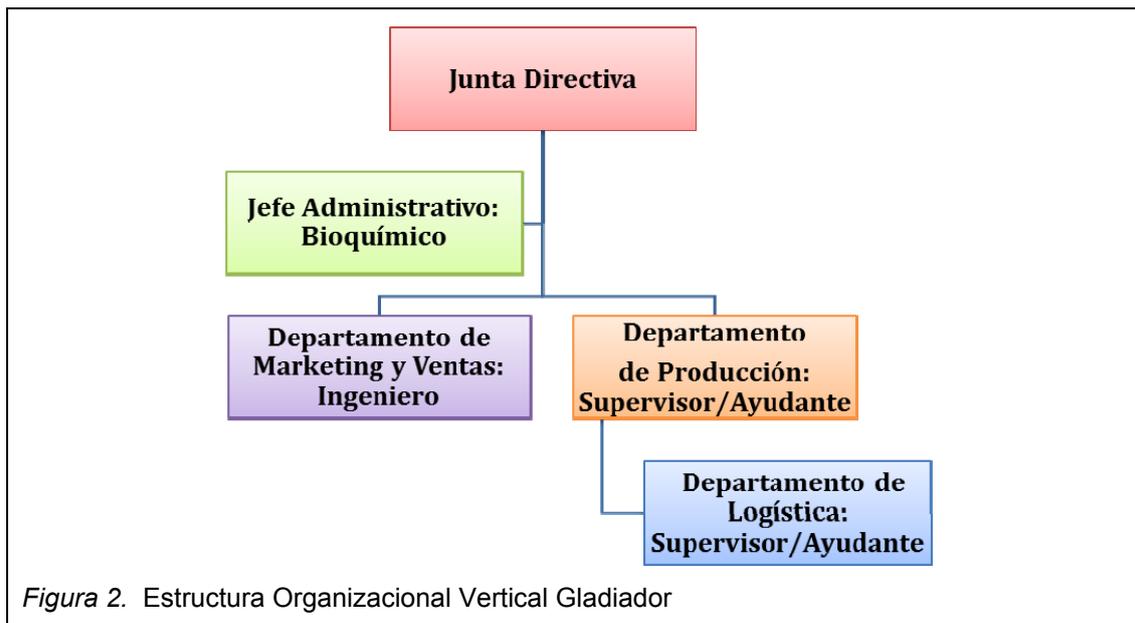
Es una empresa que busca ser sostenible en el tiempo con el consumo de los recursos naturales tanto renovables como no renovables, mediante una producción que no afecte al medio ambiente y que ayude a mantener intactas las necesidades de las futuras generaciones.

El consumo del agua y de la energía eléctrica debe ser manejada de una manera consiente, que permita a la organización contribuir con el desarrollo del medio ambiente.

El equipo de trabajo:

La empresa Gladiador contará con un pequeño equipo de trabajo, debido a que en al inicio se cuenta con un capital limitado:

Se implementará una estructura organizacional “vertical” que nos permita demostrar la vinculación que existe entre sí dentro de los departamentos a lo largo de las líneas de autoridades principales.



Elementos financieros destacados:

Se debe determinar algunos elementos para la implementación de la planta de producción y la parte administrativa de la empresa:

- Planta de Producción: maquinaria, y los diferentes implementos que se requieran en la elaboración y almacenamiento de la bebida.
- Área Administrativa: implementos de oficina y la tecnología que se requiere para mantener una adecuada administración y promoción de la empresa.

Necesidades de capital y propuesta de negocio:

La empresa Gladiador debe cuantificar el capital de trabajo que se necesita para comenzar con esta idea de negocio, es así que se debe determinar los costos unitarios de la bebida de recuperación muscular y a su vez constatar los costos fijos por medio de la estimación de los costos de producción de materia prima e insumos, mano de obra por bebida, permitiendo distribuir los costos financieros, gastos generales, gastos administrativos y otros gastos, que

normalmente son mensuales o anuales y determinar el costo unitario total por producto.

Es así que otros de los aspectos que se debe determinar son los implementos tanto de oficina como de producción involucrando la tecnología que se requiere para elaborar una bebida de recuperación muscular de alta calidad.

1.1 ASPECTOS GENERALES

1.1.1 Antecedentes

Desde el año 2002, la Organización Mundial de la Salud (OMS) celebra cada 6 de abril el Día Mundial de la Actividad Física, considerándolo en el año 2013 como la “Actividad Física sin Barreras”, la cual trata de fomentar el ejercicio en todos los seres humanos (La Hora, 2013).

En el Ecuador la organización Red de Actividades Físicas para las Américas (RAFA) que se encarga de organizar a los países de la región con la finalidad de incentivar la actividad física, debido a que el nivel de sedentarismo en Latinoamérica va en aumento. El coordinador de RAFA en Ecuador Enrique Chávez mencionó que el sedentarismo en el país se encuentra en niveles muy altos, por lo que la actividad física se fomenta en la ciudadanía con muchos eventos como: ciclo paseos, caminatas y aprendiendo en movimiento (La Hora, 2013).

Programas como Ejercítate Ecuador fomentados por el Ministerio del Deporte en todas las provincias del Ecuador, que tratan de eliminar los niveles de sedentarismo en el país con programas de bailoterapia, permiten a la sociedad ecuatoriana disfrutar de programas de alta calidad (Ministerio del Deporte, 2014).

Es así que uno de los principales objetivos del Ministerio del Deporte es fomentar los lineamientos para la aplicación de la práctica deportiva que

permita el perfeccionamiento de los fundamentos técnicos, tácticos y psicológicos para cada deporte, buscando el desarrollo de la ciudadanía por medio del deporte (Ministerio del Deporte, 2014).

En la actualidad las personas adquieren asesoría sobre los beneficios, cualidades y todo lo que demanda ingerir suplementos proteicos, día a día esta clase de productos tienen gran aceptación por parte de los consumidores que realizan deporte o actividad física, con el objetivo de mejorar y ayudar a su organismo a rendir de mejor manera.

Estas nuevas tendencias de algunos organismos y de los gobiernos de fomentar la actividad física y el deporte en la ciudadanía ecuatoriana, permite que productos de recuperación muscular tengan mercado y a su vez que las bebidas de estas características puedan satisfacer una necesidad inmediata de ingerir una fuente de proteínas después del ejercicio.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

- Determinar la factibilidad al momento de implementar una empresa especializada en el país, la cual se dedique a la producción y comercialización de una bebida de recuperación muscular.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar los factores externos del país que puedan afectar o fomentar el desarrollo del producto.
- Efectuar un adecuado canal de distribución, que permita a la empresa comercializar el producto en los principales autoservicios de la ciudad de Quito.

- Realizar un análisis de los factores internos como externos que pueden condicionar o favorecer el desarrollo de una nueva empresa.
- Desarrollar una investigación de mercado, que permita constatar la factibilidad al momento de incursionar en el mercado de las bebidas de recuperación muscular.
- Determinar las regulaciones establecidas por el organismo rector.
- Realizar un plan de marketing, que permita a la organización comunicar sobre la bebida de recuperación muscular.
- Efectuar un plan de diseño y operaciones con la finalidad de desarrollar la bebida de recuperación muscular.
- Identificar el equipo gerencial y de trabajo, que ayude a la organización a determinar las funciones de cada uno de ellos.
- Formar un cronograma de actividades, que oriente a la empresa a la consecución de cada una de sus acciones.
- Constatar los posibles riesgos e imprevistos en el proceso de elaboración de la bebida.
- Elaborar un plan financiero de Gladiador, sobre la posible inversión y financiamiento del producto, que ayude a constatar la factibilidad del proyecto.

1.3 HIPÓTESIS

Determinar la factibilidad de inversión en una microempresa productora y comercializadora de bebidas de recuperación muscular bajo la marca Gladiador.

Las personas que realizan deporte o actividad física, necesitan una ingesta de proteínas inmediatamente después de someterse a gran esfuerzo físico. Por tal motivo analizando esta necesidad en el mercado quiteño, se procedió a indagar e investigar sobre suplementos proteicos que puedan satisfacer esta necesidad, es así que se determinó implementar una empresa productora y comercializadora de bebidas de recuperación muscular, con la finalidad de fomentar en los consumidores una nutrición al instante.

2 LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

2.1 LA INDUSTRIA

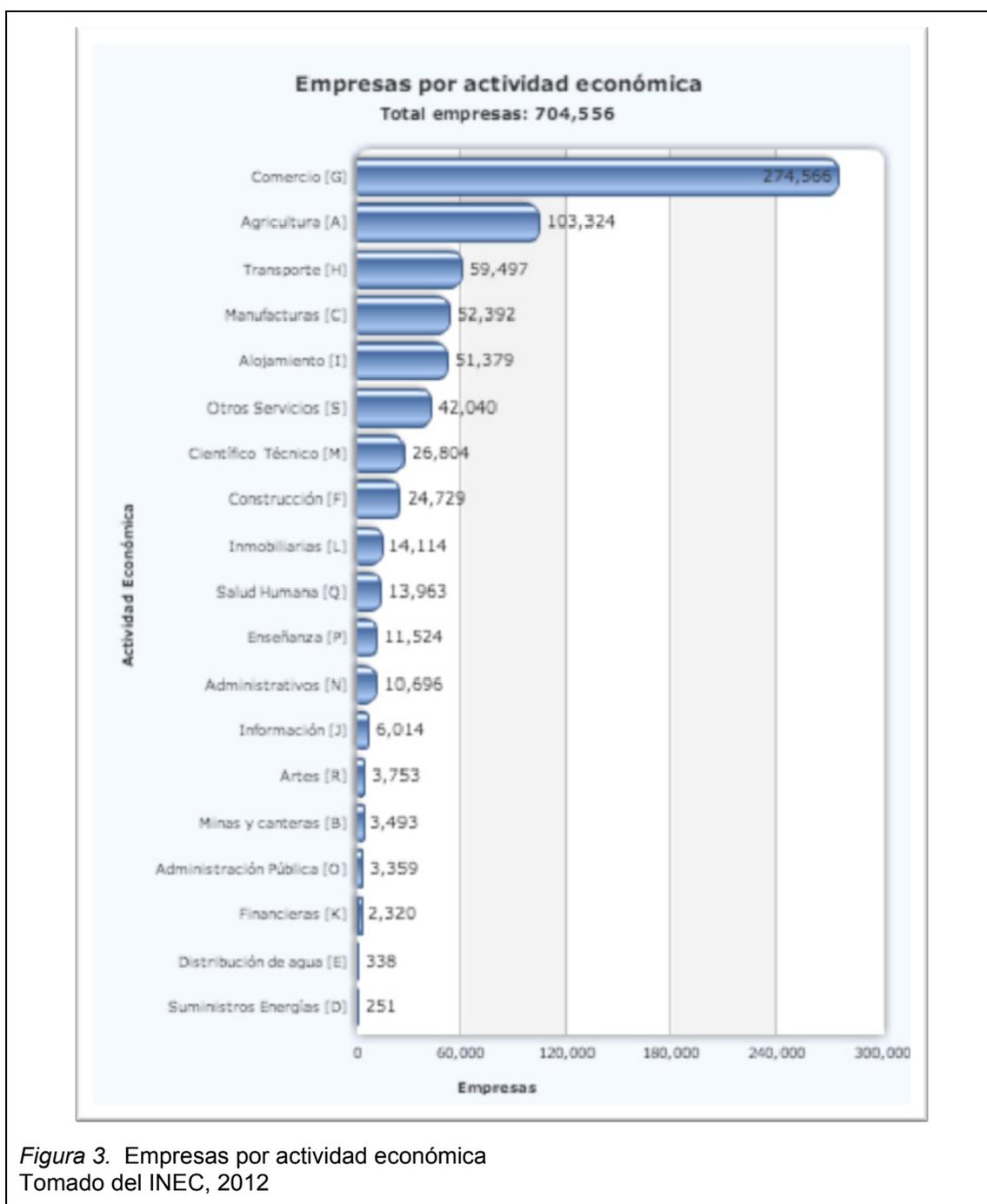
Según la Clasificación Nacional Central de Productos la estructura esquemática por secciones (un dígito) de la bebida de recuperación muscular se encuentra en el dígito número (2) que hace referencia a los productos alimenticios, bebidas y tabaco; textiles, prendas de vestir y productos de cuero.

En la estructura esquemática por divisiones (dos dígitos) la bebida de recuperación muscular pertenece al dígito (24) con el nombre de bebidas.

En la estructura esquemática por grupos (tres dígitos) el producto a comercializarse y producirse pertenece al dígito (244), que pertenece a las bebidas no alcohólicas; aguas minerales embotelladas.

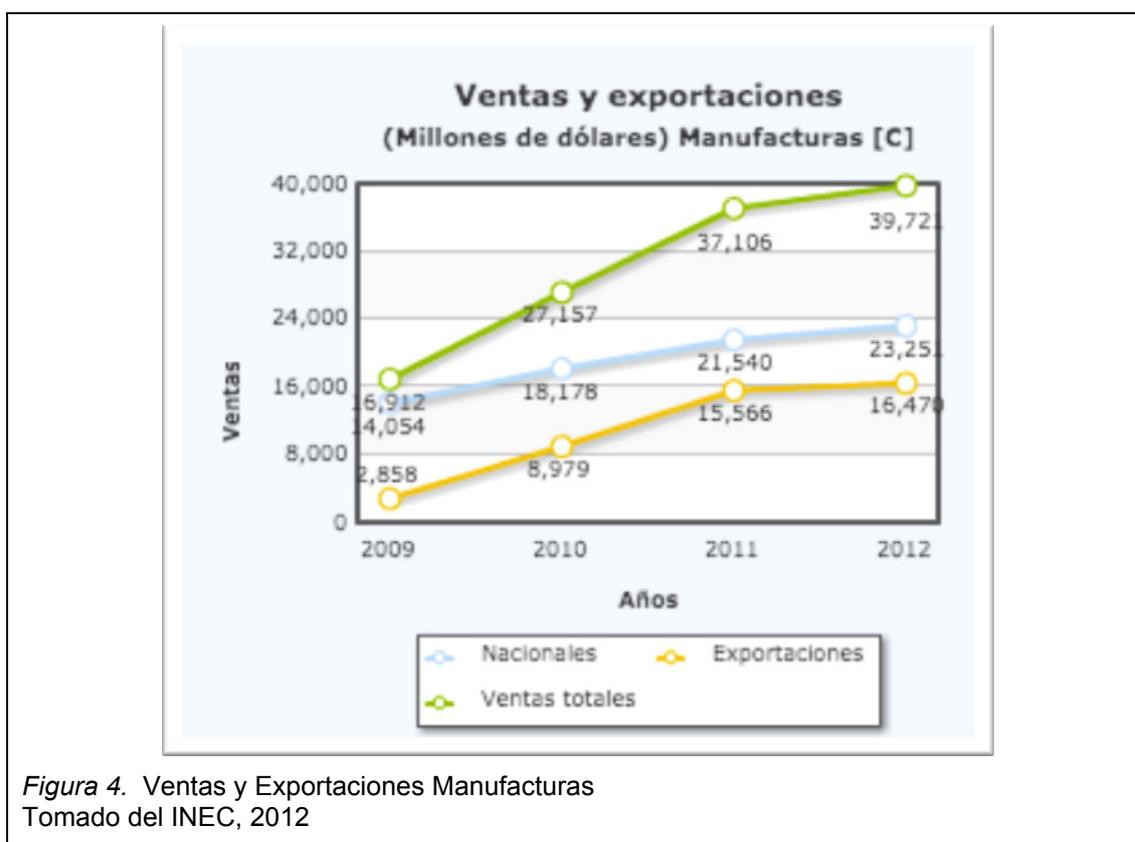
Por lo tanto según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU4) el plan de negocio el cual se esta planteando pertenece a la categoría (C1104.01) Elaboración de bebidas no alcohólicas embotelladas (excepto cerveza y vino sin alcohol): bebidas aromatizadas y/o edulcoradas: limonadas, naranjadas, bebidas gaseosas (colas), bebidas artificiales de jugos de frutas (con jugos de frutas o jarabes en proporción inferior al 50%), aguas tónicas, gelatina comestible, bebidas hidratantes, etcétera.

2.1.1 Tamaño de la industria



La Industria de Manufacturas que es en donde se incursionará con el modelo de negocio propuesto cuenta con un total de 52.392 empresas que conforman este núcleo económico, es así que esta industria desde el año 2009 ha obtenido ventas totales de \$16.912 millones de dólares al año 2010 con ventas

totales de \$27.157 millones de dólares, dando como resultado un incremento del 37.72%, en el período 2011 se registraron ventas totales de \$37.106 millones de dólares y un incremento del 26.81%, finalmente en el año 2012 se produjeron ventas totales de 39.721 millones de dólares y un crecimiento porcentual del 6.5%, lo que permite constatar que en los tres primeros años de registro existe un crecimiento constante, pero en el último período esta industria presentó un declive en sus ventas (INEC, 2012).



2.1.2 Ciclo de vida de la industria

La industria de las Manufacturas en ventas y exportaciones se a mantenido en un constante crecimiento desde el año 2009 hasta el año 2011 a pesar de que el periodo 2012 las ventas totales no mantuvieron el mismo crecimiento según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Es así que la industria de las Manufacturas se encuentra en la etapa de crecimiento del ciclo de vida, ya que existe una expansión en ventas y exportaciones de esta industria por medio de las 52.392 empresas que conforman esta actividad económica, que a permitido a la industria de las Manufacturas mantener su crecimiento y ser la segunda en ventas en el medio ecuatoriano. Por lo tanto las bebidas de recuperación muscular se encuentran en una etapa de Introducción, debido a que la empresa que se desea implementar sería una de la pioneras en la comercialización de esta clase de productos (INEC, 2012).

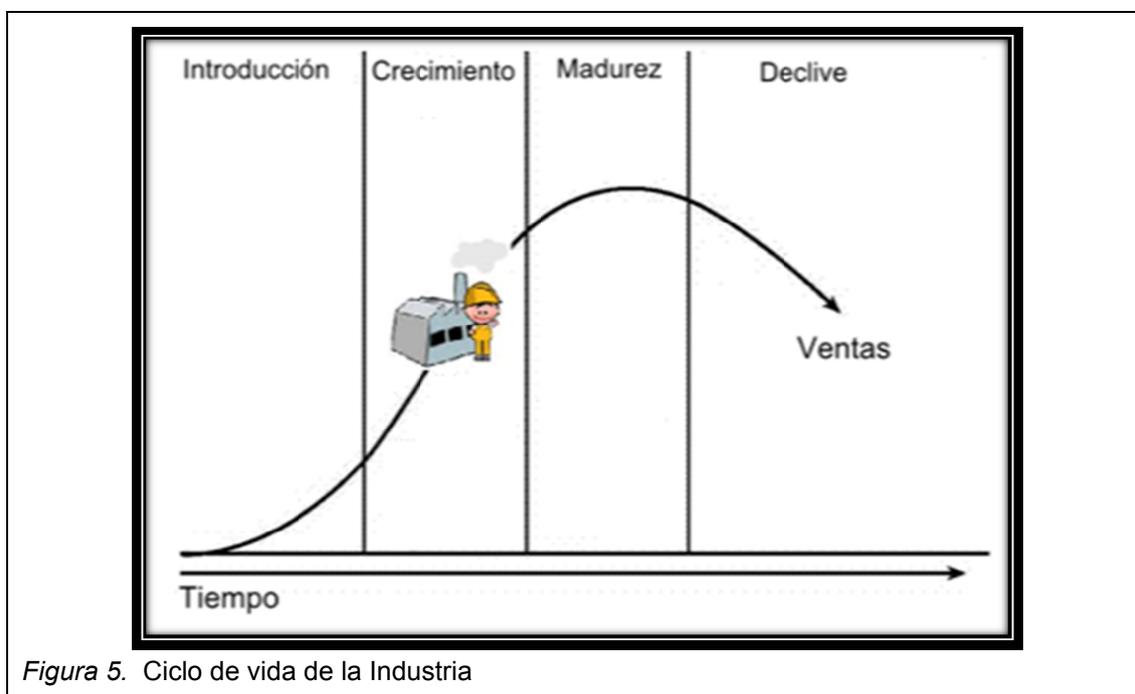


Figura 5. Ciclo de vida de la Industria

2.1.3 Atractivo de la industria

Según datos proporcionados por la Superintendencia de Compañías y Valores, el sector económico al cual pertenece la idea de negocio es: Industrias Manufactureras (C), subsector económico Elaboración de bebidas (C11) y la actividad económica a la que se pertenece es: Elaboración de bebidas no alcohólicas embotelladas (excepto cerveza y vino sin alcohol): bebidas aromatizadas y/o edulcoradas: limonadas, naranjadas, bebidas gaseosas (colas), bebidas artificiales de jugos de frutas (con jugos de frutas o jarabes en

proporción inferior al 50%), aguas tónicas, gelatina comestible, bebidas hidratantes, etc. (C1104.01). (Superintendencia de Compañías y Valores, 2012)

La actividad económica (C1104.01), que es en donde se involucrará la bebida de recuperación muscular existen un total de 42 empresas que se dedican a la comercialización, elaboración, importación, exportación y embotellamiento de bebidas no alcohólicas, el modelo de negocio que consiste en la producción y comercialización de una bebida de recuperación muscular de proteínas lista para beber entra en esta categoría a pesar de que no existe una sola empresa en este sector económico que se dedica a este giro de negocio, debido a que en el país solo la empresa Natural Vitality ofrece un producto de similares características y se encuentra involucrada en la industria de Comercio, con la siguiente actividad económica (G4772.12), el cual es Venta al por menor de productos naturistas en establecimientos, por otra parte las empresas Herbalife y Fuxion ofrecen productos que cumplen la misma función pero en presentaciones distintas (Polvo), también pertenecen a la misma industria Comercio, pero realizan otra actividad económica (G4610.07), que hace referencia a los Intermediarios del comercio de productos alimenticios, bebidas y tabacos (INEC, 2012).

2.2 ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA

2.2.1 Competencia

La bebida de recuperación muscular con gran contenido de proteínas, tiene como principal competencia a la empresa Natural Vitality, ya que comercializa una bebida de similares características, pero se encuentra involucrada en otra actividad económica la venta al por menor de productos naturistas en establecimientos, ya que ellos comercializan su bebida y todos sus productos en sus propios locales y no en autoservicios que sería la manera de comercializar Gladiador, es por eso que la idea de negocio propuesta esta

inmersa en otra actividad económica, la cual es la comercialización, elaboración, importación, exportación y embotellamiento de bebidas no alcohólicas.

Por otra parte las empresas Herbalife y Fuxion, que ofrecen productos de recuperación muscular en otras presentaciones (Polvo), se encuentran involucradas en la siguiente actividad económica: intermediarios del comercio de productos alimenticios, bebidas y tabacos, que se caracteriza por crear redes de mercadeo y son productos que no se pueden adquirir en autoservicios.

Directa similares características:

En el mercado ecuatoriano las bebidas de recuperación muscular ricas en proteínas y listas para beber se encuentran en una etapa de introducción, ya que existe solo una empresa en la actualidad que se dedica a la producción y comercialización de esta clase de productos (Natural Vitality), por tal motivo la idea de negocio planteada cumple como principal fortaleza involucrarse en un sector económico de poca explotación.

LIQUID AMINO: la empresa Natural Vitality considera a su producto como un concentrado líquido de acción rápida que proporciona gran cantidad de aminoácidos esenciales y no esenciales, esta bebida contiene 50 ml con un total de 22 gramos de proteína, sus componentes son elaborados de forma natural de la gelatina hidrolizada y proteína aislada de suero de leche. (Natural Vitality, 2011)

Es un producto que se caracteriza por ayudar en la simplificación de proteínas en el organismo, y por lo general permite la conformación de proteínas estructurales, enzimas, hormonas y neurotransmisores. La fórmula incluye arginina que ayuda al crecimiento, prolina y glicina, que permiten la formación de colágeno. (Natural Vitality, 2011)

Directa características distintas:

Existe competencia directa, la cual se encuentra muy posicionada en el mercado ecuatoriano los cuales ofrecen productos de recuperación muscular en otras presentaciones (Polvo), que cumplen la misma función que las bebidas, pero satisfacen necesidades diferentes.

Natural Vitality:

Es una empresa que tiene como principal iniciativa demostrar la calidad de su servicio a la comunidad ecuatoriana por medio de excelentes opciones en el ámbito de la salud.

Es así que esta empresa inicia su actividad en 1992 y en base a un crecimiento sostenido y seriedad en sus principales negociaciones de distribución, por lo que importantes empresas a nivel internacional ceden la representación y comercialización de sus marcas y productos, satisfaciendo así, necesidades especiales del mercado ecuatoriano al ofrecer innovadoras opciones. (Natural Vitality, 2011).

Amino SoftGels: es un frasco con 100 cápsulas blandas con aminoácidos esenciales creado para deportistas, adolescentes en fase de crecimiento, pacientes en fase de recuperación, dietas con baja ingesta de proteínas y principalmente quienes demandan mayor cantidad de aminoácidos (Natural Vitality, 2011).

Iso Sensation: este producto se lo usa para realizar en forma temporal o regular la nutrición con la finalidad de una mayor ingesta de proteínas en deportistas o en situaciones médicas específicas (Natural Vitality, 2011).

Isopreme: este producto en polvo esta indicado para ser usado en forma temporal o regular, para personas que necesitan mayor requerimiento proteico

como deportistas o situaciones médicas específicas, se lo administra mediante sonda (Natural Vitality, 2011).

Prostar Whey Protein: producto en polvo destinado para los atletas, esta proteína contiene aminoácidos esenciales y no esenciales para recuperar el músculo después de ejercicios intensos de larga o corta duración (Natural Vitality, 2011).

Protein Isolate: es una proteína de trigo, que ayuda a incrementar la masa muscular y refuerza el sistema inmunológico gracias a su alto contenido en aminoácidos esenciales y no esenciales, es generado mediante la proteína del trigo permite la construcción y regeneración de tejidos musculares, colágeno y elastina (Natural Vitality, 2011).

Whey Supreme: se lo considera un batido nutricional para las personas que llevan un estilo de vida activo, esta creado para toda clase de deportista, ya que ayuda al mantenimiento, crecimiento, y tonificación muscular, permite fortalecer a los músculos afectados y debilitados (Natural Vitality, 2011).

Fuxion:

Es una empresa de origen peruana que se dedica a la producción de alimentos nutracéuticos por medio de la utilización de avances de la biotecnología y los conocimientos de milenarias culturas andinas, amazónicas y asiáticas, con la finalidad de cumplir una promesa simple, pero trascendente, mejorar la calidad de vida de las personas que utilizan estos productos (Fuxion, 2013).

Pre Sport: es una bebida en polvo sabor a limón, previene del dolor, prepara al organismo para la actividad física y da energía al máximo (Fuxion, 2013).

Post Sport: es una bebida en polvo sabor a durazno mandarina, ayuda a recuperar los músculos después de ser sometidos a grandes cantidades de ejercicio físico (Fuxion, 2013).

BioPro+Sport: es una bebida instantánea en polvo con cero grasas y cero carbohidratos, permite incrementar la masa muscular en el corto plazo y provee al deportista del 100% de la proteína diaria que el cuerpo requiere (Fuxion, 2013).

Herbalife:

Es una compañía de nutrición y comercialización de productos para el cuidado personal, destinados a promover una mejor calidad de vida y bienestar general. Se encuentran en el mercado 34 años, por lo que Herbalife es considerada una empresa innovadora, ofreciendo alta calidad en más de 90 países por medio de su canal de distribución, el cual es independiente (Herbalife, 2014).

Nutritional Shake: es una proteína personalizada en polvo con nutrientes esenciales como la soya y la fibra con vitaminas antioxidantes C y E, con más de 100 calorías por porción y con sabores tales como: vainilla, chocolates, fresa y cookies & cream (Herbalife, 2014).

Proteína Personalizada en Polvo: es una Combinación de proteína de soya y proteína de suero de leche, su principal beneficio es mejorar la masa muscular magra, se la emplea en forma de batido con la comida de la elección de los usuarios (Herbalife, 2014).

Centro Naturista:

Es un empresa que se dedica a la venta de productos en el ámbito de la salud y la belleza, mantiene en sus tiendas gran cantidad de productos naturales y de marcas internacionales, el centro naturista ofrece medicina y productos de alta calidad (Quicentro, 2014).

Creatine Plus: bebida en polvo a base de monohidrato de creatina y aminoácidos. Contiene L-glutamina, que ayuda ha mantener la masa muscular y evitar la perdida de la misma. (GNC, 2014)

Creadrive Fruit Punch: es una bebida en polvo mediante complementos a base de creatina, combina la creatina con los hidratos de carbono. (GNC, 2014)

Amplified Creatine XXX – Blue Raspberry: es comercializada como un complejo que transforma 10 gramos de creatina micronizada con un recuperador del glucógeno muscular a base de dextrosa, se la utiliza con la finalidad de recuperar las reservas tras el entrenamiento de rápida absorción y asimilación. (GNC, 2014)

Nitro Tech Performance Series – Chocolate, Vainilla y Fresa: es una proteína en polvo realizado a base del suero de leche, es un constructor muscular, creado para todos los deportistas que están buscando conseguir más músculo, más fuerza y mejor rendimiento. (GNC, 2014)

ON 100% Whey Gold Standard – Chocolate, Vainilla y Fresa: es considerado una proteína de suero de leche de gran valor biológico, proporciona energía a los músculos y permite el incremento de la masa muscular en los usuarios. (GNC, 2014)

Nitro Tech Performance Series – Chocolate, Vainilla y Fresa: es una proteína en polvo realizado a base del suero de leche, es un constructor muscular, creado para todos los deportistas que están buscando conseguir más músculo, más fuerza y mejor rendimiento (GNC, 2014).

Productos Naturales: como la levadura de la cerveza, spirulina y salvado de avena que son productos en polvo que gracias a sus condiciones ayudan al organismo a mejorar su rendimiento muscular.

Característica de la Industria de la Competencia:

Tanto Gladiador como a las principales empresas a las que se las considera competencia directa de las que existe registro en la Superintendencia de

Compañías (Natural Vitality, Fuxion, Herbalife), pertenecen a la misma industria de Comercio, pero con diferentes actividades económicas:

Natural Vitality: (G4772.12) su objeto social es la Comercialización y Difusión de Productos Naturales Suplementos Alimenticios Vitaminas Minerales Homeopáticos Cosméticos Perfumería bajo cualquier forma o presentación; podrá establecer casas de representación, Distribuidoras, Farmacias y Establecimientos, en esta actividad económica hay registro de un total de 20 empresas que se dedican a este giro de negocio, siendo uno de la más representativas Natural Vitality, ya que ellos comercializan sus productos al por menor en sus propias oficinas, tratando de ofrecer a sus consumidores un soporte científico (Superintendencia de Compañías y Valores, 2014).

Fuxion y Herbalife: (G4610.07) en esta actividad económica existe un total de 57 empresas involucradas, estas organizaciones tienen un modelo muy parecido al momento de comercializar sus productos, ya que se las considera redes de mercadeo, en las cuales se tiene que convencer a un trío de personas para afiliarse a esta empresa cada mes haciendo lo mismo que sus miembros antiguos realizan y por cada afiliado que se consiga se les pagaría un porcentaje (El Diario de Chaucer, 2013)

2.2.2 Cadena de valor de la industria

La Cadena de Valor industrial, se la considera como el grupo de actividades que proporcionan valor desde la obtención de la materia prima hasta la terminación del producto.

Tabla 2. Cadena de Valor de la Industria

Cadena de Valor de la Industria				
Cadena de Valor del Proveedor	Cadena de Valor de la Empresa	Cadena de Valor del Distribuidor	Cadena de valor del Comprador	Cadena de Valor del Consumidor
Criadero de vacas lecheras	Verificación del estado del polvo del suero de la leche	Refrigeración o almacenamiento del producto	Generar valor agregado al producto final	Determinar el perfil del cliente potencial
Elaboración y Adquisición de alimentos	Verificación del estado de la cocoa en polvo	Control de la exposición del producto	Estrategia de ventas, producto, diferenciación y servicio	Producto que genere expectativa
Cheque preventivo y correctivo del ganado	Verificación de la semilla de la Chía	Normas de control de la imagen del producto	Publicidad persuasiva	Satisfaga las necesidades
Ordeño del ganado	Análisis de los insumos químicos	Manipulación del producto	Descuentos de introducción	Confiability
Elaboración del queso	Análisis infusión de CHÍA	Presentación física del producto	Producto confiable	Resultados
Proceso de obtención del suero de la leche en polvo	Manipulación de los productos	GLADIADOR Nutrición al Instante		
Elaboración productos químicos	Control y cuidado de los productos			
Elaboración empaques y botellas	Proceso de almacenamiento			
Sembríos de cacao.	Control preventivo y correctivo de la maquinaria			
Cultivo de los sembríos	Comienzo del proceso productivo			
Control, cosecha de los cultivos	Control de calidad			
Elaboración de cocoa en polvo	Llenado y empaque			
Sembríos de CHÍA, cultivo y procesamiento	Producto terminado			
Elaboración de la semilla de la Chía	Comercialización			

2.2.3 Factores económicos y regulatorios

Determinar los factores económicos que pueden favorecer o condicionar el desarrollo de una bebida de recuperación muscular en la industria ecuatoriana.

Producto Interno Bruto (PIB):

De acuerdo a estudios realizados por el Banco Central del Ecuador, el Producto Interno Bruto (PIB) del país tuvo un crecimiento en el primer trimestre del 2014 del 4.9% en comparación al primer trimestre del año 2013 y por consiguiente una alza del 0.5% del trimestre que paso. Siendo una característica constante de que en los últimos 6 años el país ha mantenido un crecimiento en su economía del 5% (Banco Central del Ecuador, 2014).

Cabe recalcar que los factores que influenciaron el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador en el primer trimestre del año 2014 fueron actividades no petroleras como por ejemplo: Construcción, Manufactura y el Comercio (Banco Central del Ecuador, 2014).

PIB REAL:

Tabla 3. PIB REAL

PIB REAL		
AÑO	Miles USD	CRECIMIENTO
2000	37.726.410	-
2001	39.241.636	4%
2002	40.848.994	4%
2003	41.961.262	3%
2004	45.406.710	8%
2005	47.809.319	5%
2006	49.914.615	4%
2007	51.007.777	2%
2008	54.250.408	6%
2009	54.557.732	1%
2010	56.112.385	3%
2011	60.279.286	7%
2012	63.293.398	5%

Tomado del Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2013

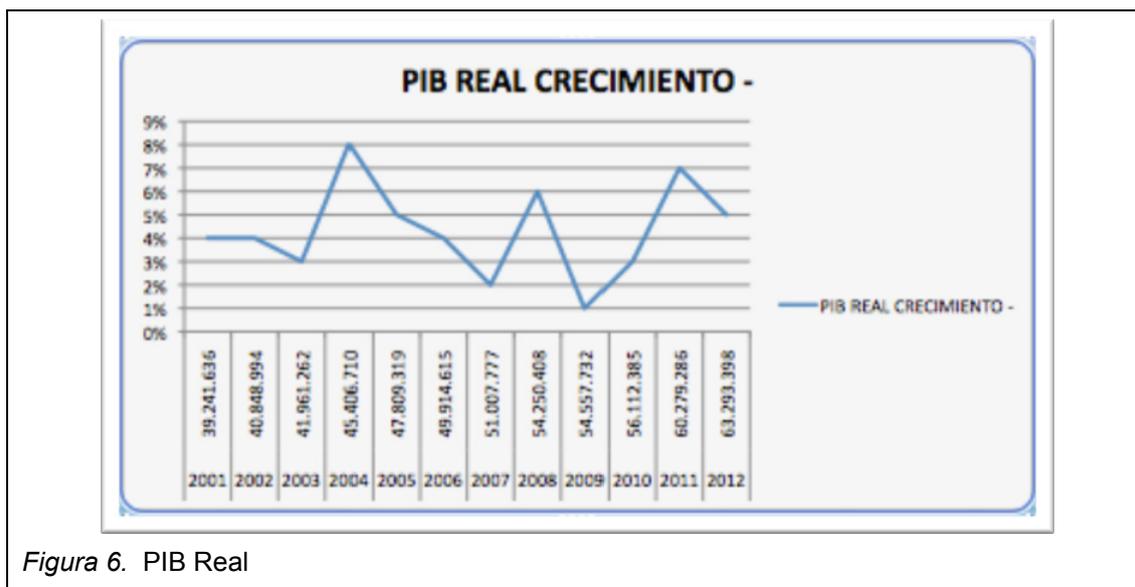


Figura 6. PIB Real

Se puede evidenciar en la figura 6, que ha existido un crecimiento en el PIB Real desde el año 2000 que es el primer periodo de registro del Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, el cual menciona todos los bienes y servicios producidos en el Ecuador sin contar con la inflación, que en ese año fue de \$37.726.410 millones de dólares aumentando paulatinamente durante más de una década hasta casi duplicarse en el año 2012 con un valor de \$63.293.398 millones de dólares.

PIB PER CAPITA:

Tabla 4. PIB Per Capita

PIB PER CAPITA		
Año	Miles USD	Crecimiento
2000	3.010.60	-
2001	3.062.26	1.72%
2002	3.119.79	1.88%
2003	3.150.35	0.98%
2004	3.350.59	6.36%
2005	3.484.31	3.99%
2006	3.574.37	2.58%
2007	3.588.57	0.40%
2008	3.748.42	4.45%
2009	3.701.72	-1.25%
2010	3.737.78	0.97%
2011	3.948.49	5.64%
2012	4.077.93	3.28%

Tomado del Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2013.

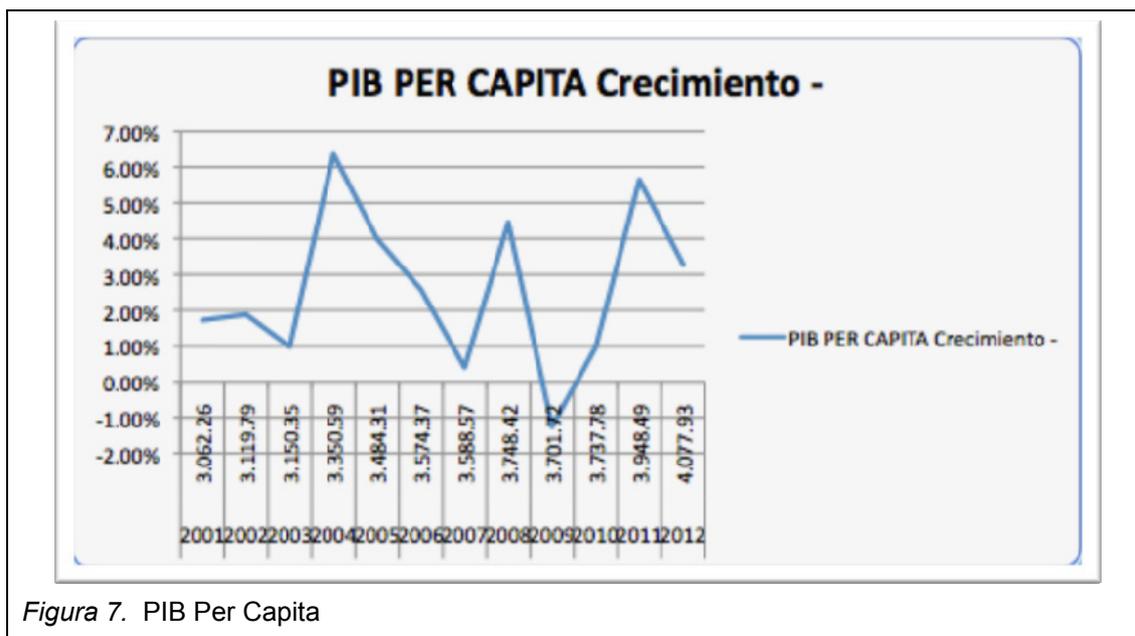


Figura 7. PIB Per Capita

El PIB per Cápita se calcula mediante la división del Producto Interno Bruto del Ecuador y su determinada población, en este caso este indicador ha ido en aumento desde el año 2000 hasta el periodo 2009 que surgió un descenso, a partir de ese registro en futuros años el PIB per Cápita se ha mantenido en constante evolución.

Inflación:

En el Ecuador el incremento sostenido y global de los precios tanto de bienes y servicios que se encuentran en el mercado a partir del periodo 2012 es el siguiente.

Según la fuente consultada Banco Central del Ecuador en Septiembre del 2012 la inflación en el país alcanzo un 5.22% siendo la más alta durante ese periodo y en los siguientes dos años, en el mes de Septiembre del año 2013 la inflación fue del 1.71% siendo la más baja de ese periodo y en los siguientes meses. En la actualidad a partir de Enero del 2014 la inflación se estableció en 2.92% aumentando constantemente durante los siguientes meses hasta Septiembre que es el último mes de registro con una inflación del 4.19% (Banco Central del Ecuador, 2014).

Es así que en la actualidad el país mantiene una inflación del 4.19% siendo una de las más bajas de toda Sudamérica superada solo por la del país vecino Colombia, lo que nos permite constatar que el Ecuador durante los últimos tres años ha tenido una inflación máxima del 5.22% considerada como baja haciendo referencia a otros países de la región (Banco Central del Ecuador, 2014).

Tabla 5. Inflación Ecuador

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %

Tomado del Banco Central del Ecuador, 2014

Tasas de interés:

La tabla proporcionada por el Banco Central del Ecuador sobre la tasa de interés activa que se encuentra en un 8.17% y la tasa pasiva en un 5.14%. Es una información muy útil ya que si se necesita solicitar un crédito en cualquier entidad bancaria del país es importante saber cuál va a ser el valor cobrado por las instituciones bancarias al momento de solicitar un préstamo con su tasa activa y la tasa pasiva que nos permite ganar cierto porcentaje al momento de

depositar dinero en determinada cuenta. La tasa de interés activa en el Ecuador desde el 2012 se ha mantenido estable; en Julio del 2014 la tasa de interés activa más alta fue de 8.21% y por consiguiente la menor en Mayo del 2014 con el 7.64%. Por otro lado tasa de interés pasiva ha aumentado en 5.14% ayudando a la economía de las personas que se dedican a depositar sus ingresos con la finalidad de generar un porcentaje por ese depósito, ya que hace dos años la tasa pasiva era del 4.53% (Banco Central del Ecuador, 2014).

Tabla 6. Tasas de Interés

Tipo de Crédito	Tasas Referenciales (% anual)	Tasas Máximas (% anual)
Productivo Corporativo	8.17%	9.33%
Productivo Empresarial	9.53%	10.21%
Productivo Pymes	11.20%	11.83%
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44%	25.50%
Microcrédito Acumulación Simple	25.20%	27.50%
Microcrédito Minorista	28.82%	30.50%

Tomado del Banco Central del Ecuador, 2013

Riesgo país:

Es un indicador que nos permite verificar el nivel de simpatía o confianza que presenta un gobierno para que personas del exterior se decidan a invertir en ese estado. En el Ecuador según informe mensual emitido por la Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ABPE) el país en Agosto del 2013 el Riesgo País de redujo en 13 puntos básicos comparado con el mes anterior y en 160 puntos en relación al mismo mes del año anterior, ubicándose en el puesto 661 unos de los mejores de los últimos años (Expreso, 2013).

En la actualidad el Índice de Riesgo País en el Ecuador en Marzo del 2015 fue de (569.00), aumentando paulatinamente desde el tres de Agosto del 2014, lo que permite que exista mayor riesgo y por ende genere menor confianza en los inversionista, ya que el país en la actualidad por la baja del galón del petróleo a tomado nuevas medidas económicas con la finalidad de solventar las deudas adquiridas con anterioridad por el país (Banco Central del Ecuador, 2015).

En América Latina los países vecinos del Ecuador tienen menor Riesgo País, Perú con 191 puntos y Colombia con 183 puntos, siendo Chile el país mejor ubicado del Continente Sudamericano con 171 puntos. Siendo esto de gran preocupación, ya que a los inversionistas se les facilitaría invertir en estados vecinos, debido a que esos países ofrecen mejores condiciones en el ámbito político, económico, seguridad pública y mucho más factores que permitan a estas entidades optar por naciones que faciliten y aseguren sus inversiones en el largo plazo (Expreso, 2013).

Entre más elevado sea el Riesgo País en una nación puede limitar el desarrollo de empresas nacionales e internacionales en el Ecuador, debido a que inversionistas nacionales y extranjeros no encontrarán las condiciones estables para invertir en el país. Es así que al mantener un Riesgo País elevado en comparación con los países vecinos como: Colombia y Perú, los potenciales inversionistas estarían dispuestos a invertir en estas naciones.

Tabla 7. Riesgo País Ecuador

FECHA	VALOR
Marzo-10-2015	569.00
Marzo-09-2015	569.00
Marzo-08-2015	569.00

Tomado del Banco Central del Ecuador, 2014

Tasa de desempleo:

La tasa de desempleo del país en Septiembre 30 del 2009 alcanzó su nivel más alto con un 9.06% y en Septiembre 30 del 2013 su nivel más bajo con un 4.55%, siendo Junio 30 del 2014 el último mes de registro con un total de 5.71% de desempleo dando a entender mediante la tabla 8 que muestra los porcentajes desde Septiembre 30 del 2008 hasta Junio 30 del 2014 que el país ha vivido momentos de desempleo altos a inicios del período 2008 pero con el paso del tiempo se ha podido disminuir los niveles de desempleo en el Ecuador hasta en dos puntos porcentuales dando a entender que con el paso del tiempo

el gobierno a generado mayores fuentes de trabajo para evitar esta problemática que afecta a muchos países del mundo y de la región (Banco Central del Ecuador, 2014).

Tabla 8. Tasa de Desempleo Ecuador

FECHA	VALOR
Junio-30-2014	5.71 %
Marzo-31-2014	5.60 %
Diciembre-31-2013	4.86 %
Septiembre-30-2013	4.55 %
Junio-30-2013	4.89 %
Marzo-31-2013	4.64 %

Tomado del Banco Central del Ecuador, 2014

2.2.4 Factores Políticos

Mediante un análisis político, determinar la estabilidad política que el país ha vivido durante el mandato de la revolución ciudadana.

Estabilidad política:

Durante más de una década el país vivió el derrocamiento de muchos gobiernos, hasta el tan conocido mandato de la revolución ciudadana el cual cumplió 7 años en Enero del 2014 mediante una mezcla de estabilidad y críticas. El presidente Rafael Correa quien asumió el mandato en el año 2007 y fue reelecto en el 2009 por medio de la aprobación de la nueva constitución realizada en Montecristi en la actualidad asume su tercer mandato consecutivo. Un gobierno que se a caracterizado por su frontalidad y por el gasto público que a realizado para mejorar las condiciones básica que necesita el Ecuador en educación, transporte, salud, carreteras, refinerías y termoeléctricas todas estas obras han ayudado a este gobierno a consolidarse en su mandato obteniendo el respaldo y el apoyo de un gran porcentaje de la población ecuatoriana, gracias al impulso y la explotación de la matriz productiva que

permite que la sociedad ecuatoriana alcance y desarrolle sus propias fuentes de empleo.

Comercio exterior:

Mediante el último informe emitido por el Banco Central Ecuador el país obtuvo una balanza negativa de \$-1.084 millones de dólares lo que nos da ha entender que todavía se sigue importando mayor cantidad de productos que exportándolos alrededor del mundo, es así que este gobierno se ha caracterizado por incentivar y potenciar el desarrollo de la matriz productiva fomentando a que la población ecuatoriana consuma productos hechos en el país, ya que en la actualidad se han incrementado el valor de los aranceles en: vehículos, prendas de vestir, aparatos electrónicos, bebidas alcohólicas y electrodomésticos. Por su parte en lo referente a bebidas no alcohólicas se implementaron nuevas normas sobre el etiquetado de los productos elaborados en el país e importados los cuales deben acatar la semaforización de niveles de sal, azúcares y grasas fomentando niveles de consumo concientes en la sociedad ecuatoriana.

El principal insumo para la elaboración de las bebidas de recuperación muscular es el aislado de proteínas del suero de la leche, en este caso el suero de leche en polvo que es un producto obtenido por medio de la deshidratación del suero de leche líquido, suero de leche dulce o del suero de leche ácido líquido, es así que el 92% del suero proviene de queserías, Europa como los Estados Unidos producen más del 75% del suero y se producen anualmente 19 millones de TM de queso y 185 TM de suero. Gracias al incentivo del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) se ha fomentado la industrialización del suero de leche en Ecuador, la cual cumpla con las Normas Técnicas del consenso mundial para solventar el consumo en el país (Ministerio de Industrias y Productividad, 2013).

Es así que la idea de negocio de crear una empresa especializada en la elaboración y comercialización de una bebida de recuperación muscular,

tendría gran aceptación por parte del mercado objetivo al se que va enfocar, ya que a pesar de que todavía se importan mayor cantidad de productos, la conciencia consumista del ecuatoriano a cambiado y en la actualidad prefieren productos ecuatorianos de mayor calidad y menor precio.

Actividad empresarial:

El gobierno del Ecuador se ha caracterizado por ser un estado que se dedica a fomentar el desarrollo de empresas y negocios en la sociedad ecuatoriana con la finalidad de diversificar los niveles y normas de consumo en la población del país, existen organismos tanto nacionales como internacionales que ayudan a la conformación de microempresas con ideas de negocio frescas y potencialmente rentables, es así que estos organismos como el Banco Nacional del Fomento (BNF) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ayudan a emprendedores a financiar sus proyectos en un 100% respaldando el crecimiento de la matriz productiva del Ecuador y el desarrollo humano del país.

Por otro lado es evidente que en el Ecuador se ha incrementado la participación de nuevas empresa en muchos de los sectores industriales con los que cuenta el país. En la actualidad mediante la Ley Orgánica para el fortalecimiento y optimización del sector societario y bursátil, se dio a conocer una normativa que favorece a la creación de una empresa facilitando los trámites para la instauración de la misma. El presidente de la república Rafael Correa mencionó en uno de sus enlaces ciudadanos que en un periodo máximo de dos días se podrá abrir una empresa en el país (Ecuavisa, 2014).

Es por ello que estas empresas financieras que ayudan a solventar monetariamente nuevas ideas de negocio, estarían en la potestad de facilitar un préstamo a esta idea de negocio, con la finalidad de ayudar financieramente a la consecución de este nuevo proyecto.

2.2.5 Factores Sociales

Por medio del análisis social, determinar las condiciones o características sociales presentes en la población ecuatoriana.

Población:

El país en el año 2013 mantuvo una población de 15.737.878 habitantes lo que según Datosmacro representa un aumento de 245.614 personas respecto al año anterior, donde la población fue de 15.492.264 habitantes. Prevalece la población femenina con 7.869.510 mujeres, lo que supone el 50% del total, frente a los 7.868.368 hombres que son el 49.99% (Datosmacro, 2014).

La ciudad de Quito cuenta con un total de 2'239.191 habitantes en donde según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) mencionó que el 65% de la población son quiteños, mientras el otro 35% provienen de otras ciudades del país, según los resultados del último Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC, 2013).

Por tal motivo la población de la ciudad de Quito creció en un 21,7% en comparación hace 10 años. En el año 2001 el Distrito Metropolitano contaba con un total de 1'839.853 habitantes (INEC, 2013).

Destino de los ingresos en el ecuatoriano promedio:

Según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) menciona que en los hogares ecuatorianos se destina el 24.34% de sus ingresos en alimentos y bebidas no alcohólicas siendo un total de \$584,4 millones mensuales de un total de \$2.393,5 millones, siendo el transporte el segundo en la lista con un 14.50% con un total de 349.4 millones, donde la vestimenta y el calzado representan el 7,90%, y la salud el 7,90% de la remuneración del ecuatoriano. Por lo que los ingresos en la adquisición de alimentos y bebidas no alcohólicas

son el desembolso mayoritario y por lo tanto gastan menos en alcohol, tabaco y estupefacientes, lo que significa una oportunidad para la idea de negocio en la implementación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de una bebida de recuperación muscular alta en proteínas, ya que por los estudios realizados por el INEC la sociedad ecuatoriana destina gran porcentaje de sus ingresos en la compra de bebidas no alcohólicas categoría donde se encuentra involucrada este producto (El Telégrafo, 2013).

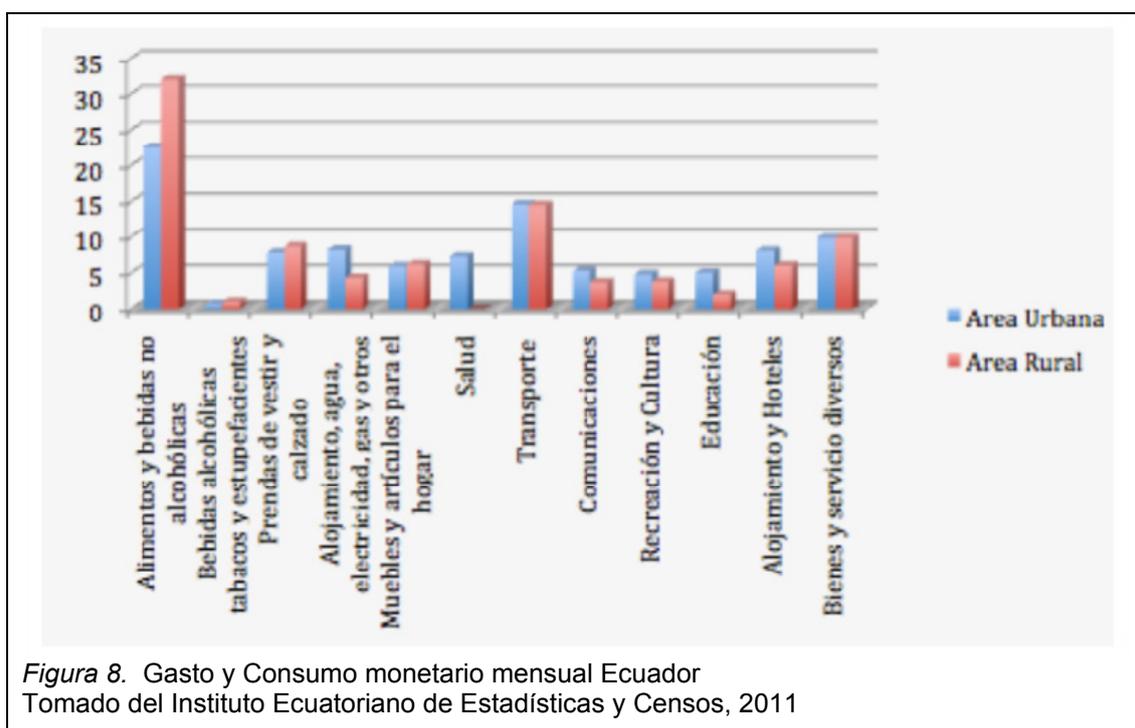


Figura 8. Gasto y Consumo monetario mensual Ecuador
Tomado del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2011

Ingreso promedio en el Ecuador:

El Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) presentó la última encuesta de ingresos y gastos en el Ecuador, en donde menciona que el ingreso promedio mensual en el Ecuador es de \$ 892,9 y los egresos son de \$ 809,6, de lo cual se destina para ahorrar un total de \$ 83,3. El ingreso promedio en el sector urbano es de \$ 1.046,3 y los egresos son de \$ 943,2, de lo cual se destina para ahorrar un total de \$ 102,8. Y por último el ingreso mensual en el sector rural es de \$ 567,1, en relación a un egreso de \$ 526,2 siendo solo \$ 40,9 lo destinado para emergencias, dando relación que un hogar

del país solo trabajan 1,6 perceptores siendo los encargados de sustentar a las familias del país (El Telégrafo, 2013).

Mediante la encuesta realizada por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) el 58,8% de la población ecuatoriana posee o mantiene la capacidad de ahorrar, por lo que el resto de la población del país un 41,1% promedia o genera mayores egresos que ingresos (El Telégrafo, 2013).

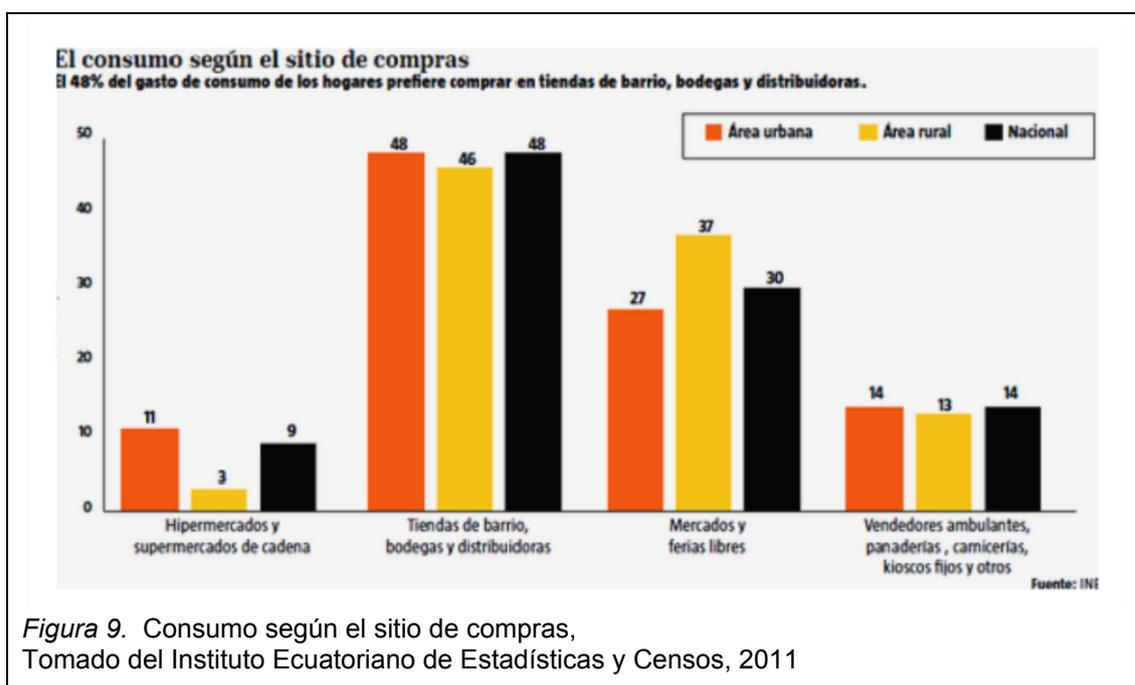


Figura 9. Consumo según el sitio de compras, Tomado del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2011

La figura 9 muestra el consumo según los sitios preferidos por los ecuatorianos, en donde los hogares prefieren adquirir sus productos como en las tiendas de barrio, bodegas y distribuidoras con un total del 48%, seguido por los mercados y ferias libres con un 30%, en tercer lugar los vendedores ambulantes, panaderías, carnicerías, kioscos fijos y otros con un 14% y finalmente los hipermercados y supermercados de cadena con un total del 9% (INEC, 2011).

Tendencias de los consumidores:

En la actualidad los gustos y preferencia de los consumidores ecuatorianos han evolucionado, ya que demandan productos y servicios de primera calidad, por

tal motivo los productores del país cada día tienen que implementar y por ende innovar con la finalidad de satisfacer las necesidades de un sector de la población que busca bienes de calidad.

Por otro lado La Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica mencionó que los consumidores y ciudadanos del país no reclaman al momento de recibir malos servicios o incumplimientos en determinados productos, el intendente nacional de Control Técnico de Telecomunicaciones “Claudio Rosas” comentó que lo que se pretende realizar es: fomentar y educar a la población del Ecuador para que dejen de ser pasivos término adoptado para hacer referencia a los consumidores conformistas y se conviertan en usuarios que tomen decisiones, críticos y que exijan precios justos (ANDES, 2013).

Mediante la iniciativa del Ministerio del Deporte comandada por el ministro José Francisco Cevallos, que implementó alrededor del país el proyecto “Ejercítate Ecuador” que consiste en la apertura de lugares de bailoterapia en espacios municipales, ligas cantonales, canchas y parques con la finalidad de fomentar una vida saludable en la sociedad ecuatoriana, permitiendo y desarrollando mejores niveles de consumo en el ámbito deportivo, ya que estas iniciativas ayudan y fortalecen a muchas industrias involucradas en el sector de la salud y el deporte, por lo que esta clase de productos como una bebida de recuperación muscular alta en proteínas ayudan a los usuarios a recuperarse del arduo ejercicio fortaleciendo y recuperando los músculos. Por otra parte en el Ecuador la demanda de lugares donde se pueda realizar deportes y actividades físicas se han incrementado constantemente: canchas deportivas, gimnasios y countries club son nuevas tendencias de consumo de los ecuatorianos, ya que en la actualidad se vive en el mundo una nueva corriente en la cual las actividades físicas y deportivas están en la retina de los consumidores, ya que lo que se busca es mantener un mejor estilo de vida.

2.2.6 Factores Tecnológicos

Constatar por medio del análisis tecnológico en el país, los factores preponderantes en el desarrollo de la industria de las bebidas.

Brecha tecnológica:

En la actualidad la Global Information Technology Report (GITR) mencionó que el Ecuador se encuentra en el puesto 82 en el manejo y aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs). Por lo que el país en los últimos cuatro años se ha mantenido escalando posiciones en el listado que tiene entre sus pilares a la *Network Readlines Index* (NRI), siendo un indicador que permite constatar las habilidades de la economía ecuatoriana con la finalidad de forzar los avances en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) que ayudan a ser más competitivos y mejoran las condiciones de vida de los ciudadanos ecuatorianos (Doctor Tecno, 2014).

En la tabla 9 se puede apreciar que en los últimos 5 años el país se ha caracterizado por ir disminuyendo la brecha tecnológica, ya que el año 2009 estuvo en el puesto 116 de 134 países y en la actualidad se encuentra en el puesto 82 de un total de 148 países, siendo una constante el alza en cada uno de los subíndices que conforman este ranking como lo es: Subíndice de Entorno, Subíndice de Preparación, Subíndice de Uso y el Subíndice de Impacto, tratándose del único país de América Latina que en los últimos 5 años se ha caracterizado por subir de posiciones en este famoso listado (Doctor Tecno, 2014).

Este factor es muy interesante, ya que en la actualidad cualquier idea de negocio en un futuro debe de pensar en expandirse geográficamente, es así que el Ecuador al ir avanzando cada año tecnológicamente puede favorecer a esta idea de negocio en maquinaria, comunicaciones y demás factores que

ayudarán a la empresa a ser más competitiva pensando en una expansión de fronteras.

Tabla 9. Brecha Tecnológica Manejo y Aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs)

Año	Posición General	Puestos Subidos	Subíndice Entorno	Subíndice Preparación	Subíndice Uso	Subíndice Impacto	# Países
2014	82	9	81	83	74	80	148
2013	91	5	113	89	88	90	144
2012 ¹	96	12	119	91	97	95	142
2011	108	6	117	113	98	-	138
2010	114	2	124	121	100	-	133
2009	116	-	131	103	118	-	134

Tomado de Doctor Tecno, 2014

Tecnología para la elaboración de las bebidas:

Este factor es determinante en la puesta en marcha del plan de negocio, es así que existen compañías nacionales como Astimec las cuales poseen todo el conocimiento o know-how necesario para el diseño, fabricación, implementación y automatización de plantas higiénicas, empleando tecnología de proceso ultralimpia o aséptica (Astimec, 2014).

Desarrollando soluciones a medida con ajustados plazos de ejecución en cualquier lugar del mundo y con resultados garantizados. Desde la recepción de materias primas hasta las líneas de envasado, por lo tanto el proceso tecnológico se lo podría determinar como factible, ya que el conocimiento del proceso se lo puede adquirir y así se podría implementar la empresa con todo lo necesario para ofrecer productos de primer nivel (Astimec, 2014).

Arrendamiento de plantas de bebidas con tecnología existente y predestinada para la producción de bebidas de estas características pueden ser una opción mucho más económica para el corto plazo. Por lo tanto el factor tecnológico se podría considerar alcanzable, ya que existe en el mercado tanto nacional y del

extranjero múltiples posibilidades tanto para implantar o arrendar la tecnología solo dependería del presupuesto destinado para la idea de negocio.

2.2.7 Factores Ecológicos

Determinar los factores ecológicos que puedan limitar o potenciar el desarrollo del producto.

Recursos naturales:

Existen tanto recursos renovables como no renovables de los cuales se depende para determinados procesos fundamentales en la producción, elaboración, distribución y comercialización de determinados productos en su totalidad, es así que unos de los principales recursos a considerar es el consumo del agua y de la energía, los cuales gracias al establecimiento de una cadena de valor apropiada, la empresa puede solventar procesos amigables con el consumo de estos dos recursos tan importantes en el mundo.

Bienestar del consumidor:

Las bebidas de recuperación muscular son a base de proteína y caseína del suero de la leche, que se obtiene del proceso de la elaboración del queso, ya que estos son los componentes que el cuerpo requiere para formar o recuperar: músculos, huesos, piel y otros tejidos. Esta clase de productos son utilizados a menudo por atletas y personas en general que se caracterizan por mantener un estilo de vida proactivo, ya que una de las principales características de esta clase de bebidas son sus componentes que permiten a las fibras musculares las cuales fueron sometidas a gran intensidad de ejercicio se recuperen del desgaste que sufrieron. La principal función de esta idea de negocio es mejorar el estilo de vida de los usuarios, creando productos amigables con el organismo y que se caractericen por cumplir con lo ofrecido, demostrando resultados con su utilización.

Responsabilidad social:

La responsabilidad social empresarial, tiene mucha tendencia en el mundo y por lo tanto debemos tomar todas las medidas necesarias, para que de tal manera se obtenga una connotación: social, cultural y ambiental, la cual no solo busque una estrategia en el corto plazo, sino que sea sostenible en el tiempo.

Son factores que de cierta manera para muchas empresas pueden ser considerados como amenazas, ya que de cierta manera condicionan su forma de interactuar en los diferentes mercados, pero de cierta manera se puede convivir con estos factores de los cuales se pueden sacar un beneficio económico por medio de un beneficio ecológico.

Etiquetado de los productos:

En el año 2011 se implementó el Reglamento de Publicidad y Promoción de Alimentos Procesados, el cual fue propuesto por el Ministerio de Salud Pública, que consiste en mantener bien informados a los consumidores sobre los beneficios que ofrecen determinados productos con la finalidad de erradicar la publicidad engañosa o malintencionada la cual no ha sido comprobada por el organismo rector (FOODtech ECUADOR, 2013).

En la actualidad el Ministerio de Salud Pública, exige informar a los consumidores en una especie de semaforización sobre los contenidos de: calorías, grasas transgénicas, azúcar y sal presentes en los alimentos sin excepción de las bebidas no alcohólicas (FOODtech ECUADOR, 2013).

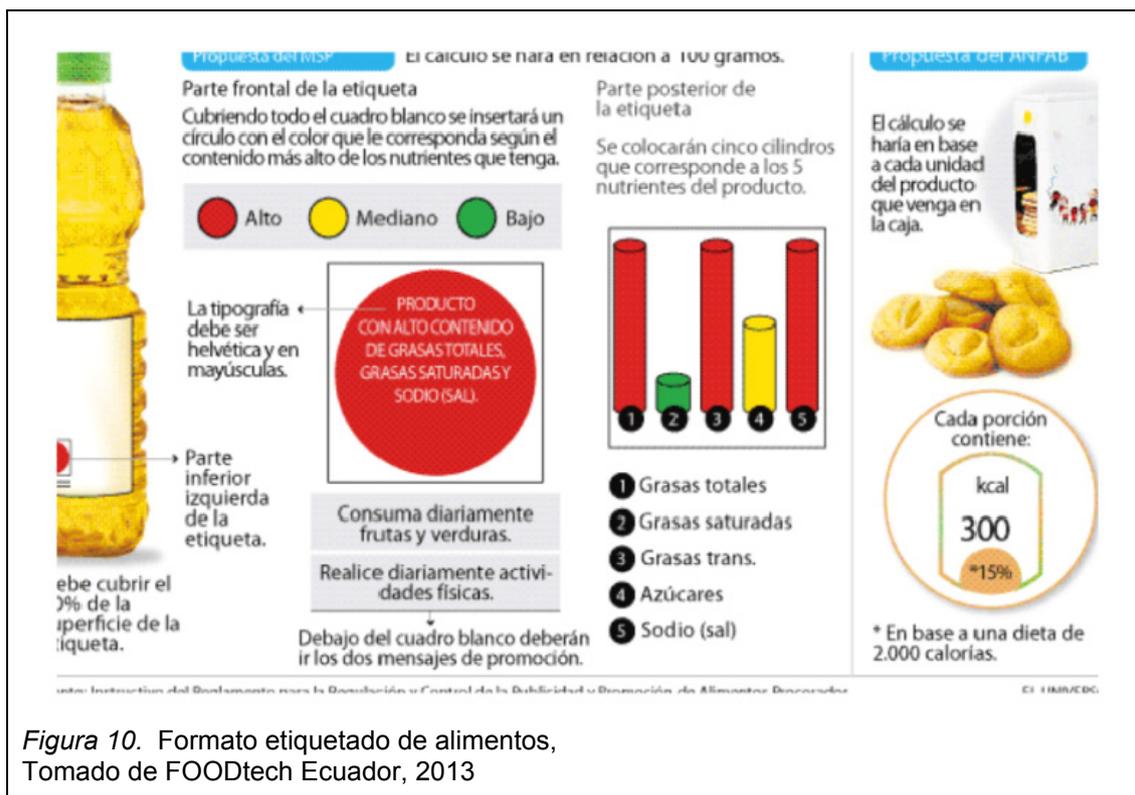


Figura 10. Formato etiquetado de alimentos, Tomado de FOODtech Ecuador, 2013

La figura 10 muestra la normativa requerida por el Ministerio de Salud Pública, en la que se debe colocar la semaforización con las consideradas barras de colores en la parte frontal de las bebidas no alcohólicas, en la cual a modo de información de las características del producto sobre la alta, mediana o baja concentración de los contenidos en términos nutricionales, por medio de la referencia de colores tanto el rojo, amarillo y verde (FOODtech ECUADOR, 2013).

2.2.8 Factores Legales

Determinar los factores legales, que permitan el funcionamiento de una empresa legalmente establecida en el país.

2.2.8.1 Ley de Salud Pública

La ley orgánica de salud pública regulada por La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa), que se encarga de que los

productos elaborados cumplan con las normas preestablecidas y sean aptos para el consumo humano. Según las últimas inspecciones realizadas por el organismo rector el 34% de los lugares supervisados no cumplían con la Ley Orgánica de Salud (Ministerio de Salud Pública, 2013).

Esta entidad pública Arcsa tiene la función de vigilar y controlar los establecimientos y productos en el ámbito sanitario con la finalidad de inspeccionar si son aptos para el consumo de los compradores ecuatorianos.

El art. 137 menciona que todos alimentos procesados, aditivos alimentarios, medicamentos en general, productos nutraceuticos, productos biológicos, naturales procesados de uso medicinal, medicamentos homeopáticos y productos dentales; dispositivos médicos, reactivos bioquímicos y de diagnóstico, productos higiénicos, plaguicidas para uso doméstico e industrial, que sean elaborados en el Ecuador o en el exterior, que sean destinados para importación, exportación, comercialización, dispensación y expendio, incluidos los que se reciban en donación tienen que acatar las regulaciones de La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa) (Ministerio de Salud Pública, 2013).

El Ministerio de Salud Pública cuenta con 9 coordinaciones zonales, representadas por auditores sanitarios que se encargaron de elaborar un registro de productos, donde 3.135 productos alimenticios fueron analizados, percatándose que 93 no presentaban registro sanitario, 46 poseían el registro sanitario caducado, 176 estaban inmersos en problemas de etiqueta y 44 carecían de normas de almacenamiento (Ministerio de Salud Pública, 2013).

Al firmarse el 30 de agosto del 2012 el artículo 10 del Decreto Ejecutivo 1290, el cual menciona que las principales funciones de La Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa) son: otorgar, suspender, cancelar o reinscribir los certificados de Registro Sanitario de los productos, ya que esta entidad tiene la potestad de realizar chequeos y mantener el orden al momento de exigir los documentos establecidos. Es así que se debe cumplir

con los requisitos al momento de elaborar una bebida de recuperación muscular alta en proteínas, ya que se cuenta con un organismo que emite certificados sanitarios para validar la procedencia de los productos en el país (Ministerio de Salud Pública, 2013).

Entre los principales objetivos del proyecto se determinó constatar en un 100% los requisitos y normativas impuestas por el organismo rector, en este caso es la Agencia Nacional de Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), que emite el registro sanitario para el funcionamiento de cualquier establecimiento que se dedique a la elaboración de productos manufacturados en el territorio ecuatoriano.

Por lo tanto se debe acatar los requisitos de construcción, diseño y distribución de las áreas con las que contará Gladiador en la planta de producción: distribución de áreas, pisos, paredes, techos, drenajes, ventanas, puertas, aberturas, escaleras elevadores, estructuras complementarias, instalaciones eléctricas, redes de agua, iluminación, ventilación, control de temperatura, suministro de agua, disposición desechos sólidos, líquidos, equipos utensilios, personal, materia prima, insumos, envasado, etiquetado, almacenamiento, distribución, comercialización, transporte y comercialización.

2.2.8.2 Impuestos en el país

En el Ecuador cualquier empresa que mantenga negocios en el país debe cumplir con la tributación impuesta por el ejecutivo, por realizar en el estado ecuatoriano transacciones y actividades comerciales.

Entre las principales se encuentran:

Impuesto a la renta:

Existe una tarifa corporativa en el Impuesto a la Renta del país, la cual es del 22% sobre todos los ingresos considerados como gravables. Por otro lado las

compañías que reinvierten sus ganancias se les aplican una reducción del 10%, tributando solo el 15% de sus utilidades totales. En el país además se debe considerar 15% extra en participación de las utilidades de las empresas, siendo este el beneficio que se les otorga a sus empleados (Lataxnet, 2013).

Impuesto al valor agregado (IVA):

Este impuesto se lo calcula en base al total de los bienes transferidos, importaciones y servicios prestados, se lo debe aplicar en todos los puntos comerciales. El Impuesto al Valor Agregado es del 12%, aunque algunas transacciones de bienes e importaciones están exentas de pagar esta base impositiva cuando se trata de alimentos de primera necesidad, medicina, productos agrícolas, también en el caso de algunos servicios como: transporte fluvial-terrestre-marítimo, salud, educación entre otros (Lataxnet, 2013).

Impuesto municipal sobre activos totales:

En el país los municipios estipulan el Impuesto Municipal sobre Activos Totales, el cual es del 0.15% sobre los activos totales de una compañía de los estados financieros del periodo pasado, con la finalidad de establecer lo tributable. En donde las obligaciones financieras y contingentes pendientes por más de un año son deducibles para el calculo de este impuesto (Lataxnet, 2013).

Impuestos prediales

En el Ecuador la Ley de Régimen Municipal decreta un impuesto a todas las propiedades que se encuentran dentro de las ciudades de cada municipio, la cual se determina mediante el valor comercial de la tierra estipulada por este organismo, existen descuentos en el valor del impuesto predial los cuales fueron cancelados durante los primeros 6 meses del año, mientras los que fueron pagados después serán sometidos a multas por no cumplir con lo estipulado (Lataxnet, 2013).

Uno de los principales objetivos del proyecto se basa en constatar los factores externos que el país presenta para la implementación de un proyecto de producción y comercialización de bebidas de recuperación muscular, es así que se determinó los factores económicos, políticos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que el Ecuador mantiene en su estructura nacional los cuales pueden de cierta manera fortalecer o limitar la viabilidad de una empresa en el territorio ecuatoriano.

2.2.9 Canales de Distribución

Los canales de distribución tienen una importancia muy valiosa, ya que cumplen la función de hacer llegar el producto terminado desde las plantas de fabricación a las manos de los consumidores, es así que se debe elegir muy cuidadosamente el canal de distribución, dependiendo del tipo de negocio que se este planteando plasmar, en este ocasión la idea de negocio es la elaboración y comercialización de una bebida de recuperación muscular alta en proteínas y se utilizará un Canal de Distribución Detallista o Canal Corto, con la finalidad de en un inicio establecer como principal punto de venta los autoservicios ingresando inicialmente en los supermercados de la capital como: Supermaxi, Megamaxi, Hipermarket, Tía y Santa Clara y en futuro cuando la marca se encuentre mejor posicionada ingresar en los demás puntos como: Gimnasios, Farmacias y Centros Deportivos (Promonegocios, 2007).

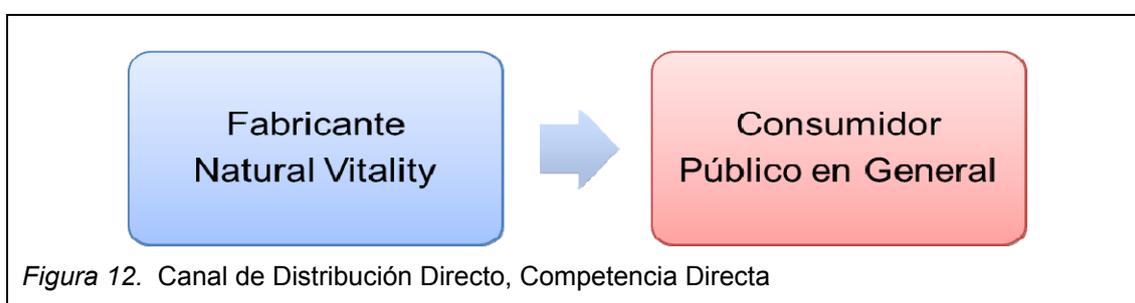
2.2.9.1 Canal de Distribución Gladiador



2.2.9.2 Canal de distribución de la competencia directa

La empresa Natural Vitality, posee en su línea de productos una bebida de recuperación muscular alta en proteínas de características similares, pero con un giro comercial diferente, ellos utilizan un Canal de Distribución Directo, ya que poseen su propia fuerza de ventas que se encargan de distribuir el producto directo al consumidor.

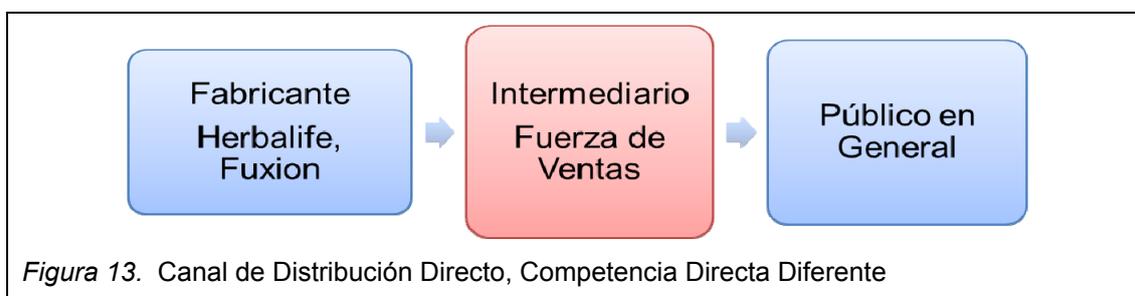
2.2.9.3 Canal de Distribución Directo Natural Vitality



2.2.9.4 Canal de distribución de la competencia directa, otras características

La competencia directa como: Herbalife y Fuxion, poseen un Canal de Distribución Directo, ya que por medio de su fuerza de ventas comercializan el producto al consumidor.

2.2.9.5 Canal de Distribución Directo Herbalife, Fuxion



Características:

La competencia directa como: Centro Naturista, poseen un Canal de Distribución Corto, ya que ellos son el detallista y comercializan productos elaborados por marcas reconocidas en el ámbito de la nutrición.

2.2.9.6 Canal de Distribución Detallista Centro Naturista



Características:

Entre los principales objetivos del proyecto, consta determinar el canal de distribución idóneo que permita a la empresa ofrecer el producto en los principales autoservicios del país y de cierta manera tener un alcance más extenso en comparación a los diferentes suplementos proteicos de las marcas rivales, por consiguiente se estableció un canal de distribución corto o al detal que ayudará a la organización a comercializar la bebida de recuperación muscular de una manera más accesible al consumidor.

2.2.10 Fuerzas de Porter

2.2.10.1 Poder de negociación de los proveedores

Una de las principales materias primas que se requiere para la elaboración de las bebidas de recuperación muscular altas en proteínas, es el suero de la leche en polvo. En el país existen muchas empresas que se dedican a la elaboración y comercialización de este producto, es así que el poder de

negociación de los proveedores es bajo, ya que existe mucha oferta del insumo en el país.

El sabor de la bebida de recuperación muscular alta en proteínas es de chocolate, al ser un producto representativo del Ecuador el poder de negociación de los proveedores es bajo, ya que la oferta de estas materias primas en el país es alta, por que existen muchos productores de cacao y por ende muchas empresas que ofrecen cocoa en polvo para la elaboración de la bebida.

Los insumos químicos que se requieren para elaboración de la bebida de recuperación muscular los ofertan dos empresas químicas en la ciudad de Quito, a precios muy convenientes.

Las semillas de Chía se las produce en el país, debido a que es una súper comida que proviene de América Latina, por lo que en estos momentos algunas empresas del Ecuador se dedican al cultivo de esta semilla que ha tenido gran aceptación por parte de los consumidores ecuatorianos, es así que en la actualidad existen proveedores en el país que pueden solventar la necesidad de la empresa al momento de producir el producto.

En lo referente al empaque en el país existen muchas empresas que se dedican a diseñar la envoltura y producir el contenedor o la botella que se requiera para la presentación de la bebida de recuperación muscular alta en proteínas, al existir en el Ecuador una oferta importante de compañías que brindan este servicio, se buscará en el mercado la mejor opción.

El poder de negociación de los proveedores es bajo, ya que los insumos que se requieren para la elaboración de la bebida se los puede conseguir con facilidad, debido a que son materias primas que se elaboran en el país y existe gran oferta de las mismas.

2.2.10.2 Poder de negociación de los consumidores

Esta clase de bebidas en el país no son muy conocidas, debido a que en la actualidad los consumidores demandan productos de similares características pero en diferentes presentaciones como en Polvo, lo que se pretende realizar con esta clase de bebidas es modificar y facilitar el consumo del producto, ya que se encuentra lista para beber y de tal manera evitar los contratiempos que demanda preparar una bebida en polvo.

Lo que requieren los músculos es una ingesta de proteínas inmediatamente después de haberse sometido a gran intensidad de ejercicio, son características que desconocen las personas que realizan algún deporte o actividad física, ya que lo que se busca con el tiempo es culturizar y educar a los consumidores de estos productos sobre las cualidades y facilidades que brinda una bebida de recuperación muscular alta en proteínas y lista para beber.

En el país esta clase de bebidas no se encuentran explotadas, debido a que existe una sola empresa que ofrece esta clase producto, siendo la de menor importancia en su línea de productos.

Por tal motivo el poder de negociación de los consumidores es bajo, ya que existen muy pocas empresas que ofrecen al mercado ecuatoriano bebidas de recuperación muscular, con un enfoque comercial diferente de fácil acceso y de distribución al detallista.

2.2.10.3 Amenaza de productos sustitutos

Existen muchos productos sustitutos en el mercado ecuatoriano, empresas como: Fuxion, Herbalife, Centro Naturista y Natural Vitality, ofrecen productos que cumplen la misma función que la bebida de recuperación muscular, pero con otras características, ya que su presentación es totalmente diferente

(polvo) y lo que se busca con esta bebida es, facilitar y proporcionar una ingesta de proteínas inmediatamente después del ejercicio.

Es así que la amenaza de productos sustitutos es alta, ya que estos productos se encuentran mejor posicionados en la mente de los consumidores.

2.2.10.4 Amenaza de nuevos competidores

En otros países como en los Estados Unidos, esta clase de productos se encuentran totalmente desarrollados, empresas como Core Power y Six Star Pro Nutrition, pueden decidir en un momento incursionar en el mercado ecuatoriano, pero en la actualidad en el Ecuador existen muchas barreras de entradas al momento de importar productos y más al momento de establecer una matriz productiva fija en el país.

En un futuro en el Ecuador grandes marcas de bebidas no alcohólicas como: Coca-Cola y Pepsi, pueden decidir incorporar en sus líneas de producto esta clase de bebidas de recuperación muscular, ya que son multinacionales a las cuales se les facilitaría incursionar en este nuevo segmento.

La amenaza de nuevos competidores en el país es media, ya que grandes empresas del extranjero pueden incursionar en la elaboración de esta clase de productos, pero en la actualidad existe gran apoyo por parte del gobierno ecuatoriano en el desarrollo de nuevas ideas de negocio.

2.2.10.5 Rivalidad entre los competidores

Al ser un producto nuevo en el mercado ecuatoriano no existe una empresa que ofrezca una bebida igual a Gladiador, en la elaboración de bebidas de recuperación muscular altas en proteínas existe un competidor directo por el momento que ofrece un producto de similares características pero que se lo aplica en forma de jarabe, pero con un giro comercial totalmente diferente, ya que es una bebida que no se la encuentra en muchos lugares, debido a que su

canal de distribución es diferente al que se va emplear con esta nueva idea de negocio.

LIQUID AMINO: producto de la empresa Natural Vitality considera a su producto como un concentrado líquido de acción rápida que proporciona gran cantidad de aminoácidos esenciales y no esenciales, esta bebida contiene 50 ml con un total de 22 gramos de proteína, sus componentes son elaborados de forma natural de la gelatina hidrolizada y proteína aislada de suero de leche (Natural Vitality, 2011).

Indirectamente los productos de recuperación muscular en polvo, altos en proteínas, son la competencia a tener en cuenta, ya que en la mente de los consumidores son los productos mejor posicionados.

Es así que la rivalidad entre los competidores se la cataloga como baja, ya que solo existe en el mercado ecuatoriano una sola bebida de recuperación muscular de la empresa Natural Vitality, pero existen productos de características diferentes como en polvo que cumplen la misma función pero satisfacen necesidades diferentes y no ofrecen una ingesta de proteínas inmediatamente después del ejercicio.

2.3 LA COMPAÑÍA Y EL CONCEPTO DE LA EMPRESA

2.3.1 La idea y el modelo de negocio

Las bebidas de recuperación muscular altas en proteínas y lista para beber, en el país se encuentran en una etapa de introducción, ya que se consumen productos de similares características pero en presentaciones diferentes (polvo), lo que se pretende realizar con esta clase de bebidas es facilitar la ingesta de proteínas inmediatamente después de haberse sometido a gran esfuerzo físico, productos en polvo no satisfacen la necesidad del organismo, debido a que su preparación es tediosa y se requiere llegar a los hogares para su elaboración.

Las proteínas se encuentran formadas por moléculas más pequeñas llamadas aminoácidos, son un total de 22 aminoácidos, ya sea de proteínas animales o vegetales. El cuerpo humano puede producir trece de ellas conocidas como aminoácidos no esenciales, mientras que las nueve restantes se las debe obtener de alimentos proteicos y se las conoce como aminoácidos esenciales (Mi Piel Sana, 2012), es ahí donde esta idea de negocio toma forma, debido a que las personas que realizan deportes o actividad física desgastan su fibras musculares y necesitan de estos productos altos en proteínas y listos para beber, por el motivo de que el cuerpo humano necesita una ingesta inmediata de proteínas después del ejercicio con la finalidad de recuperar y fortalecer los músculos sometidos a grandes cantidades de esfuerzo físico.

Modelo de negocio:

La empresa Gladiador, se fijó que en el mercado ecuatoriano no existe una bebida de recuperación muscular alta en proteínas y lista para beber, la cual empleé un modelo de comercialización eficiente, que permita a la empresa ofrecer su producto al detallista y de tal manera poder abarcar la mayor cantidad de lugares que permitan el expendio de la bebida.

Lo que inicialmente se pretende realizar es educar y culturizar a las personas del país que realizan deporte o alguna actividad física sobre lo que requiere y le sucede al cuerpo humano al momento de realizar esfuerzo físico, con esta iniciativa las bebidas de recuperación muscular altas en proteínas y listas para beber en el país pueden generar adeptos, ya que son productos que benefician al aspecto de los consumidores un sabor representativo del país.

2.3.2 Estructura legal de la empresa

En lo referente a la estructura legal de la empresa la razón social de la compañía será: Checa y Asociados S.A. con el nombre comercial de Gladiador, en donde se empleará el modelo de Sociedad Anónima.

Es así que la empresa debe ser constituida por dos o más accionistas cuyo capital este dividido en acciones negociables conforme a las aportaciones de los accionistas que respondan únicamente por el monto de sus acciones, ya que esto es lo dispuesto en el artículo 147 de la Ley de Compañías y a su vez sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada (Derecho Ecuador, 2013).

Se requiere un monto mínimo de capital para la inscripción de la empresa, el cual es de 800 dólares (Derecho Ecuador, 2013).

2.3.3 Misión, Visión y Objetivos

Misión:

Somos una empresa especializada en la producción y comercialización de bebidas de recuperación muscular altas en proteínas, que se caracteriza por fomentar en la sociedad ecuatoriana el consumo de productos nutritivos que ayudan a mejorar el rendimiento físico de las personas que disfrutan practicar algún deporte o actividad física.

Visión:

Para el año 2020, Gladiador se convertirá en las principales provincias del país en una empresa líder en la producción y comercialización de bebidas de recuperación muscular altas en proteínas y listas para beber.

Valores:

Confianza: establecer vínculos con los consumidores de la bebida de recuperación muscular que permitan a la empresa generar los medios necesarios de seguridad hacia la sociedad.

Responsabilidad: generar actos que permitan a la organización ganarse el respeto de sus consumidores.

Compromiso: proyectar los medios necesarios en la consecución de un producto que ayude al desarrollo del país.

Bienestar: procurar elaborar una bebida que ayude a mantener el buen estado físico y mental de los consumidores.

Objetivo General:

Dar a conocer y fomentar el consumo de bebidas de recuperación muscular altas en proteínas en el Distrito Metropolitano de Quito.

Objetivos Específicos:

Educar y culturizar a un 10% del mercado objetivo sobre el consumo y la necesidad del organismo de ingerir una fuente de proteínas inmediatamente después del ejercicio.

Generar un adecuado canal de distribución, que permita distribuir el producto en muchos puntos de venta y acceder a todos los consumidores de la ciudad.

Expandir a partir del 2020 la comercialización de la bebida de recuperación muscular en las principales provincias del país.

Aumentar en el segundo año en un 10% los puntos de distribución de la bebida de recuperación muscular

2.4 EL PRODUCTO Y PROYECCIONES

2.4.1 Producto

Es una bebida de recuperación muscular alta en proteínas y lista para beber, elaborada a base del suero de la leche con sabor de tradición ecuatoriana como es el chocolate.

2.4.2 Productos Proyectados

Bebida de recuperación muscular de la compañía CORE POWER, se distribuye en los Estados Unidos.



Figura 15. Core Power bebida
Tomado de Core Power, 2014

Bebida de recuperación muscular de la compañía Natural Vitality, se distribuye en el Ecuador.



Figura 16. Natural Vitality bebida
Tomado de Natural Vitality, 2014

2.5 ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO

2.5.1 Estrategia de ingreso

Se utilizará una estrategia de ingreso de Diferenciación, ya que es un producto totalmente nuevo, que se caracteriza por ofrecer condiciones físicas y técnicas totalmente diferentes a los suplementos proteicos presentes en el mercado ecuatoriano, ya que se trata de fomentar una ingesta de proteínas inmediatamente después de terminar con la actividad física o deportiva.

2.5.2 Estrategia de crecimiento

Como estrategia de crecimiento para comercializar en un inicio la bebida de recuperación muscular alta en proteínas y lista para beber en la ciudad de Quito, se utilizará una estrategia de Desarrollo de Mercados, la cual consiste en introducir productos existentes, en este caso una bebida que ya existe en el Distrito Metropolitano de Quito a mercados nuevos que vendrían a ser hombres y mujeres de clase social media-media alta de entre las edades de 20 a 44 años y así dar a conocer todas las características que ofrece este producto a nuestro segmento en específico.

2.6 ANÁLISIS FODA

Tabla 10. Análisis FODA

Fortalezas
1. Producto de recuperación muscular listo para beber
2. Amigable con el organismo del consumidor
3. Presentación innovadora
4. Conocimientos sobre la elaboración de la bebida
5. Educación y culturización de los beneficios del producto
6. Sabores representativos del país
7. Proveedores especializados en la elaboración de los insumos
8. Personal capacitado
Debilidades
1. Macar sin posicionamiento
2. La empresa no fabrica las materias primas
3. Fuerte inversión en maquinaria
4. Recursos limitados en investigación y desarrollo
Oportunidades
1. Empresas del país con Know How en tecnología
2. Producto Interno Bruto en constante crecimiento
3. Iniciativa del Ministerio del Deporte al desarrollo de actividades físicas
4. Impulso por parte del gobierno a la creación de nuevos modelos de negocio
5. Financiamiento por parte del gobierno en la implementación de nuevas empresas
6. Fuerte barreras de entrada por parte del gobierno a empresas extranjeras
7. Gran consumo de actividades deportivas en el país
8. Una sola empresa en el país ofrece un producto de similares características
9. Tasa de desempleo en disminución
Amenazas
1. Desconocimiento por parte de la población acerca de los beneficios de estos productos
2. Nuevas normativas por parte del ministerio de salud pública
3. Mayor Riesgo País que en estados vecinos
4. Inflación en aumento durante el año 2014

2.6.1 Estrategias FODA

Desarrollo y la explotación de las Redes Sociales, Estrategia de Penetración de Mercado.

Potenciar una Estrategias de Fidelización, que permitan a la organización generar adeptos.

Incurción en nuevas zonas geográficas del país, Estrategia de Desarrollo de Mercados.

La Matriz EFI y EFE, se puede evidenciar en los anexos 1 y 2.

Se determinó como uno de los objetivos del proyecto constatar los factores internos y externos que pueden potenciar o limitar el desarrollo de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de una bebida de recuperación muscular, por consiguiente se analizó las fortalezas que la organización puede potenciar y las debilidades que la empresa esta en la obligación de contrarrestarlas, a su vez se verificó las oportunidades que presenta el mercado o la industria y las amenazas que de cierta manera pueden limitar un desarrollo más acelerado de Gladiador.

3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y SU ANÁLISIS

3.1 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

3.1.1 Entrevista con expertos

Entrevista nutricionista:

Se realizó una entrevista a Verónica Espinosa docente de la carrera de Nutrición Humana de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, la cual brindó su punto de vista técnico acerca del consumo de una bebida de recuperación muscular alta en proteínas y lista para beber:

En un inicio en la entrevista se expuso la razón del surgimiento de esta idea de negocio, la cual mediante un análisis previo realizado a las diferentes empresas que comercializan esta clases de productos, se pudo constatar que en el mercado ecuatoriano no existe una bebida de recuperación muscular con un modelo de comercialización al detal, que consiste en que los principales consumidores de estos productos tengan la oportunidad de adquirir una bebida de estas características en autoservicios y de cierta manera satisfacer la necesidad inmediata de ingerir proteína después de realizar deporte o actividad física.

Verónica nos comentó que como propuesta es muy interesante, ya que en el mercado ecuatoriano predominan los suplementos proteicos enmarcados en una presentación en polvo y los productos en líquido carecen de promoción y muy pocas empresas en el país producen y comercializan estas bebidas, pero se debe enmarcar a esta idea como un proyecto de investigación, debido a que se debe determinar primero si el producto reúne las características nutricionales, organolépticas y físicas que derivan en la aceptación del producto y sobre todo verificar los efectos que la bebida de recuperación muscular puede causar en sus consumidores.

Una de las principales recomendaciones que Verónica nos mencionó sobre las características de la proteína es que es un alimento susceptible a presentar efectos en el organismo de una persona. Se debe tratar de cuantificar la porción adecuada de proteína, prescripción, frecuencia de uso y sobre todo verificar si los efectos de la bebida son positivos o negativos en el consumidor.

Entrevista comercializador de Herbalife:

Pablo Ceballos, es un asociado independiente de la empresa Herbalife el cual menciona que esta organización se encarga de cambiar los hábitos alimenticios de las personas con sus productos, en un inicio se explicó la idea de negocio la cual consiste en determinar la factibilidad al momento de implementar una empresa especializada en la elaboración y comercialización de una bebida de recuperación muscular con gran contenido de proteínas, se mencionó por parte del entrevistador cual es la principal necesidad que requiere una persona que realiza deporte o actividad física como estilo de vida, la respuesta fue que efectivamente lo que requiere el organismos es una ingesta de proteínas inmediatamente después de concluir con la actividad, problemática que muchas personas desconocen, ya que al momento de realizar ejercicio se pierde masa muscular y se debe restituir la misma con esta clase de productos. Por tal motivo una de las principales preguntas que se elaboró para la entrevista fue sobre el desconocimiento de las personas sobre esta clase de productos, mencionando el entrevistado que existe poca cultura de consumo por motivos de que se ignora lo que requiere el organismo, pero últimamente gracias al apoyo del Ministerio del Deporte se a tratado de generar conciencia hacia el consumo de suplementos proteicos, explicándonos que lo que genera consumo en la ciudadanía es que el producto genere resultados.

Herbalife es una de las principales empresas a nivel mundial que se dedica a la comercialización de productos nutritivos, empleando el modelo de negocio conocido como redes de mercadeo que consiste en la adquisición o afiliación de personas a la marca con la finalidad de vender el producto ofreciéndoles su

debida capacitación, el entrevistado menciona que este tipo de modelo de comercialización permite a la organización alcanzar el mayor número de personas y poder abarcar muchos estratos socioeconómicos, la diferenciación de esta marca con respecto a la de empresas con modelos parecidos se debe a que Herbalife asegura que sus usuarios obtendrán resultados visibles en su estado físico.

El entrevistado posee un club de nutrición y llamo mucho la atención en la entrevista que estos lugares en donde se comercializa estos productos no contienen publicidad exterior de la marca, dándonos a entender Pablo que la esencia de Herbalife es la interacción directa con los posibles usuarios.

Entrevista proveedores:

Se realizó la entrevista al Sr. Jhon Ambato, uno de los principales proveedores de insumos químicos de la empresa Disproquim, que mencionó que los productos que se emplean en la elaboración de bebidas de recuperación muscular, se los puede adquirir en gran porcentaje en la tienda de la cual es el administrador, nos comentó que esta clase de insumos se los debe manejar estipulando normas de control que permitan a las empresas preservar estas materias primas.

El Economista Pablo Álvarez, empleado de la empresa El Ordeño, comentó en la entrevista, que esta empresa ofrece al mercado suero de leche descremada en polvo en sacos de 30 kilogramos, mencionando que tienen una basta producción de este insumo y que pueden satisfacer la potencial demanda de esta idea de negocio en la elaboración de la bebida de recuperación muscular, en un fragmento de la entrevista recomendó la compra de esta materia prima en grandes cantidades, ya que pueden ofrecer precios preferenciales cuando las compras se las realizan al por mayor.

3.1.2 Grupos Focales

Objetivo:

Determinar la factibilidad en la producción y comercialización de una bebida de recuperación muscular alta en proteínas y lista para beber.

Introducción del tema a debatir:

Gladiador es una bebida de recuperación muscular alta en proteínas y lista para beber, la cual trata de cambiar las costumbres de los usuarios al momento de ingerir esta clase de productos, ya que los suplementos proteicos por lo general vienen en presentaciones en polvo y este nuevo producto se encuentra listo para beber, debido a que los músculos después del ejercicio o al momento de realizar actividad física requieren una ingesta de proteínas inmediatamente al terminar estas actividades.

Las fibras musculares al momento de someterse a grandes cantidades de ejercicio sufren desgaste lo que ocasiona que los músculos se fatiguen, causando dolor después del ejercicio. GLADIADOR es una bebida de recuperación muscular que ayuda a fortalecer y recuperar los músculos.

Características:

Las clásicas proteínas en polvo en su elaboración requieren de una licuadora, sin este utensilio el producto en su consistencia será brumoso y de difícil deglución.

Tiempo:

Al momento de acabar con el ejercicio o la actividad física los músculos requieren de una ingesta de proteínas inmediatamente después de acabar la

actividad, por lo que los productos en polvo en su elaboración demandan mucho más tiempo y esfuerzo.

En el anexo 4, se puede observar las preguntas y los integrantes del Focus Group.

Conclusiones Focus Group:

Se realizó el Focus Group el día Sábado 15 de Noviembre del 2014, con un total de 8 participantes de los cuales la mayoría realizan deportes o actividad física como estilo de vida y de forma profesional, se procedió a preguntar a cada uno de los integrantes que actividad física o deportiva realizaban, mencionándonos su agrado por consumir algún suplemento proteico. Valeria y Alejandro nos comentaron que ellos consumen proteínas en polvo y que existe mucho desconocimiento de las personas sobre los beneficios que estos productos ofrecen a sus consumidores, que por lo general ellos adquieren proteínas de marca extranjeras.

Luis Fernando nos comentó que ahora en la actualidad estos suplementos no solo van dirigidos a un segmento joven de la población que realizan gimnasio con el objetivo de mejorar su estado físico, sino que también se enfocan en personas de mayor edad, los cuales están analizando alternativas con el objetivo de consumir proteínas que puedan mejorar su musculatura, ya que a estas edades se pierde mucho de la misma.

Se debatió sobre los modelos de comercialización de las diferentes empresas que venden suplementos proteicos en la ciudad de Quito, de las cuales se concluyó por parte de los integrantes que las empresas Herbalife y Fuxion manejan el mismo modelo de redes de mercadeo, que tratan de afiliar a las personas para que accedan a vender sus productos de forma independiente, lo que permitió que Valeria brinde su punto de vista acerca de estos modelos, mencionando que lo que necesitan las personas que realizan deporte o

actividad física es adquirir el producto en cualquier autoservicio y de tal manera evitar la búsqueda de personas que comercialicen estas marcas, debido a que ella no conoce quien vende estos productos considerándolos como un círculo vicioso. Se realizó una actividad de recordación de marca en la que las personas que integraban el grupo focal tenían que ordenar por conocimiento o recordación las diferentes empresas que comercializan proteínas en Quito, siendo este el orden: Herbalife, Fuxion, Natural Vitality y Centro Naturista.

Entre los integrantes que consumen estos productos de recuperación muscular, se indagó sobre los beneficios que ellos evidencian al momento de consumir proteínas entre los principales se encuentran el fortalecimiento, recuperación, evitar el cansancio y ayudar a mejorar el rendimiento día tras día. Constatando por parte de los integrantes del Focus Group que lo que ellos buscan en productos de estas características es la facilidad de adquirirlo y de emplearlo, debido a que los músculos requieren una ingesta de proteínas inmediatamente después de concluir con el deporte o la actividad física.

En lo referente a los sabores y los ingredientes de la bebida de recuperación muscular los integrantes del grupo focal mencionaron que les gustaría probar sabores exóticos, ya que gracias a las condiciones del país y su basta producción en frutas tropicales se puede en el futuro elaborar una bebida con esta clase de sabores, en lo referente a uno de los principales insumos con los que contará la bebida, la CHÍA es considerado un superalimento lo que les pareció un valor agregado muy importante con lo que puede contar este producto.

Se realizó dos tipos de actividades para constatar el nombre y el slogan más comercial y atractivo para la idea de negocio. Facilitándoles dos tipos de papeles con 5 diferentes nombres y slogans, los cuales debían enumerar del 1 al 5, siendo el 1 el número de mayor agrado.

De tal manera el nombre con mayor aceptación por parte de los integrantes fue “GLADIADOR”, ya que mencionaron que es un nombre que inspira sacrificio y autosuperación, el slogan más atractivo fue “Nutrición” al Instante”, debido a que lo que se desea plasmar con esta clase de bebidas es una ingesta de proteínas rápida.

Degustación líquida:

Se procedió a realizar la degustación del producto en líquido, de la mezcla de dos sabores como el chocolate y el banano, obteniendo muy buenos comentarios por parte de los miembros de este grupo focal, que mencionaron que el sabor, olor y contextura era agradable para el consumo humano.

Degustación en polvo:

En el grupo focal se procedió a realizar la preparación de una proteína en polvo, utilizando: líquido, producto y un mezclador, mencionaron los integrantes que la forma de prepararlo ya complica su consumo y que la contextura es grumosa y de difícil deglución.

Las fuentes de Información se pueden observar en el anexo 3.

3.2 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

3.2.1 Encuestas

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Figura 17. Fórmula cálculo de la muestra Gladiador

Cálculo de la muestra:

Nivel 90% de confianza		
Valor correspondiente al nivel de confianza (distribución de Gauss)	z	1.65
Probabilidad de aceptación del producto	p	0.50
1-p	q	0.50
Error que se prevee cometer	e	0.05
Tamaño de la población	n	87,339
Población - 1	n-1	87,338
		<u>59,445</u>
		219.03
	Resultado	266

Figura 18. Cálculo de la muestra

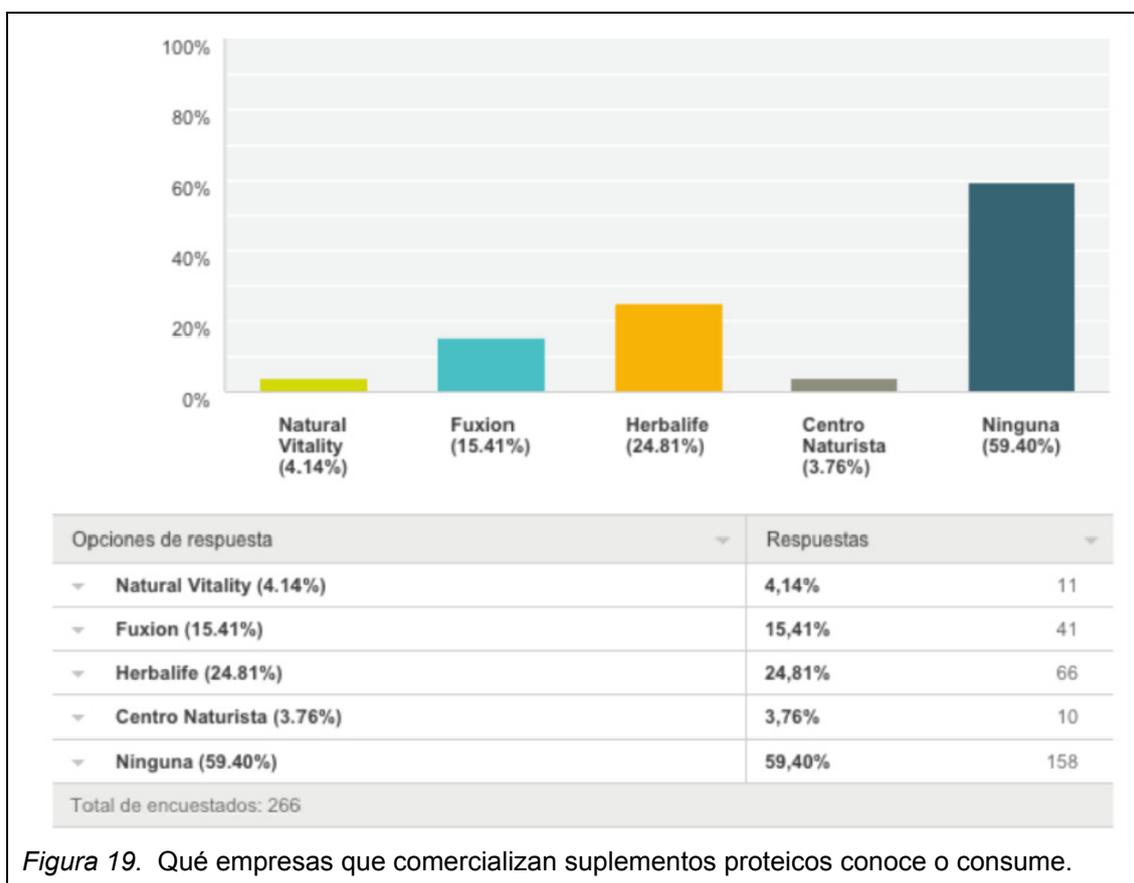
En el anexo 6, se puede observar la estructura completa de la encuesta de la bebida de recuperación muscular.

ENCUESTA

Se realizó la encuesta de forma online, mediante la ayuda de una herramienta llamada Survey Monkey.

La pregunta 9 de la encuesta menciona:

¿Qué empresas que comercializan suplementos proteicos conoce o consume?

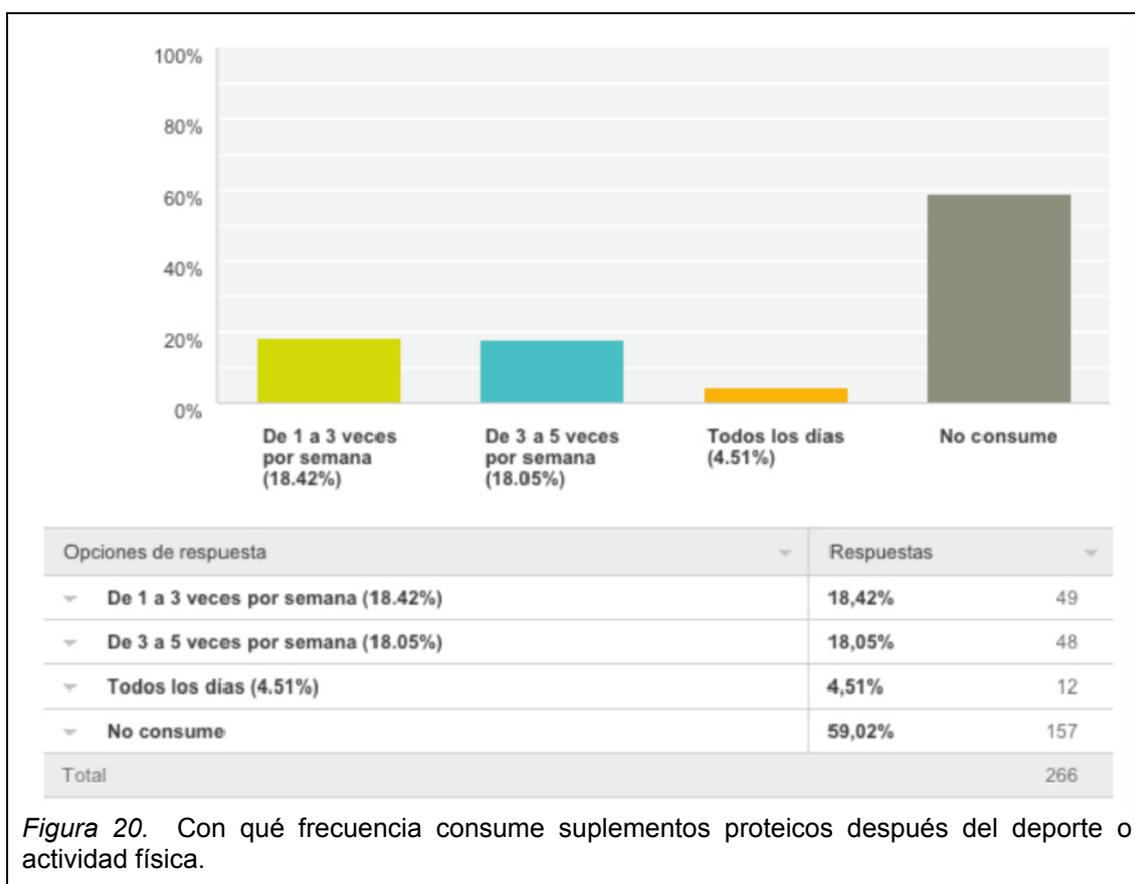


Por medio de esta pregunta se trato de evidenciar el posicionamiento de las empresas que comercializan suplementos proteicos en el Distrito Metropolitano de Quito, dando como resultado que la mejor posicionada es Herbalife con un (24.81%), seguido de Fuxion con un (15.41%), en tercer lugar Natural Vitality con un (4.14%) y finalmente Centro Naturista con un (3.76%), la opción E fue la más seleccionada por la muestra de la encuesta con un total del (59.40%) que mencionaron que no conocen o consumen ninguna de estas empresas, lo que permite determinar que existe gran porcentaje de la población que no tiene conocimiento de estas organizaciones, dando a entender que con una buena

estrategia de comunicación y comercialización se podrá captar un porcentaje del mercado.

La pregunta 10 de la encuesta menciona:

¿Con qué frecuencia consume suplementos proteicos después del deporte o actividad física?



Esta pregunta permitirá constatar el nivel de consumo de suplementos proteicos en los ciudadanos de Quito, siendo el (59.02%) de los encuestados los que no consumen ninguna proteína, seguido de los que consumen de 1 a 3 veces a la semana con un (18.42%), en tercer lugar los que toman proteínas de 3 a 5 veces por semana con un (18.05%) y finalmente los que consumen esta clase de productos todos los días con un (4.51%), esta encuesta revela que existe muchas personas que no consumen estos productos de recuperación

muscular y es un gran porcentaje de personas a las que se debe tratar de atacar, debido a que existen muchos factores que pueden reprimir el nivel de consumo de estos individuos y se debe realizar lo necesario para que opten por el consumo de estos suplementos proteicos. Por tal motivo se determinó un nivel de consumo promedio por persona de tres veces a la semana, debido a que las opciones a y b de la pregunta 10 tienen un nivel de elección muy similar y se procedió a determinar un nivel de consumo medio.

La pregunta 11 de la encuesta menciona:

¿En qué presentaciones conoce los suplementos proteicos?

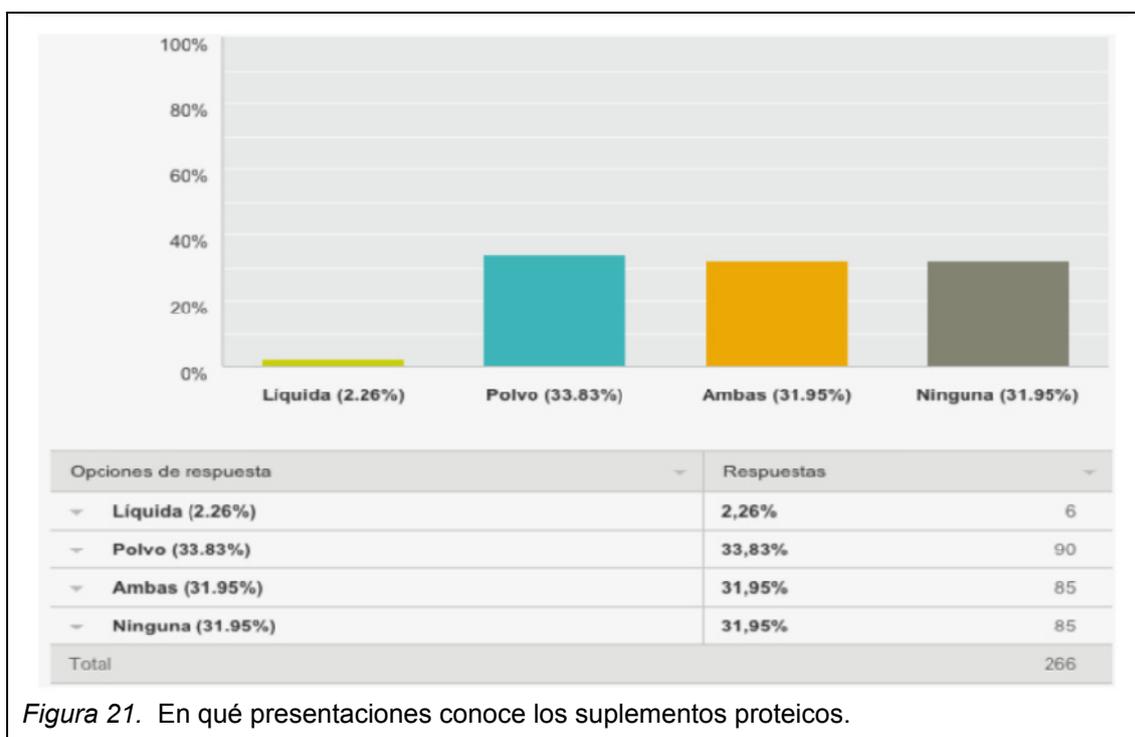


Figura 21. En qué presentaciones conoce los suplementos proteicos.

Esta es una de las preguntas claves que ayudarán a indagar que presentaciones son las más conocidas por parte de los consumidores, dando como resultado que la presentación en polvo tiene mayor presencia con un (33.83%), seguido de ambas presentaciones tanto líquida como en polvo con un (31.95%), en tercer lugar ninguna con el (31.95%) y finalmente solo líquida con el (2.26%), en esta pregunta existen dos variables a tener en cuenta la

primera: que las presentaciones en polvo son las de mayor posicionamiento en la mente de los consumidores y segundo: que muchos de los encuestados no conocen ninguna de las presentaciones antes nombradas, lo que permite interpretar, es que se debe informar y culturizar a la ciudadanía quiteña sobre las presentaciones que existen en el mercado y sobre todo las cualidades de una bebida de recuperación muscular alta en proteínas y lista para beber.

La pregunta 14 de la encuesta menciona:

Razones por las que estaría dispuesto (a) a consumir un producto de recuperación muscular alto en proteínas listo para beber.

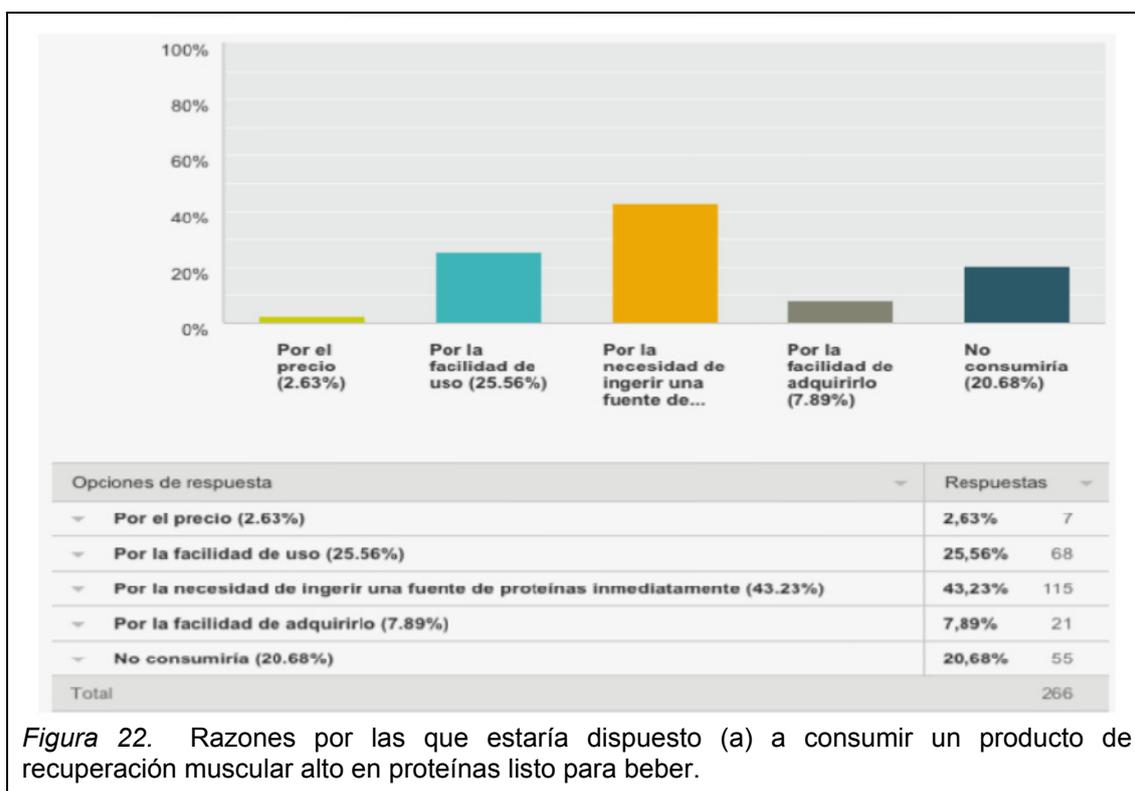


Figura 22. Razones por las que estaría dispuesto (a) a consumir un producto de recuperación muscular alto en proteínas listo para beber.

Las principales razones por las que los consumidores estarían dispuestos a adquirir un producto de recuperación muscular alto en proteínas listo para beber son: por la necesidad de ingerir una fuente de proteínas inmediatamente con el (43.23%), seguido por la facilidad de uso con un (25.56%), en tercer lugar las personas encuestadas mencionaron que simplemente no consumirían

un producto de estas características con el (20.68%), en cuarto lugar por la facilidad de adquirirlo con un (7.89%) y finalmente por el precio con el (2.63%), estos resultados son favorables ya que solo 55 personas de un total 266 encuestadas no estarían dispuestos a consumir la bebida y que el factor que más peso tiene al momento de adquirir este producto, es que las personas necesitan ingerir proteína después del ejercicio, deporte o actividad física.

La pregunta 15 de la encuesta menciona:

¿Estaría dispuesto ha adquirir un producto de recuperación muscular alto en proteínas listo para beber? (Si su respuesta es No concluye la encuesta)

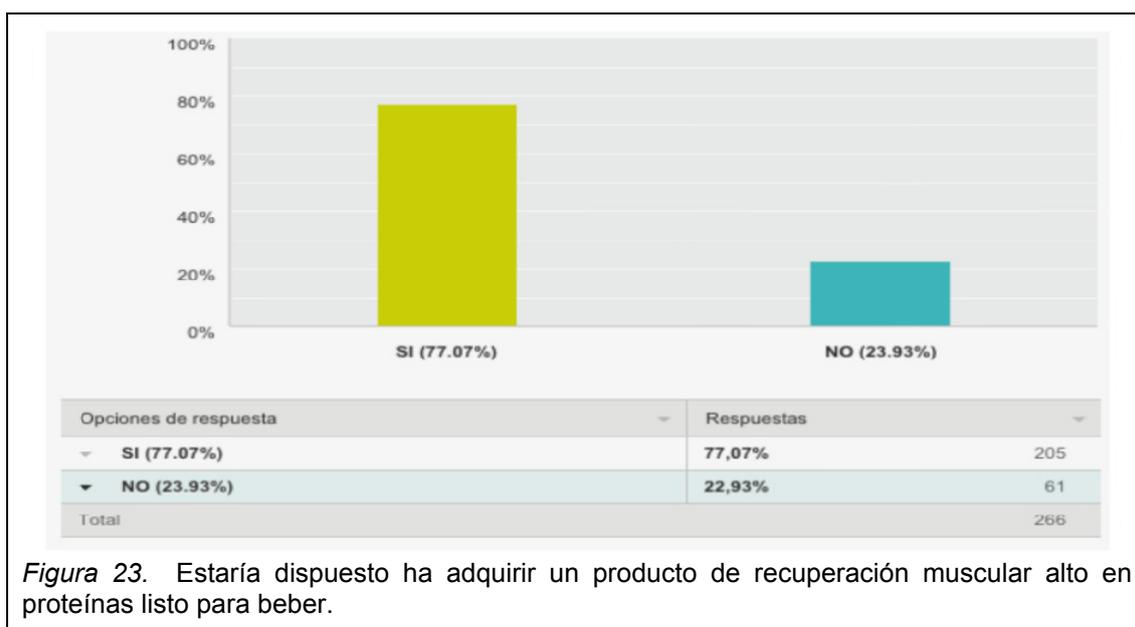


Figura 23. Estaría dispuesto ha adquirir un producto de recuperación muscular alto en proteínas listo para beber.

Esta es una de las preguntas con más importancia en la encuesta realizada, ya que permitirá a la empresa determinar que porcentaje de personas estarán dispuestos a consumir esta bebida de recuperación muscular, en donde el (77.07%) de los encuestados dijeron que SI y un (22.93%) se pronunciaron de manera negativa a adquirir este producto. Por tal motivo se pudo determinar que existe gran porcentaje de encuestados que verían de buena manera la elaboración y comercialización de una bebida de proteínas lista para beber.

En el anexo 7, se puede constatar la conclusión del resto de preguntas realizadas en la encuesta de la bebida de recuperación muscular.

En un inicio en la investigación de mercado se esperaba determinar en un 70% la factibilidad de implementar en el Distrito Metropolitano de Quito una empresa especializada en la producción y comercialización de una bebida de recuperación muscular, el cual se pudo comprobar mediante la pregunta 15 de la investigación de mercado método cuantitativo herramienta encuesta que un 77.07% de la muestra estaría dispuesto a consumir esta clase productos.

3.3 MERCADO RELEVANTE Y CLIENTE POTENCIAL

3.3.1 Mercado Objetivo

El perfil de clientes o consumidores de la bebida de recuperación muscular alta en proteínas y lista para beber, son personas del Distrito Metropolitano de Quito de entre las edades de 20 a 44 años, de un estrato socioeconómico A, B y C+ que gusten de practicar deportes o el simple hecho de realizar actividad física durante un tiempo mayor a 30 minutos con una frecuencia de 3 veces a la semana.

Segmentación de Mercado:

Tabla 11. Segmentación de Mercado

Segmentación	Habitantes
Población de Quito	2.239.191
Población Quito edades 20 a 44 años	901.064
Población que realizan actividad física edades 20 a 44 años	243.287
Nivel Sicoeconómico A,BC+	87.339

Tomado de INEC, 2010, pp. 2-5 / Ministerio del Deporte, 2010

Segmentación Geográfica:

La población en el Distrito Metropolitano de Quito es de 2.239.191 habitantes de los cuales 1.150.380 son mujeres y 1.088.811 son hombres (INEC, 2010).

Segmentación Psicográfica:

Según un estudio realizado en el año 2010 por el Ministerio del Deporte existe un total de 901.064 habitantes sin distinción de sexo entre el rango de 20 a 44 años de edad, de los cuales solo 243.287 personas realizan actividad física durante un tiempo mayor a 30 minutos con una frecuencia de 3 veces a la semana (Ministerio del Deporte, 2010).

Tabla 12. Habitantes de Quito 20 a 44 años

Edades	Quito
20 – 24	215,025
25 – 29	209,664
30 – 34	182,348
35 – 39	158,315
40 – 44	135,712
Total	901,064

Tomado del Ministerio del Deporte, 2010.

Tabla 13. Habitantes de Quito realizan actividad física 20 a 44 años

Edades	Quito
20 – 24	58,057
25 – 29	56,609
30 – 34	49,234
35 – 39	42,745
40 – 44	36,642
Total	243,287

Tomado del Ministerio del Deporte, 2010.

Segmentación Demográfica:

La bebida de recuperación muscular, se enfoca en los tres principales estratos del nivel socioeconómico del Ecuador, en donde el 1.90% de la población

ecuatoriana representa al Estrato A, el 11.20% de la población nacional pertenece al Estrato B y el 22.80% de los habitantes ecuatorianos se encuentran inmersos en el Estrato C+, ya que los estratos del nivel socioeconómico están a nivel nacional se realizará un cálculo con el objetivo de determinar los estratos en el Distrito Metropolitano de Quito (INEC, 2013).

Es por eso que se procederá a realizar los debidos cálculos, ya que hay datos proporcionados por el Ministerio del Deporte que mencionan que existen 243.287 habitantes en el Distrito metropolitano de Quito de entre las edades de 20 a 44 años hombres y mujeres que realizan deporte o actividad física durante un período mínimo de 30 minutos con una frecuencia de 3 veces por semana.

El cálculo se lo realizará de la siguiente manera:

Se tomará el número de personas que realizan deporte o actividad física en Quito 243.287 y se lo multiplicará por el porcentaje del nivel socioeconómico A que es del 1.90% y se tendrá un total de 4.622 habitantes que representan al estrato A.

Se tomará el número de personas que realizan deporte o actividad física en Quito 243.287 y se lo multiplicará por el porcentaje del nivel socioeconómico B que es del 11.20% y se tendrá un total de 27.248 habitantes que representan al estrato B.

Se tomará el número de personas que realizan deporte o actividad física en Quito 243.287 y se lo multiplicará por el porcentaje del nivel socioeconómico C que es del 22.80% y se tendrá un total de 55.469 habitantes que representan al estrato C+.

Dando como resultado un total de 87.339 habitantes que representan el grupo objetivo de Gladiador.

3.4 TAMAÑO DE MERCADO

3.4.1 Demanda

Tabla 14. Demanda Potencial

Período	Años	Demanda	Capacidad	Demanda Real	Precio	Demanda Mensual	Demanda Anual
0	2015	87339	1.00%	873	\$2.50	10476	125712
1	2016	90562	1.10%	996	\$2.50	11952	143424
2	2017	93904	1.20%	1127	\$2.50	13524	162288
3	2018	97369	1.30%	1266	\$2.50	15192	182304
4	2019	100961	1.40%	1413	\$2.50	17676	203472
5	2020	104687	1.50%	1570	\$2.50	18840	226080

Existe un total de 87.339 personas que realizan deporte o actividad física en el Distrito Metropolitano de Quito que vendría a ser el mercado potencial de Gladiador, de lo cual solo se tomaría el 1% como demanda real, que serían un total de 873 personas que consumirían la bebida de recuperación muscular, debido a que es un producto parcialmente nuevo en el mercado y lo que se pretende realizar es culturizar y educar a los consumidores sobre esta clase de bebidas. es así que se trato de ser realista, iniciando con una participación baja con la finalidad de ser realistas en la demanda que se pueda alcanzar en el lanzamiento de Gladiador, en la investigación de mercados se determinó que estas personas consumen con una frecuencia de 3 veces a la semana esta clase de productos, lo que daría un promedio de consumo por persona de 144 botellas al año, con la finalidad de obtener una demanda mensual de 10.476 botellas y anual de 125.712 botellas.

3.5 LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS

3.5.1 Competencia

Mediante el análisis cuantitativo como cualitativo se determinó que Fuxion, Herbalife, Natural Vitality y Centro Naturista son las principales empresas competidoras de Gladiador.

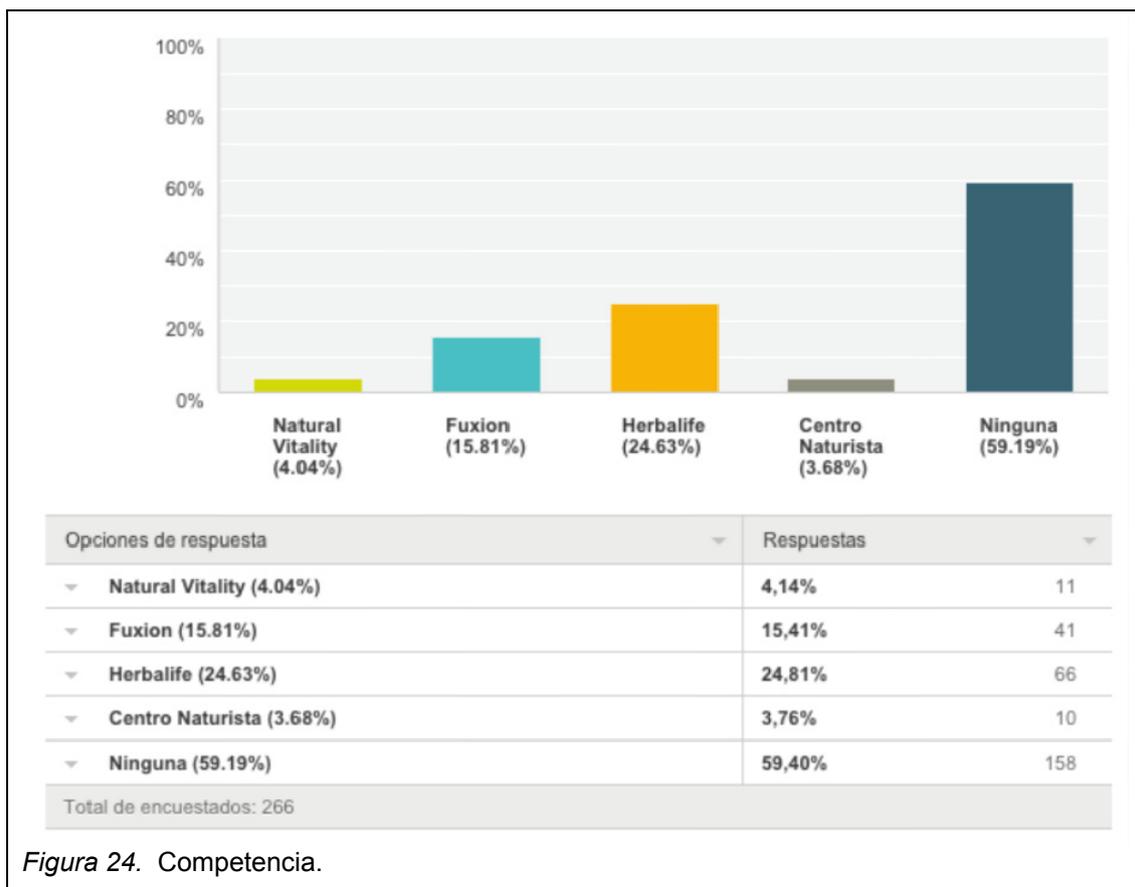


Figura 24. Competencia.

En la investigación cuantitativa se determinó que el (59.40%) de los encuestados no consumen, ni conocen ninguna de estas empresas, las empresas mejor posicionadas son: Herbalife con el (24.81%), Fuxion con un (15.41%), Natural Vitality con el (4.14%) y en último lugar Centro Naturista con un (3.76%).

En la investigación cualitativa se constató que las empresas con mayor recordación y posicionamiento son: Herbalife, Fuxion, Centro Naturista y Natural Vitality.

Tabla 15. Competencia

Nombre	Producto	Negocio
Fuxion	Proteínas en Polvo	Es una compañía de producción de alimentos nutraceúticos
Herbalife	Proteínas en Polvo	Es una compañía de nutrición y comercialización de productos para el cuidado personal
Natural Vitality	Proteínas en Polvo y Líquidas	Comercialización de productos de marcas importantes a nivel mundial
Centro Naturista	Proteínas en Polvo marcas extranjeras	Es una empresa que se dedica a la venta de productos de la salud y la belleza

Precio	Localización	Diferencia Producto
45.50 usd	Portugal 442 y Eloy Alfaro sector el Batán	No tienen en sus líneas de producto una bebida de recuperación muscular en líquido
Precios entre los 36 a 50 usd	Av. 10 de Agosto N 52-107 y Capitán Ramón Borja	No tiene en su gama de productos una bebida de proteínas en líquido
Líquido: 58 usd Polvo 76 usd	Av. República OE3-30 y Ulloa Telf.: 2435049/2435063 Paseo San Francisco Telf: 3222050 Condado Shopping Telf: 3802262 C.C. El Recreo Telf.: 2641324 Quicentro Sur Telf.: 4000139	Tiene un producto en líquido muy costoso, sin uno de los súper alimentos CHÍA
Precios entre los 90 a 15 usd	Quicentro Norte Telf.: 2439688	Productos costosos del extranjero, no ofrece bebida

Diferencia Comercialización	Estrategia y Ventaja Comparativa
Redes de mercadeo, poseen fuerzas de ventas	Una de las principales estrategias es la creación de pirámides, consiste en introducir nuevos asociados a la marca
Redes de mercadeo, poseen fuerzas de ventas	Maneja el mismo tipo de estrategia de Fuxion, fueron los pioneros con las redes de mercadeo
Propios locales, especialización	Implementación de puntos especializados, con la bebida asesoría médica
Local propio	Su principal estrategia es la comercialización de proteínas de marcas reconocidas

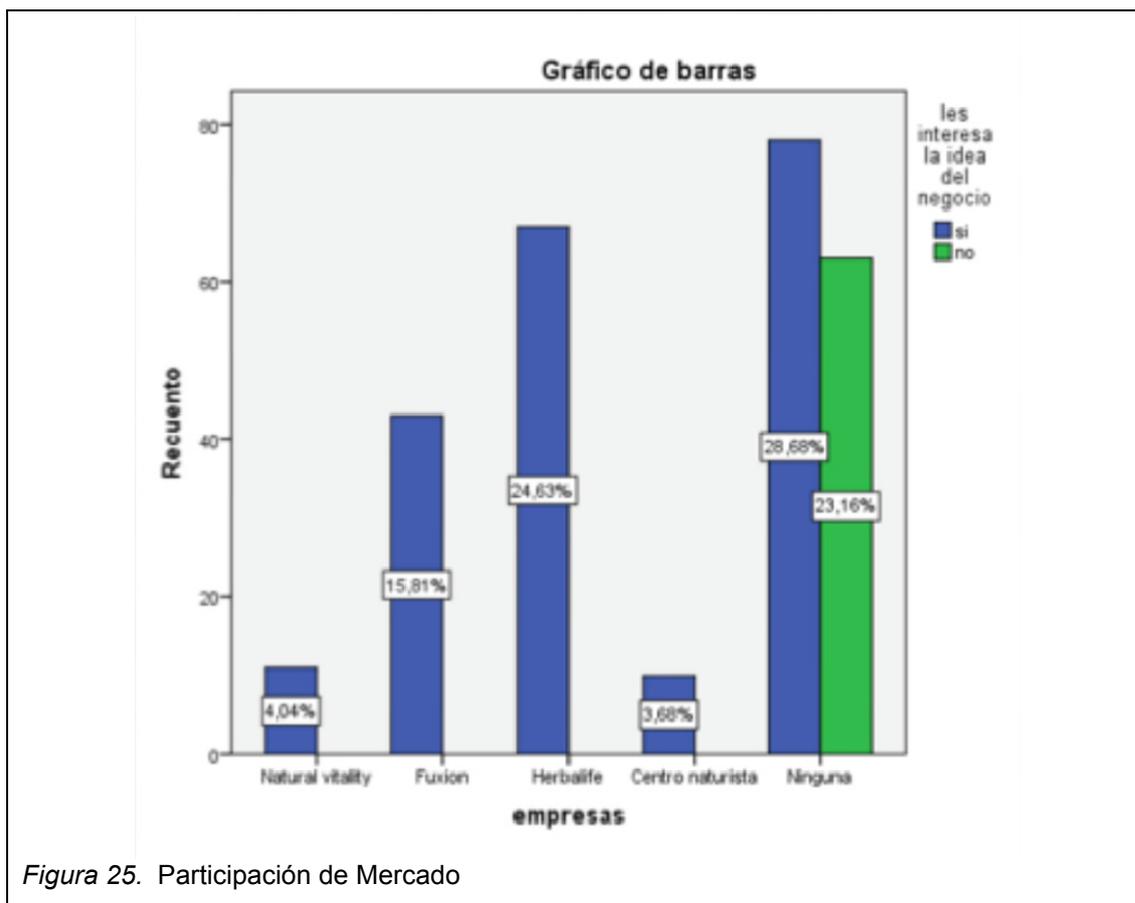
3.5.2 Servicios Sustitutos y Complementarios

- Una alimentación balanceada se puede considerar un sustituto de los suplementos proteicos, ya que las proteínas se las puede ingerir en los alimentos diarios como: vegetales, lácteos, granos, cereales y en las carnes animales.
- Ya sea por desconocimiento o falta de cultura las personas consideran a otras bebidas como: hidratantes y energizantes sustitutos de los productos proteicos.
- Las vitaminas que se comercializan en las casas farmacéuticas son sustitutos, ya que ayudan a mejorar el sistema inmunológico de las personas.
- Productos a base de cebada, trigo y soya son sustitutos, debido a que contienen gran cantidad de proteínas.
- A más de consumir suplementos proteicos después de realizar deporte y actividad física, se debe llevar una dieta balanceada que permita a los consumidores complementar una alimentación adecuada que ayude a las personas a mejorar, fortalecer, reparar y ganar una musculatura saludable.

3.6 PARTICIPACIÓN DE MERCADO VENTAS DE LA INDUSTRIA

Como ya se analizó a la competencia y los posibles productos sustitutos, se debe determinar el tamaño de mercado el cual ocupará esta idea de negocio.

Entre los principales competidores de la bebida de recuperación muscular, se encuentran: Natural Vitality, Fuxion, Centro Naturita, obteniendo solo ventas de la empresa Herbalife del Ecuador S.A, la cual vendió 42,91 millones de dólares en el año 2013 (Ekosnegocios, 2014).



Por otra parte al no encontrar las ventas anuales de todas las empresas que son la competencia de Gladiador, no se podrá determinar una participación de mercado de esta manera. Por tal motivo en la encuesta realizada hubo dos preguntas claves que ayudaron a determinar el tamaño de mercado restante. El 59.40% de los encuestados no conocía, ni a consumido productos de ninguna empresa que comercializa proteínas; lo cual se puede determinar como el tamaño de mercado que no a sido explotado y se tendría una oportunidad para hacerlo con esta idea de negocio. A su vez se realizó un cruce de variables entre las preguntas 9 y 10 de la encuesta que mencionan: Qué empresas que comercializan suplementos proteicos conoce o consume y Con qué frecuencia consume suplementos proteicos después del deporte o actividad física. Dando como resultado que las personas que están interesadas en consumir Gladiador y no conocen ninguna empresa es el 28.68%, siendo este el tamaño de mercado en el que se podría tener participación.

Al determinar que es un tamaño de mercado muy amplio solo se atacará a las personas que consumen con mayor frecuencia un producto de recuperación muscular que son el 18.42%, valor que se determinó en la pregunta 10 de la investigación de mercado. Por tal motivo solo se tomará el 1% del mercado, ya que es un producto nuevo en un entorno muy grande.

3.6.1 Razones por las cuales se preferiría a Gladiador

- Es un producto de recuperación muscular que tiene una presentación en líquido.
- Satisface una necesidad inmediata de ingerir proteína después del ejercicio.
- La forma de emplearlo, no demanda una preparación complicada, ya que se encuentra listo para beber.
- Se lo comercializará en los principales autoservicios de la ciudad de Quito, siendo de fácil acceso para el consumidor.
- La adquisición del producto puede ser de forma individual o en grandes cantidades.
- Se manejará precios bajos con respecto a la competencia.
- Uno de sus principales ingredientes es considerado un superalimento CHÍA.
- Tendrá empaque llamativo, el cual facilite la forma de beber el producto.

- Esta enfocado a personas que realicen deporte o actividad física, pero puede consumirse por individuos en general que lleven un estilo de vida activo.
- Es un producto que ofrecerá resultados en sus consumidores.

3.6.2 Ventas de la industria

En la industria de las Manufacturas se encuentran involucradas un total 52.392 empresas que conforman este núcleo económico, registrando ventas anuales de \$39.721.205.201 dólares. En la provincia de Pichincha se registraron ventas de \$25.521.664 dólares, ya que la idea de negocio se implementará en el Distrito Metropolitano de Quito (INEC, 2012).

3.6.3 Evaluación del mercado durante la implementación

Después de la implementación de la idea de negocio, se debe generar una adecuada evaluación la cual permita a la organización constatar los diferentes puntos de vista de los consumidores.

Se realizará cada quimestre la siguiente táctica de evaluación, que consistirá en medir los siguientes aspectos de la bebida de recuperación: contextura, sabor, olor, empaque y distribución.

En el anexo 8, se puede constatar las matrices utilizadas en la evaluación de la bebida.

4 PLAN DE MARKETING

4.1 ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING

Por medio de los resultados proporcionados por la investigación de mercado, la idea de negocio de implementar una empresa especializada en la producción de una bebida de recuperación muscular tuvo muy buena aceptación, ya que el 77.07% de los encuestados estarían dispuestos a consumir este producto. Por tal motivo como uno de los principales objetivos del proyecto se encuentra elaborar un plan de marketing que permita a la organización comunicar sobre las bebidas de recuperación muscular, fomentando y culturizando en la ciudad de Quito sobre los beneficios que ofrecen estos productos por medio de activaciones de marca, medios de comunicación y alianzas estratégicas, que a su vez ayuden a la organización a producir, vender y expandirse en futuros años en el territorio ecuatoriano.

4.2 OBJETIVOS

4.2.1 Objetivo General

Elaborar un plan de marketing con la finalidad de fomentar y culturizar en el Distrito Metropolitano de Quito el consumo de bebidas de recuperación muscular, que permita a la organización potenciar el desarrollo de estos productos.

4.2.2 Objetivos Específicos

- Realizar activaciones de marca sobre los beneficios y características de las bebidas de recuperación muscular, que permita abarcar un 10% del mercado objetivo, por medio de la degustación, información e interacción de los posibles consumidores.

- Desarrollar y potenciar anualmente, medios alternativos y tradicionales de comunicación que permitan informar a la ciudadanía quiteña sobre los beneficios de consumir una bebida de recuperación muscular.
- Incrementar a partir del segundo año, un 10% en la producción de la bebida de recuperación muscular.
- Incrementar a partir del segundo año, un 10% las ventas de la bebida de proteínas.
- Establecer anualmente alianzas con los distribuidores, ya que son los principales encargados de comercializar el producto terminado al consumidor.
- Implementar a partir del 2020 la expansión en la comercialización de la bebida de recuperación muscular a las principales provincias del país.
- Se utilizará una Estrategia General de Marketing de Diferenciación, ya que es un producto básicamente nuevo, que trata de fomentar en las personas que realizan deporte o actividad física el consumo de proteínas inmediatamente después del ejercicio y evitar los contratiempos que conlleva prepararse su propia proteína, teniendo como principal fortaleza ser una bebida lista para ingerirla

4.2.3 Marketing MIX

Producto:

Es una bebida de recuperación muscular con gran porcentaje de proteínas y lista para beber.



El logo de la empresa Gladiador, esta representado por un luchador de la mitología griega, que trata de proyectar en los consumidores la esencia de la compañía.

La fuerza, valentía, autosuperación y fortaleza son características que se pretende demostrar con la finalidad de que los clientes se sientan identificados con el nombre y logo de la bebida.

El slogan de la empresa Gladiador, pretende plasmar y recordar en los consumidores una de las principales características con las que cuenta esta bebida, ofrecer una ingesta de proteínas inmediatamente después de culminar con la actividad física o deportiva, es así que “Nutrición al Instante” proyecta la facilidad y rapidez de ingerir proteína.

La ventaja competitiva de Gladiador es, ser un producto en líquido, de fácil acceso con propiedades organolépticas únicas enfocadas en la satisfacción del cliente.

4.2.4 Niveles de Producto

Valor esencial para el cliente:

Producto de recuperación muscular en líquido que ayuda a fortalecer, recuperar, restaurar, reparar los músculos del organismo del ser humano, evitando las molestias de la preparación, ya que es un producto que se caracteriza por estar listo para beberlo.

Es por eso que Gladiador pretende crear un posicionamiento en la mente del consumidor como un producto de fácil adquisición y uso, que busque satisfacer la demanda exigente de las personas que realizan deporte o actividad física.

Producto real:

Tendrá un diseño y empaque innovador el cual sea del agrado de las personas que conocen y consumen estos suplementos proteicos, entre sus principales características esta la implementación de la semilla de la CHÍA como uno de los ingredientes que dará un valor agregado a la bebida.

Producto aumentado:

Se ofrecerá un servicio en línea de información y asesoría a los clientes y potenciales consumidores de la bebida de recuperación muscular con la finalidad de informarles sobre los beneficios y características de estos productos.

Las bebidas de recuperación muscular con gran porcentaje de proteínas en la ciudad de Quito se encuentran en una etapa de Introducción, debido a que existen productos mejor posicionados en la mente de los consumidores, por tal motivo se ofrecerá al segmento al cual se atacará una bebida que rompa esquemas al ser única en el mercado, que ayude a los usuarios a satisfacer

inmediatamente su necesidad de proporcionarse una ingesta de proteínas después de acabar con sus rutinas deportivas o físicas, resaltando los innovadores componentes por los que se caracteriza Gladiador.

4.2.5 Ciclo de vida del producto

Al determinar con anterioridad que los productos de recuperación muscular en líquido se encuentran en una etapa de Introducción, se utilizará una estrategia de Penetración de Mercado, ya que al estar en una etapa de Introducción la ventas son bajas y lo que se pretende es aumentar los esfuerzos de comercialización de este nuevo producto en el mercado quiteño y de cierta manera generar una necesidad en el segmento objetivo aumentando la participación de mercado.

En la etapa de Crecimiento, en la cual las ventas y por ende la comercialización de la bebida de recuperación muscular comienza a subir, se utilizará una estrategia de “Desarrollo de Mercado”, con la finalidad de introducir este producto en nuevas provincias del país.

En la etapa de Madurez, donde las ventas y comercialización de la bebida comienzan a decaer o simplemente no mantienen un crecimiento constante como en tiempos anteriores, se utilizará una estrategia de Desarrollo de Producto con la finalidad de seguir incrementando la participación de la empresa en la venta de la bebida y a su vez permanecer en esta etapa el tiempo más largo posible.

4.2.6 Precio

La Estrategia de Precio de Penetración es la que se utilizará, ya que se incursionará en el mercado con un precio relativamente menor al de la competencia, con la finalidad de penetrar en el mercado de forma rápida y eficaz, debido a que la competencia directa es Natural Vitality, ya que en su

gama de productos posee una bebida de proteínas de características similares a la de Gladiador con un precio de \$ 58.40 usd en una presentación de 50 ml con una frecuencia máxima de uso de 14 días, empleándola en forma de jarabe siendo la dosis indicada de 4 cucharadas al momento de realizar deporte o actividad física.

4.3 POLÍTICA DE PRECIOS

4.3.1 De acuerdo a la competencia

La empresa Natural Vitality posee un producto de características similares a Gladiador, el cual es Liquid Amino de 50 ml que tiene un costo de \$ 58.40 usd y se lo debe administrar en forma de jarabe siendo la dosis 4 cucharadas y tiene un alcance máximo en personas adultas de 14 días, teniendo un precio por ingesta de \$ 4,17 usd. Por tal motivo se puede establecer un precio comparado con la competencia entre el rango de usd 4,00 a 4,50 usd para la bebida de recuperación muscular.

4.3.2 De acuerdo a la investigación de mercado

Se realizó la investigación de mercado método cuantitativo, con la finalidad de constatar el precio que los posibles consumidores estén dispuestos a pagar por la bebida de recuperación muscular, siendo la opción b de \$ 2.50 a 3.00 usd la de mayor elección con un total del 58.05%, es así que se puede determinar que los clientes están dispuestos a pagar un valor entre el rango de la opción mencionada en la encuesta.

4.3.3 De acuerdo a los costos de producción

Otra de las formas de establecer precio a la bebida de recuperación muscular es determinando los costos variables y fijos de producción.

Los costos variables de producción son los insumos y los materiales que se requieren para la elaboración de la bebida que se determinan de acuerdo al volumen de producción de la compañía, a su vez los costos fijos que no dependen del volumen de producción de Gladiador los cuales son: mano de obra, servicios básicos y el arriendo.

Tabla 16. Costos de Producción Gladiador

Costos de producción Gladiador			
Bebida	Costos Fijos/Variables	Utilidad	Precio
De proteína 250 ml	1.85	35%	\$2.50

*** Opción elegida para determinar las políticas de precio:**

Se utilizará la opción de costos de producción, ya que los costos fijos y variables al momento de producir 220 litros o 880 unidades de 250 ml de la bebida son de \$1.85 dólares, siendo el costo de elaborar este producto de recuperación muscular, proyectando un margen de ganancia del 35%. Dando como resultado un precio de venta al detal de \$2.50 usd, que se complementa con el rango de precios de \$2.50 a 3.00 usd que se determinó en la investigación de mercado.

4.4 TÁCTICA DE VENTAS

Ya que las empresas que ofrecen suplementos proteicos en polvo como Fuxion y Herbalife poseen una táctica de ventas de redes de mercadeo en la que sus principales asociados son su fuerza de venta. Las empresas Natural Vitality y Centro Naturista emplean ventas directas, ya que poseen sus propios locales en donde comercializan sus productos. Gladiador pretende emplear una táctica de distribución de ventas indirectas, en donde los principales autoservicios de la ciudad de Quito serán los encargados de comercializar la bebida de recuperación muscular y así poder alcanzar la mayor cantidad de clientes.

Debido a que Gladiador implementará una táctica de distribución de ventas indirectas, no contará con personal de ventas. Se contratará un profesional de Marketing y Ventas que cumplirá con la función de contactar y gestionar los posibles autoservicios en donde se comercializará la bebida en el Distrito Metropolitano de Quito.

4.5 POLÍTICA DE SERVICIO AL CLIENTE Y GARANTÍAS

La finalidad de crear una política de servicio al cliente es: escuchar a los consumidores en cada interacción que se mantenga con los mismos, fomentar una atención ideal con los distribuidores de la bebida, comprender las necesidades del cliente y cumplir con lo que se le ofrece al consumidor.

Por medio de la cual se procederá a realizar quimestralmente encuestas de satisfacción al cliente por medio de la página web de la empresa y se recibirán quejas, recomendaciones y demás notificaciones en las redes sociales con las que cuenta la compañía.

Al ser indirectamente los autoservicios los clientes de Gladiador, se ofrecerá a los distribuidores de la bebida de recuperación muscular un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP), que ayuden a los clientes a facilitar sus pedidos, pagos y facturas con la finalidad de fomentar un servicio personalizado.

4.6 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

4.6.1 Publicidad

Se realizará una estrategia Híbrida de publicidad, la cual es una mezcla entre los elementos de atracción y empuje con la finalidad de fomentar la demanda en los distribuidores como en el consumidor final.

Se empleará estrategias publicitarias de tendencia, que permitan a la empresa dar a conocer sobre los beneficios de consumir una bebida de recuperación muscular con gran porcentaje de proteínas y todo el tiempo que los usuarios pueden ahorrarse al momento de consumir productos de estas características.

Uno de los principales objetivos de publicitar en diferentes medios de comunicación es enfocarse en el mercado objetivo al cual se desea atacar. Por tal motivo se potenciará el desarrollo de redes sociales, ya que en la actualidad es una herramienta que permite a las organizaciones publicitar sus productos y servicios a bajo costo; siendo un medio que tiene gran acogida por parte de los consumidores, debido a que se mantiene contacto directo con los clientes.

La promoción enfocada en los distribuidores será el obsequio de muestras del producto con la finalidad de que el consumidor conozca sobre la bebida de recuperación muscular.

Se creará una página web de la empresa, la cual mantenga enlace directo con las redes sociales. Ofreciendo mensualmente a los clientes reportajes y artículos de relación que ayudarán a los usuarios a potenciar su rendimiento físico.

Presupuesto:

Tabla 17. Presupuesto Página Web

Página Web	Gasto Mensual	Gasto Anual
Página Web	108.33	1,300.00

Redes Sociales: Facebook, Instagram y Twitter.

Se desarrollará artículos de interés deportivo y nutricional, publicitando la bebida en revista de interés y que mantengan estas referencias, donde no solo se expondrá las características de la bebida, sino que también se desarrollarán

temas de relación que ayudarán a las personas ha informarse de los beneficios de consumir productos de estas condiciones nutricionales y técnicas.

Se lanzará los artículos cada trimestre en revistas de estas características

Presupuesto:

Tabla 18. Presupuesto Revistas Artículos

Revistas Artículos	Gasto trimestral	Gasto Anual
Revistas	800.00	3,200.00

Revista: VidActiva.

En el Distrito Metropolitano de Quito existe la cultura de escuchar radio, es así que se pautará cuñas publicitarias en radios de gran sintonía y sobre todo que tengan relación con la esencia de la empresa.

Es así que se ofrecerá producto a los radioescuchas que llamen a la emisora mencionando el slogan y las cualidades de Gladiador.

Gladiador la bebida que llegó para cambiar la perspectiva del deportista, cansado de los suplementos proteicos en polvo, que esperas adquiere Gladiador la bebida con gran porcentaje de proteínas que ayuda a tu organismo a recuperar los músculos después del extenuante esfuerzo físico y lo mejor ya se encuentra lista para beberla, ya no sufras más.

Radio: En el programa Hablando Jugadas de 9 a 11 am (Fútbol fm).

Presupuesto:**Tabla 19. Presupuesto Radios Cuñas**

Radios Cuñas	Gasto Mensual	Gasto Anual
Radio	2,000,00	24,000.00

En el Anexo 9 se puede evidenciar el ranking de las radios deportivas de la ciudad de Quito.

Se procederá a exponer vallas publicitarias en puntos estratégicos de la ciudad de Quito, con la finalidad de ofrecer medios visuales a los potenciales consumidores de la bebida de recuperación muscular, en donde brevemente se expondrán las características y cualidades de Gladiador.

En la Avenida 6 de Diciembre a la altura del Quicentro Shopping.

Presupuesto:**Tabla 20. Presupuesto Vallas**

Vallas	Gasto Mensual	Gasto Anual
Vallas	3,000,00	36,000.00

4.6.2 Relaciones Públicas

El principal objetivo de las relaciones públicas es conservar y mantener la mejor predisposición por parte del entorno al cual se debe la organización.

Los boletines de prensa son indispensables al momento de lanzar al mercado nuevos productos, es así que se tratará de llamar la atención de los medios de comunicación que se interesarían en cubrir este nuevo acontecimiento.

Uno de los principales medios para generar una imagen positiva, es el desarrollo de patrocinios de eventos con fines sociales. Por tal motivo se

patrocinará anualmente un evento de estas características, proyectando y generando el reconocimiento de los medios de comunicación y de la sociedad.

Otro de los medios efectivos para potenciar las relaciones públicas en una organización; es la forma de crear publicidad gratuita o publicity. Se proyectará la esencia de la empresa, al ser una de las primeras compañías productoras de bebidas de recuperación muscular en el país, con la finalidad de generar reportajes en los principales medios de comunicación.

4.6.3 Promoción de ventas

Se realizarán activaciones de marca con el objetivo de dar a conocer el producto, en donde se explicará los beneficios de consumir suplementos proteicos y la facilidad de uso al momento de ingerir una bebida de recuperación muscular, por medio de la interacción directa con el consumidor.

Degustaciones del producto que permitirán a las personas probar una bebida de estas características.

Ejem: en el ciclo paseo de los Domingos, ya que existe gran porcentaje de quiteños que gustan practicar ciclismo en la ciudad.

Juegos Interactivos con la finalidad de compartir con los posibles clientes, premiando a los ganadores con producto de la marca Gladiador.

Anualmente se gestionará una feria de nutrición, en donde se pueda exponer los beneficios de consumir estos productos después de realizar deporte o actividad física.

Se contará con un presupuesto anual de \$ 3.000 dólares con la finalidad de realizar estas promociones en ventas durante un periodo.

Presupuesto:

Tabla 21. Presupuesto Promoción en Ventas

Promoción en Ventas	Gasto Mensual	Gasto Anual
Activaciones	500.00	6,000.00

4.7 DISTRIBUCIÓN

Se empleará una Estrategia de Distribución Intensiva, en donde se buscará contar con el mayor número de distribuidores de la bebida de recuperación muscular, en este caso acceder a gran porcentaje de autoservicios de la ciudad, con la finalidad de incrementar las ventas de este producto y haciendo que la bebida sea de fácil adquisición por parte del consumidor.

Por motivos de que es una empresa productora de bebidas de recuperación muscular la ubicación de Gladiador será en el sector industrial de Carcelén Dirección: Av. Diego Vásquez N76-397. Es un galpón totalmente remodelado se encuentra en un parque cercado, el lugar tiene las siguientes características: tamaño 220 m², dos oficinas de 25 m² cada una con sus respectivos baños privados, 2 parqueaderos cubiertos, un baño para el personal, monitoreo de cámaras de seguridad. Es el espacio destinado para la elaboración de la bebida y sus puntos de contacto.

4.7.1 Canales de distribución

Se utilizará un canal de distribución indirecto que permita a Gladiador tener uno o más intermediarios, enfocándose en un inicio solo en los principales supermercados de la ciudad (Supermaxi, Megamaxi, Santa María, Tía e Hipermarket), en un futuro cuando la marca Gladiador se encuentre mejor posicionada en la mente de los consumidores se procurará abrir nuevos puntos de distribución como: Farmacias (Medicity, Fybeca y Pharmacys), tiendas

express (Oki Doki) y diferentes gimnasios o crossfits (Balance, Phisique, Canela, Crossfit Quito etc.).

La empresa Gladiador tomó la decisión de utilizar este canal de distribución indirecto, porque uno de los principales objetivos de esta compañía es que el producto sea de fácil acceso para los consumidores y que se pueda adquirir en los principales autoservicios de la ciudad.

Con la finalidad de distribuir o entregar el producto a los principales autoservicios de la ciudad se contará con dos Van N300 Cargo de la marca Chevrolet, la cual tiene un precio total de 16,490 dólares.

Es así que uno de los principales objetivos del proyecto es elaborar un Plan de Marketing, que permita a la organización comunicar, educar y culturizar a la ciudadanía quiteña sobre el consumo de productos de recuperación muscular en líquido, mediante la utilización de estrategias de producto, precio, promoción, distribución y publicidad, las cuales permitirán a Gladiador realizar activaciones de marca, establecer alianzas, desarrollar, potenciar medios tradicionales y alternativos de comunicación, fomentando en futuros años el crecimiento en la producción y ventas que ayudará a la bebida a expandirse geográficamente por las principales provincias del país.

En el Anexo 10, se puede observar el presupuesto destinado para la Publicidad y Promoción.

* Plan de Acción:

Tabla 22. Plan de Acción

Actividad	5- 31 Enero	1-28 Febrero	1-31 Marzo	1-30 Abril	1-31 Mayo	1-30 Junio	1-31 Julio	1-31 Agosto	1-30 Septiembre	1-31 Octubre	1-30 Noviembre	1- 31 Diciembre
Realizar activaciones de marca sobre los beneficios y características de las bebidas de recuperación muscular.			X			X			X			
Desarrollar y potenciar anualmente, medios alternativos de comunicación.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Establecer anualmente alianzas con los distribuidores.	X						X					
Establecer alianzas inmediatas con los proveedores.	X						X					
Artículos de interés deportivo, basados en la nutrición.				X				X				X
Cuñas publicitarias, radios enfocadas al segmento												
Patrocinio de evento de caracter social							X					
Se realizarán juegos interactivos, en centros donde se realice actividad física o deportiva.				X				X				X
Se implementará la feria de la nutrición										X		

5 DISEÑOS Y PLANES DE DESARROLLO

5.1 ESTADO ACTUAL DE DESARROLLO Y TAREAS PENDIENTES

Es un producto de recuperación muscular con gran porcentaje de proteínas el cual se encuentra listo para beber. La fórmula de la bebida se encuentra totalmente desarrollada.

El diseño de la bebida, fabricación de prototipos y pruebas necesarias antes de lanzar el producto al mercado, se las realizó con un Bioquímico el cual constató mediante un análisis previo de las características de productos similares de marcas extranjeras, con la finalidad de conocer las condiciones químicas de las bebidas de recuperación muscular.

Tabla 23. Acciones Previas al Lanzamiento del Producto

Acciones Previas al Lanzamiento del Producto			
Etapa de Investigación	Etapa de Prueba	Etapa Correctiva	Etapa de Control
Encargado Bioquímico	Encargado Bioquímico	Encargado Bioquímico	Área Control de Calidad/Subcontratado
1. Investigación bebidas similares características extranjeras	1. Adquisición materia prima	1. Determinar la materia prima de mejor calidad	1. Adquisición materiales de control de calidad
2. Desarrollo fórmula	2. Determinar dosis correctas	2. Cuantificar la dosis exacta	2. Determinar área control de calidad
3. Análisis materia prima y materiales	3. Manipulación materia prima	3. Manipulación normas correctivas	3. Constatar el Ph de la bebida
4. Maquinaria necesaria e implementos	4. Mezcla y fusión elementos químicos	4. Mezcla y fusión 4 horas proceso	4. Subcontratación análisis microbiológico
5. Determinar áreas de trabajo	5. Desarrollo del proceso	5. Determinar y controlar todo el proceso	5 Datos análisis del lote de producción
6. Constatar personal requerido	6. Revalorización del proceso	6. Producto terminado	6. Producto para la venta

5.2 DIFICULTADES Y RIESGOS

Entre las principales dificultades que se pueden suscitar al momento de elaborar una bebida de recuperación muscular con gran porcentaje de proteínas, es la manipulación de cada una de las materias primas con las que se elabora productos de estas características. Al ser la mayoría de los insumos químicos, vitaminas y la leche que le da la proteína a la bebida, se debe tener el mejor control y establecer normas de manipulación, ya que son sustancias que reaccionan de forma aleatoria al momento de emplearlas de manera errónea.

Es así que por parte del Bioquímico de planta de Gladiador, se establecerá normas de manipulación de los insumos, con la finalidad de que sus asistentes cumplan con los parámetros determinados al momento de tener contacto directo con la materia prima que se requiere.

Tabla 24. Normas de Manipulación Insumos Gladiador

Normas de Manipulación Insumos Gladiador		
Insumos Químicos	Insumos Lácteos	Insumos Vegetales
1. Almacenar insumos químicos temperatura ambiente	1. Almacenar insumos lácteos en polvo temperatura ambiente	1. Almacenar insumos vegetales temperatura ambiente
2. Uso de kit de manipulación	2. Uso de kit de manipulación	2. Uso de kit de manipulación
3. Cuantificar las dosis predispuestas	3. Cuantificar las dosis predispuestas	3. Cuantificar las dosis predispuestas
4. Evitar la exposición a altas temperaturas	4. Evitar el contacto con microorganismos	4. Evitar la exposición altas temperaturas
5. Realizar los procesos en tiempos establecidos	5. Realizar los procesos en tiempos establecidos	5. Realizar los procesos en tiempos establecidos

En lo referente al proceso productivo se debe elaborar por parte del Bioquímico, normas de sanidad al momento de tener contacto con los insumos y sobre todo en el proceso de mezcla y fusión de los elementos químicos, por motivos de que son sustancias propensas a contaminación.

Tabla 25. Normas de Sanidad Gladiador

Normas de Sanidad Gladiador		
Insumos Químicos	Insumos Lácteos	Insumos Vegetales
1. Lavarse las manos con agua, jabón y desinfectante	1. Lavarse las manos con agua, jabón y desinfectante	1. Lavarse las manos con agua, jabón y desinfectante
2. Proceder a equiparse con el Kit de producción	2. Proceder a equiparse con el Kit de producción	2. Proceder a equiparse con el Kit de producción
3. Manipular los insumos químicos en su respectiva área	3. Manipular los insumos lácteos en su respectiva área	3. Manipular los insumos vegetales en su respectiva área
4. Evitar el contacto con agentes externos	4. Evitar el contacto con agentes externos	4. Evitar el contacto con agentes externos
5. Mezclar los insumos en sus tiempos establecidos	5. Mezclar los insumos en sus tiempos establecidos	5. Mezclar los insumos en sus tiempos establecidos

Se debe determinar con anterioridad los posibles riesgos que se puedan presentar, ya que se debe tener un control preventivo de la maquinaria y así evitar posibles contratiempos en la producción.

Tabla 26. Control Preventivo Maquinaria Gladiador

Control Preventivo Maquinaria Gladiador		
Tanque de Preparación	Molino Coloidal	Máquina Llenadora
1. Constatar las conexiones eléctricas durante cada proceso productivo	1. Constatar las conexiones eléctricas durante cada proceso productivo	1. Constatar las conexiones eléctricas durante cada proceso productivo
2. Verificar posibles sonidos, que determinen algún mal manejo de la maquinaria	2. Verificar posibles sonidos, que determinen algún mal manejo de la maquinaria	2. Verificar posibles sonidos, que determinen algún mal manejo de la maquinaria
3. Realizar durante cada tres meses chequeos de prevención	3. Realizar durante cada tres meses chequeos de prevención	3. Realizar durante cada tres meses chequeos de prevención
4. Verificar periódicamente posibles fugas en el tanque	4. Verificar los retenes del eje del cuerpo del motor	4. Verificar las válvulas de la máquina llenadora
5. Monitorear el motor del tanque mezclador	5. Monitorear el rotor y el estator	5. Monitorear el motor de la máquina llenadora

5.3 MEJORAMIENTO DEL PRODUCTO Y NUEVOS PRODUCTOS

En un inicio se procederá a elaborar una bebida de recuperación muscular con gran porcentaje de proteínas de un solo sabor "chocolate", este producto contiene una infusión de la semilla CHÍA, siendo esto una de las principales características diferenciadoras de la bebida.

En un futuro se podrá implementar nuevos sabores para la bebida de recuperación muscular, debido a que en la investigación de mercado método cualitativo, se pudo constatar que los integrantes del Grupo Focal recomendaron a Gladiador incorporar en su bebida sabores tropicales representativos del país, mencionando que Ecuador al ser una nación productora de muchas frutas exóticas puede proporcionar a la empresa la materia prima necesaria para ofrecer sabores diferentes en sus bebidas.

5.4 COSTOS DE DESARROLLO PROYECTADOS

Tabla 27. Costos Etapas Previas

Etapa de Investigación	1 mes			
Materiales/Insumos Requeridos	Costos Materiales/Insumos	Honorarios Encargados	Costos Encargados	Total
Productos extranjeros	\$60.00	Bioquímico	\$1,300.00	\$1,360.00
Libros Químicos	\$120.00	Supervisor	\$400.00	\$520.00
			Costo Total	\$1,880.00
Etapa de Prueba/ Correctiva/Calidad	1 mes			
Materiales/Insumos Requeridos	Costos Materiales/Insumos	Honorarios Encargados	Costos Encargados	Total
8 Frascos	\$80.00	Bioquímico	\$1,300.00	\$1,380.00
1 Sistema de filtración	\$451.77	Supervisor	\$400.00	\$851.77
1 Agitador	\$300.00			\$300.00
1 Refractómetro Visual	\$2,440.00			\$2,440.00
1 Phmetro	\$382.50			\$382.50
1 Conductímetro	\$412.50	Subcontratación	\$300.00	\$712.50
			Costo Total	\$7,456.48
			Total	\$9,336.48

Se determinó las etapas previas al lanzamiento de Gladiador al mercado. Por tal motivo se realizó un análisis de los costos de cada una de estas.

Se requiere de la contratación de un Bioquímico con su respectivo supervisor de producción, los cuales analizarán bebidas de recuperación muscular de marcas extranjeras con la finalidad de determinar posibles componentes,

fórmulas y a su vez mejorarlas. Otro de los objetivos de esta etapa es investigar sobre los proveedores de los insumos, materiales y maquinaria que se requieren para elaborar la bebida, se deberá constatar las áreas de trabajo de cada uno de los procesos con la mano de obra que se demandará para comenzar con el proceso productivo.

Esta etapa de investigación tendrá un tiempo de máximo de ejecución de 30 días, por lo que se determinó un presupuesto de \$ 1.880,00 dólares.

Las etapas de Prueba, Correctiva y Control de Calidad tendrán un período de ejecución de 30 días, en las cuales se deberá realizar la elaboración de la bebida de recuperación, con sus respectivas acciones correctivas y el control de calidad. Es por ello que estas acciones se las debe realizar previo al lanzamiento de bebida y tendrán un presupuesto de \$ 7,456.48 dólares.

5.5 PROPIEDAD INTELECTUAL

Se patentará la bebida de recuperación muscular en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), siendo un derecho que el Estado Ecuatoriano concede de manera directa a determinados invenciones, con la finalidad de que se los pueda explotar industrial y/o comercialmente en forma exclusiva al invento. Es por ello que Gladiador cumple con los principales requisitos, al ser un producto que mantiene un proceso productivo innovador y caracterizado por ser único en el país (IEPI, 2014).

5.5.1 Costos de Patente

En la página del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), el costo de presentar una solicitud de patente de hasta 10 reivindicaciones tiene un valor de \$ 2,816.13 dólares, que será el rubro destinado al trámite de patentar esta nueva invención (IEPI, 2014).

Uno de los principales objetivos que se estableció fue desarrollar un plan de diseño y desarrollo en la elaboración de la bebida de recuperación, una vez establecido los potenciales clientes del producto y el plan de comunicación con el que se pretende informar y culturizar a los ciudadanos del Distrito Metropolitano de Quito sobre los beneficios de consumir productos de recuperación muscular en líquido, se procedió a realizar el diseño de la bebida y los posibles riesgos que puedan surgir al momento de establecer los parámetros de elaboración del producto.

6 PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN

Una vez constatado el diseño, desarrollo y posibles riesgos e imprevistos que se deben tomar en cuenta al momento de elaborar la bebida de recuperación muscular “Gladiador”, se debe determinar el plan de operaciones y producción con el que contará la organización, por lo que uno de los objetivos del proyecto es determinar el plan de operaciones del producto.

6.1 ESTRATEGIA DE OPERACIONES

6.1.1 Características Técnicas y Funcionales de Gladiador

6.1.1.1 Características Técnicas

Es un producto de recuperación muscular cuyos principales componentes son: Suero de la leche, Carraginata, Sacarina Sódica, Polifosfato de Sodio, Vitamina A, Vitamina B3, Riboflavina, Chía, Cocoa en Polvo, Propilparabeno, Metilparabeno y Agua Purificada, son los insumos que se requieren para la elaboración de un producto de 20 gramos de proteína.

Tabla 28. Factores Nutricionales Gladiador

Factores Nutricionales Tamaño 250 ml Porciones por envase	
Calorías	240
Suero de leche	60g
Carraginata	25mg
Sacarina Sódica	10mg
Polifosfato de Sodio	10g
Vitamina A	15%
Vitamina B3	40%
Rifoblavina	40mg
Chía	10g
Cocoa en Polvo	10g
Propilparabeno	20mg
Metilparabeno	200mg

6.1.1.2 Características Funcionales

La bebida de recuperación muscular, posee un envase de plástico de 250 ml, con una etiqueta que presenta el valor nutricional, la semaforización y los demás requerimientos impuestos por el organismo que rige en la elaboración de estos productos (Arcsa).

Tabla 29. Proveedores Gladiador

Principales Proveedores de Gladiador			
Insumos	Proveedor	Teléfono Contacto	Dirección
Leche Descremada	El Ordeño	2909-024	Av. 12 de Octubre y Cordero
Carragina	Casa de los Químicos	2503-428	Av. América y Asunción
Sacarina Sódica	Casa de los Químicos	2503-428	Av. América y Asunción
Polisfotato de Sodio	Casa de los Químicos	2503-428	Av. América y Asunción
Vitamina A	Disproquím	3216-008	Av. América y Buenos Aires
Vitamina B3	Disproquím	3216-008	Av. América y Buenos Aires
Rriboflavina	Disproquím	3216-008	Av. América y Buenos Aires
Propilparabeno	Química Comercial	3947-560	Juan Severino E8-38 Edif. Corporativo Argentina Plaza, Piso 10
Metilparabeno	Química Comercial	3947-560	Juan Severino E8-38 Edif. Corporativo Argentina Plaza, Piso 10
Cocoa en polvo	Cofina Cocoa	4259-1979	Vía Durán - Ecuador
Chía	Chía- Ecuador	2523-522	Otavalo - Imbabura
Botella de Plástico Tapa de Plástico	Ecuavases	3216- 219	Av. América N16-26 y Buenos Aires
Etiqueta	Flexpack	2866283	Río Amazonas 911 y Río Santiago
Sello de Embalaje	Flexpack	2866283	Río Amazonas 911 y Río Santiago

6.1.2 Tiempo que toma producir la bebida de recuperación muscular

El tiempo de elaboración de la bebida será de tres horas.

En la primera hora del proceso productivo se deberá preparar la dosis prevista de los insumos dependiendo del nivel de producción que se desea elaborar, verificar el funcionamiento de la maquinaria con la finalidad de evitar contratiempos, a su vez se deberá vertir periódicamente cada uno de los insumos en el tanque mezclador

Una vez vertidos los insumos en el tanque mezclador se procederá a encender el motor del molino coloidal, que permitirá a la materia prima mezclarse y fusionarse con cada uno de los componentes que darán la contextura a la bebida de recuperación muscular, este proceso tendrán un período una hora y media hasta su culminación.

La última media hora de la elaboración de la bebida, se deberá vertir la infusión de la semilla de la CHÍA, que le dará al producto un valor agregado este proceso tendrá que mezclarse con los demás insumos de la fórmula de Gladiador y esperar el tiempo restante a la culminación del proceso productivo.

6.1.3 Cuellos de botella en el proceso

Entre los principales cuellos de botellas que se presentan en la elaboración de la bebida de recuperación muscular, está el proceso de la mezcla de los insumos que toma el 50% del proceso productivo, siendo uno de los más importantes ya que se fusionan los insumos que dan las características organolépticas a la bebida.

El llenado y el etiquetado de la bebida de recuperación muscular tomará un período de 30 segundos por cada dos envases, siendo uno de los principales cuellos de botella en el proceso del producto terminado, debido a que si se

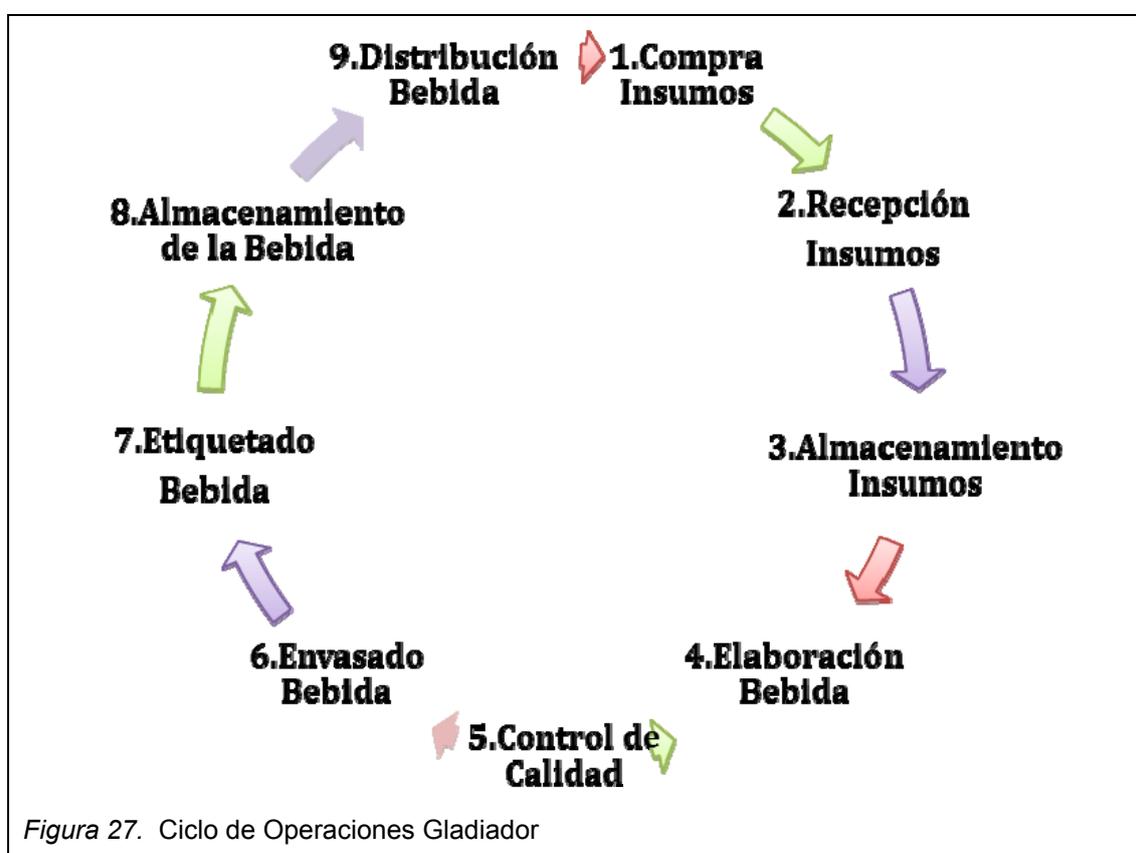
desean etiquetar y llenar 800 botellas tomará un tiempo máximo de 4 horas, siendo un tiempo mayor al de la producción de la bebida.

6.1.4 Capacidad máxima de producción

Se contará con un tanque mezclador el cual tiene una capacidad de 500 litros, que permitirá a la empresa Gladiador mantener una producción máxima de 500 litros o 2.000 botellas de 250 ml por lote de producción.

6.2 CICLO DE OPERACIONES

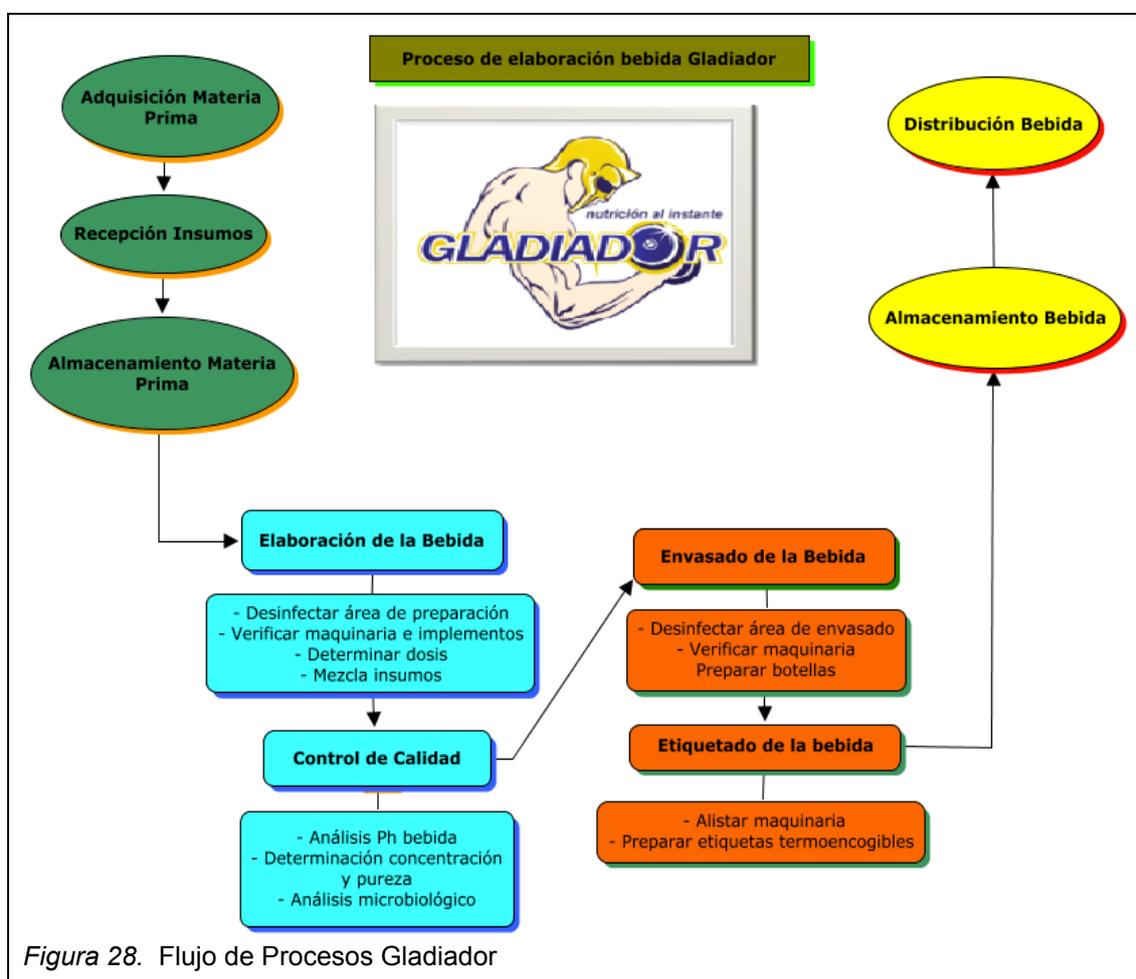
Son todos los procesos previos que se deben realizar con la finalidad de elaborar la bebida de recuperación muscular. Por tal motivo existen algunas actividades que se deben tomar en cuenta desde la adquisición de los insumos hasta la culminación del producto.



1. En lo que se refiere al Ciclo de Operaciones una de las principales actividades que se debe realizar es la adquisición de los insumos dispuestos en la formula de la bebida de recuperación.
2. Debido a que se cuenta con proveedores se debe determinar la logística idónea en la recepción de la materia prima y la gestión indicada para recibirla.
3. Una vez receptado y adquirido los insumos, se debe realizar el almacenamiento de los mismos, tomando las medidas de cautela necesarias que permitan conservar la materia prima en óptimas condiciones.
4. Se deberá alistar y desinfectar el área de preparación, verificar la maquinaria y los implementos de producción que se requiere para elaborar la bebida, a su vez determinar la dosis idónea de materia prima con la finalidad de constatar los litros de producto que se pretende producir.
5. Se procederá, a realizar las determinadas pruebas y controles, con la finalidad de cumplir con las Buenas Practicas de Manufacturas impuestas por el organismo Rector (Arcsa).
6. Una vez elaborado los determinados litros de la bebida de recuperación muscular, se deberá desinfectar y alistar el área de envasado, con la finalidad de producir el número esperado de botellas de 250 ml.
7. Al tener ya el producto envasado se procederá a sellar y etiquetar la bebida de recuperación muscular, dejándola lista para proceder a empacarla en sus respectivos cartones.

8. El producto terminado deberá ser almacenado en el área de almacenamiento, bajo las condiciones de temperatura correctas que permitan conservar la bebida en condiciones saludables.
9. La etapa final del Ciclo de Operaciones es la distribución del producto terminado, dependiendo del acuerdo que se llegue con los distribuidores de si prefieren recoger el producto en las instalaciones de Gladiador o recibir la bebida en sus locales.

6.2.1 Flujo de Procesos



6.3 REQUERIMIENTO DE EQUIPO Y HERRAMIENTAS

Tabla 30. Maquinaria Gladiador

Maquinaria y Equipos	Cantidad	Precio	Valor Total
Tanque Mezclador 500 Litros	1	\$3,200.00	\$3,200.00
Molino Coloidal	1	\$2,500.00	\$2,500.00
Llenadora por Gravedad Neumática	1	\$7,300.00	\$7,300.00
Equipo de agua purificada	2	\$370.00	\$740.00
Bomba Trasbase	1	\$1,000.00	\$1,000.00
Frigorífico Tipo Armario	1	\$1,200.00	\$1,200.00
Tunel de Calor	1	\$960.00	\$960.00
Refractómetro Visual	1	\$2,440.00	\$2,440.00
Sistema de Filtración D	2	\$451.77	\$903.54
Phmetro	1	\$382.50	\$382.50
Conductivímetro	1	\$412.50	\$412.50
Balanza Electrónica	1	\$75.00	\$75.00
Total Maquinaria			\$21,113.54

Se requiere realizar una inversión en maquinaria de \$21,038.54, para poner en marcha el proceso productivo de Gladiador. A continuación se detallará cada una de estas:

1. Tanque mezclador de 500 litros, donde se vertirá cada uno de los insumos que se requieren para la producción de Gladiador.
2. Molino Coloidal, que se encarga de mezclar y fusionar las materias primas, con la finalidad de mantener las condiciones organolépticas del producto.
3. Llenadora por Gravedad Neumática, que cumple la función de llenar en simultáneo cuatro envases en un período máximo de 30 segundos.
4. Equipo de agua purificada, que se debe implementar al momento de comenzar con la elaboración del producto.
5. Bomba Trasvase, que permite el traslado del líquido a la llenadora.

6. Frigorífico, con la finalidad de mantener el producto terminado frío en los estipulados testeos que se realizarán.
7. Túnel de calor, ya que se contará con etiquetas termoencogibles en la fase de etiquetado del producto.
8. Sistema de Filtración D, debido a que se realizarán infusiones de Chía.
9. Refractómetro Visual, Phmetro y Conductivímetro, ya que son máquinas que se deben emplear al momento de realizar los controles de calidad de la bebida de recuperación muscular.
10. Balanza Electrónica, que se la emplea en la determinación exacta de las dosis de la materia prima.

En el Anexo 11, se puede observar la cotización de la maquinaria de Gladiador.

Tabla 31. Herramientas Gladiador

Herramientas	Cantidad	Precio	Valor Total
Frascos	8	\$10.00	\$80.00
Valdes	6	\$3.00	\$18.00
Colador de Plástico	5	\$7.50	\$37.50
Cuchara Mezcladora	2	\$18.00	\$36.00
Libros Químicos	1	\$120.00	\$120.00
Kit Industrial	3	\$100.00	\$300.00
Total Herramientas			\$591.50

Se debe realizar una inversión en implementos de \$ 591.50 dólares en herramientas complementarias a la maquinaria que se requiere. A continuación se detallará cada una de estas:

1. Un total de 8 Bandejas magnéticas, con la finalidad de almacenar las 8 sustancias químicas con las que se elabora la bebida, ya que se las debe vertir en el Tanque Mezclador.

2. Un total de 6 baldes de 10kg, debido a que 2 de ellos se los utilizará para vertir las 22 lbs. de infusión de la semilla CHÍA, por cada 200 litros de producción, los 4 restantes se los empleará con la finalidad de separar los implementos ya utilizados en el proceso.
3. Colador de plástico, ya que se los empleará en los diferentes procesos de la elaboración del producto.
4. Cuchara mezcladora, que se la empleará en las diferentes etapas de proceso productivo.
5. Libros químicos, que servirán de ayuda en el proceso de elaboración de la bebida.
6. Kit industrial, certificando las normas de seguridad y sanidad que se deben emplear en esta clase de procesos.

6.4 INSTALACIONES Y MEJORAS

Tabla 32. Instalaciones y mejoras

Instalaciones y Adecuaciones	Cantidad/m2	Precio	Valor Total
Instalación Maquinaria	1	\$650.00	\$650.00
Área de Preparación 50 m2	50	\$160.00	\$8,000.00
Área de Envasado y Etiquetado 50 m2	50	\$160.00	\$8,000.00
Área de Control de Calidad 25 m2	25	\$160.00	\$4,000.00
Área de Limpieza 25 m2	25	\$160.00	\$4,000.00
Baños 10 m2	10	\$160.00	\$1,600.00
Bodega Materia Prima 50 m2	50	\$130.00	\$6,500.00
Bodega Producto Terminado 50 m2	50	\$130.00	\$6,500.00
Oficina Administrativa 20 m2	20	\$130.00	\$2,600.00
Oficina Marketing y Ventas 20 m2	20	\$130.00	\$2,600.00
Total Instalaciones y Adecuaciones			\$44,450.00

Se destinará un presupuesto de \$44,450.00 dólares, para realizar las determinadas instalaciones y mejoras de la planta, de acuerdo a las exigencias del ARCSA.

El espacio físico es de 300 m², de los cuales se determinarán las diferentes áreas de trabajo.

Pisos, Paredes, Techos: que permitan ejercer un correcto mantenimiento, limpieza y desinfección.

Drenajes del piso: deben estar protegidos con un diseño que permita una adecuada limpieza.

Ventanas, Puertas y otras Aberturas: se deberá construir cada una de estas adecuaciones, con la finalidad de evitar la generación y el depósito de polvo, con la debida protección a prueba de insectos y animales.

Instalaciones Eléctricas y Redes de Agua: las instalaciones eléctricas deben ser abiertas y ubicadas en paredes o techos, las redes de agua deberán tener colores que identifiquen cada uno de ellas.

Iluminación: se debe asemejar a la luz natural y estar suspendidas por encima de cada una de las áreas con las que cuenta Gladiador.

Calidad del Aire y Ventilación: se debe emplear medios de ventilación natural o mecánica, directa o indirecta, con la finalidad de evitar la condensación, calor y entrada de polvo.

Instalaciones Sanitarias: que permitan mantener un adecuado control higiénico con todas los implementos de limpieza.

Área de Preparación: la cual tiene un espacio de 50 m², en donde se deberá implementar la maquinaria y realizar las debidas adecuaciones previstas para contar con un sector de trabajo funcional.

Se realizará la limitación de la zona con material de fácil armado, se deberá implementar un mesón con sus respectivos grifos de agua y las debidas conexiones de electricidad, agua y sistemas de purificación.

Área de Envasado y Etiquetado: es de 50 m², donde deberá instalarse la máquina de Llenado por Gravedad Neumática, en este espacio físico se realizarán trabajos de mejora en la limitación de la zona y se deberá realizar las conexiones de electricidad, como las diferentes estanterías que servirán de almacenamiento de las etiquetas e implementos de etiquetado de la bebida.

Área de Control de Calidad: cuenta con un espacio físico de 25 m², en donde se deberá construir un mesón de granito que servirá de soporte para implementar los equipos de control de calidad, a su vez se deberá elaborar estanterías que permitan almacenar las diferentes muestras analizadas por el Bioquímico, cabe recalcar que se deberá realizar los cableados y conexiones eléctricas que permitan tener un laboratorio óptimo.

Área de Limpieza: es una zona de 25 m², que se deberá delimitar y construir estanterías para organizar los implementos y accesorios de limpieza, a su vez se implementará un mesón con sus respectivos grifos de agua.

Baños: se delimitará un espacio físico de 10 m², en donde se remodelará los baños existentes, con la finalidad de ofrecer mejores comodidades a los empleados de la planta

Bodega materia prima: al ser bodega solo se necesita delimitar la zona de 50 m² e implementar las conexiones de luz eléctrica, con estanterías que permitan almacenar los insumos de forma ordenada.

Bodega producto terminado: en esta bodega de 50 m², solo se deberá delimitar el espacio físico y realizar las diferentes conexiones de luz eléctrica.

Oficinas Admirativa y de Marketing y Ventas: son oficinas que cuentan con un espacio de 20 m², cada una de ellas con sus baños privados, se realizarán adecuaciones y remodelaciones en los sanitarios como en el interior de las oficinas.

En el Anexo 12, se puede constatar el presupuesto realizado por el contratista.

6.5 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA Y REQUERIMIENTOS DE ESPACIO FÍSICO

Se contará con un espacio físico de 300 m², de los cuales se determinarán las diferentes áreas de trabajo.

- Área de Preparación 50 m²
- Área de Envasado y Etiquetado 50 m²
- Área de Control de Calidad 25 m²
- Área de Limpieza 25 m²
- Baños 10 m²
- Bodega Materia Prima 50 m²
- Bodega Producto Terminado 50 m²
- Oficina Administrativa 20 m²
- Oficina Marketing y Ventas 20 m²

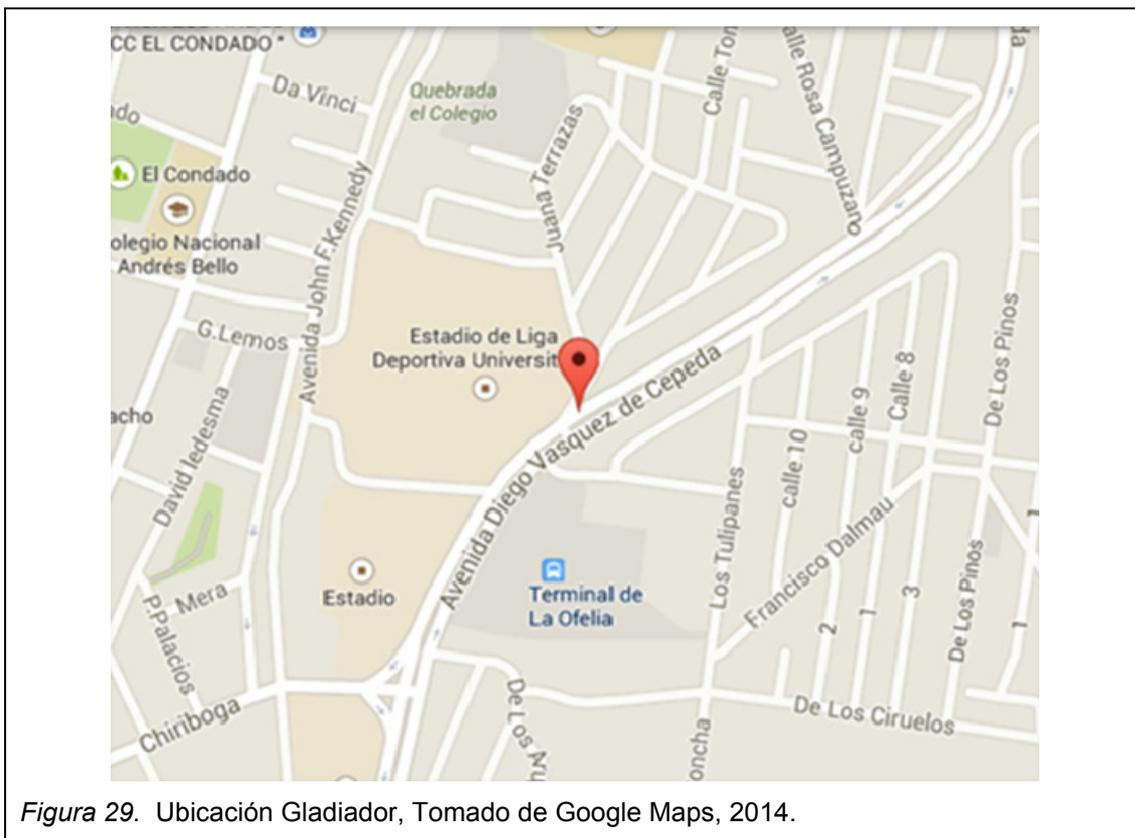


Figura 29. Ubicación Gladiador, Tomado de Google Maps, 2014.

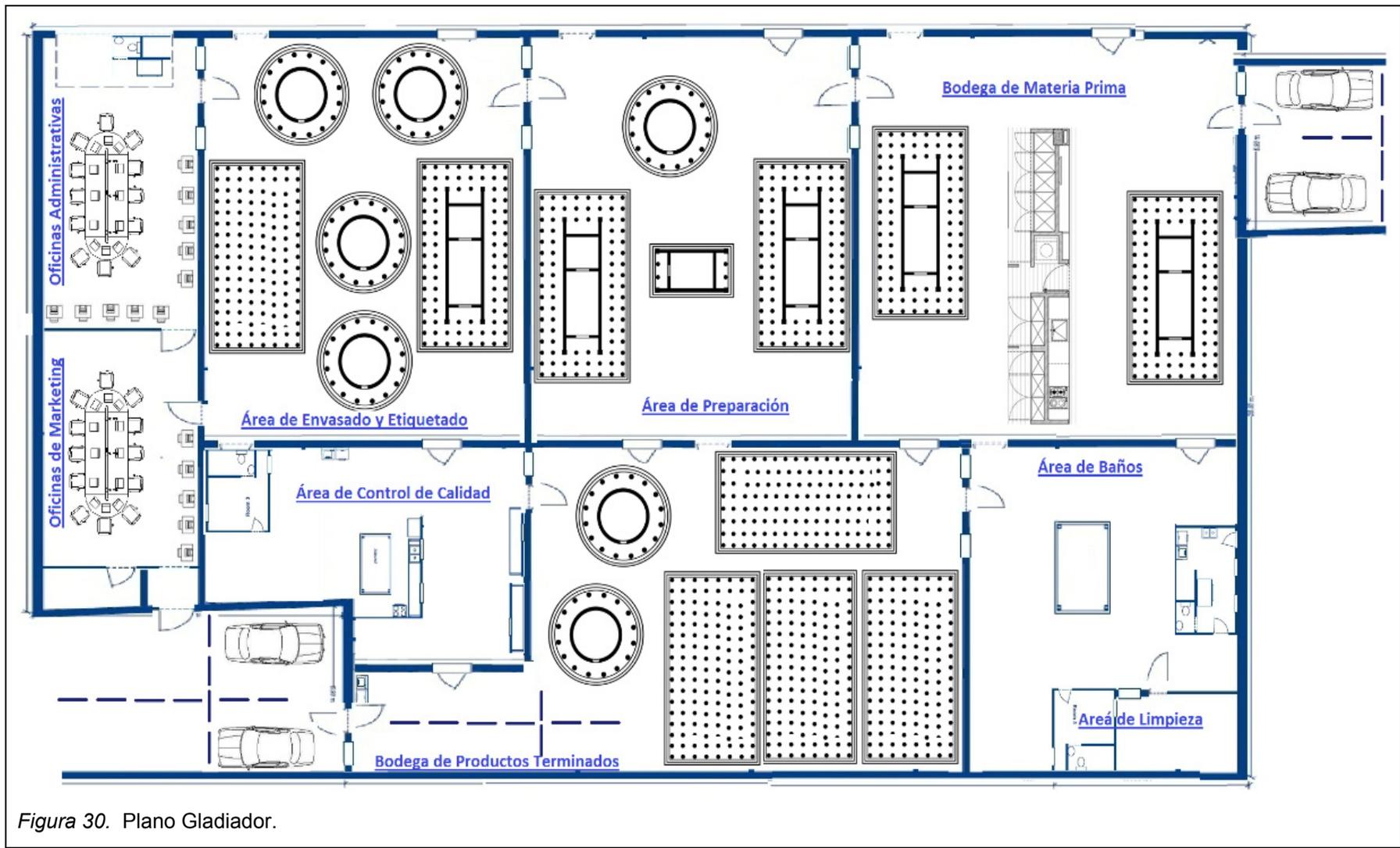


Figura 30. Plano Gladiador.

La planta de producción de la empresa Gladiador, será en el sector industrial de Carcelén Dirección: Av. Diego Vásquez N76-397.

Es un lugar en el cual se establecen empresas que se dedican a la Manufactura, por tal motivo es de fácil acceso para los proveedores y diferentes distribuidores.

Las diferentes áreas de la empresa tienen una capacidad máxima de producción de 2.000 botellas o 500 litros por lote de producción.

Es un lugar en donde se puede establecer normalmente una empresa de estas características, debido a que no es considerada una zona residencial.

6.6 CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO Y MANEJO DE INVENTARIO

Se establecerán políticas de almacenamiento como de manejo del inventario, con la finalidad de poder cumplir con el proceso productivo establecido en la demanda semanal que mantenga la empresa.

En el área de almacenamiento, la cual tiene una dimensión de 50 m², tendrá una capacidad máxima de almacenamiento de cada uno de los insumos y materiales que necesita la empresa para elaborar la bebida de recuperación muscular.

Tabla 33. Capacidad de almacenamiento de Gladiador

Capacidad de Almacenamiento Gladiador			
Insumo/ Material	Capacidad Almacenamiento	Producción	Tiempo de Alcance
Leche Descremada	52.8 sacos/30kg	2.640 Litros/10.560 botellas	1 mes
Carragenina	1.32 kg	5.280 Litros/ 21.120 botellas	2 meses
Sacarina Sódica	5.28 kg	5.280 Litros/ 21.120 botellas	2 meses
Polifosfato de Sodio	58.08 kg	5.280 Litros/ 21.120 botellas	2 meses
Vitamina A	2.1168 gr	5.280 Litros/ 21.120 botellas	2 meses
Vitamina D3	0.0528 gr	5.280 Litros/ 21.120 botellas	2 meses
Chía	26.4 sacos/10lb	2.640 Litros/10.560 botellas	1 mes
Cocoa en polvo	26.4 sacos/10kg	2.640 Litros/10.560 botellas	1mes
Propilparabeno	10,56 kg	5.280 Litros/21.120 botellas	2 meses
Metilparabeno	1,056 kg	5.280 Litros/21.120 botellas	2 meses
Botella y tapa de plástico	10.560 botellas	2.640 Litros/10.560 botellas	1 mes
Etiqueta	21.120 etiquetas	5.280 Litros/21.120 botellas	2 meses
Sello de Embalaje	21.120 sellos	5.280 Litros/21.120 botellas	2 meses
Cartón	440 cartones	2.640 Litros/10.560 botellas	1 mes

6.7 ASPECTOS REGULATORIOS Y LEGALES

Antes de empezar con el funcionamiento de cualquier establecimiento que se dedique a cualquier actividad comercial en el país, deberá cumplir con los siguientes aspectos regulatorios y legales.

1. Se deberá sacar un Registro Único de Contribuyente (RUC), en el servicio de rentas internas del país, ya sea con la connotación de persona natural o jurídica (SRI, 2014).

Estos son los requisitos:

- a) Adquirir el formulario RUC 01-A y 01-B.
 - b) Presentar las escrituras de constitución del nombramiento del representante legal o agente de retención de la empresa.
 - c) Entregar una copia y el documento original de la cédula del representante legal o agente de retención de la empresa.
 - d) Certificado de votación del último proceso electoral del representante legal o agente de retención.
 - e) Finalmente se deberá entregar la copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo (SRI, 2014).
2. A su vez se deberá gestionar la Patente Municipal, que la acredita el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (Noticias Quito, 2012).

Estos son los requisitos:

- a) Formulario de declaración de patente municipal debidamente lleno y suscrito por el representante legal.
- b) Copia de cédula y certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal.

- c) Se deberá presentar en el municipio de Quito una copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica.
- d) Presentar una copia del nombramiento del representante legal (Noticias Quito, 2012).

3. La Licencia Metropolitana de Funcionamiento (LUAE), es otro de los requisitos que se deberá gestionar, debido a que es un documento habilitante que emite el municipio de Quito, con la finalidad de autorizar a la empresa la facultad de ejercer actividad económica en un establecimiento ubicado dentro del perímetro del Distrito Metropolitano (Municipio de Quito, 2014).

Estos son los requisitos:

- a) Se deberá ingresar al formulario en línea en la página web del municipio.
- b) Llenar la información que se requiere sin saltar ningún paso.
- c) Ingresar toda la información e imprimir el formulario.
- d) Ubicar la administración zonal más cercana e ingresar el formulario.
- e) Realizar el pago.
- f) Regresar con el certificado de pago a la administración zonal (Municipio de Quito, 2014).

4. El certificado INEN, es un requisito que se debe obtener, ya que es aplicable a empresas fabricantes de productos Manufacturados en el país (INEN, 2013).

Estos son los requisitos:

- a) Se deberá realizar una solicitud escrita al Director Ejecutivo del INEN o al Director Técnico de Validación y Certificación.
- b) Se procederá a realizar la inspección de la empresa productora.

- c) Si se cumple con todos los requisitos, se procederá a emitir el certificado INEN.
- d) Una vez firmado el certificado, se realizarán inspecciones constantes (INEN, 2013).

5. La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), es la entidad encargada de emitir el permiso de funcionamiento a las empresas que se dediquen a producir, importar, exportar, comercializar, almacenar, distribuir, dispensar y expender productos que requieran la gestión de un registro sanitario. Por tal motivo los establecimientos destinados a la elaboración de hielo, bebidas no alcohólicas, producción de aguas minerales y otras aguas embotelladas deben realizar el determinado trámite (Ministerio de Salud Pública, 2014).

Estos son los requisitos:

- a) Se deberá descargar en la página web de Ministerio de Salud Pública en el link del ARCSA, los 3 formularios propuestos.
- b) Al llenar los formularios se procederá a enviar un correo electrónico a esta dirección electrónica permisosdefuncionamiento@msp.gov.ec con las siguientes especificaciones: RUC, nombre del establecimiento y zona a la que pertenece.
- c) El trámite tendrá un período de revisión de 72 horas desde la fecha de entrega de la documentación por parte de la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).
- d) Una vez aceptada la solicitud de funcionamiento se procederá a enviar por correo electrónico la orden de pago, una vez cancelado el valor se enviará el permiso de funcionamiento al Director Técnico de Buenas Prácticas y Permisos para la firma electrónica del documento.
- e) Finalmente el Certificado de Permiso de Funcionamiento, se lo enviará vía correo electrónico al solicitante (Ministerio de Salud Pública, 2014).

7 EQUIPO GERENCIAL

Una vez determinado el diseño y el plan de operaciones de la bebida de recuperación muscular, se procedió a determinar otro de los objetivos del proyecto el cual consiste en identificar el equipo gerencial y de trabajo, con la finalidad de verificar las funciones de cada uno de los integrantes con los que contará Gladiador.

7.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

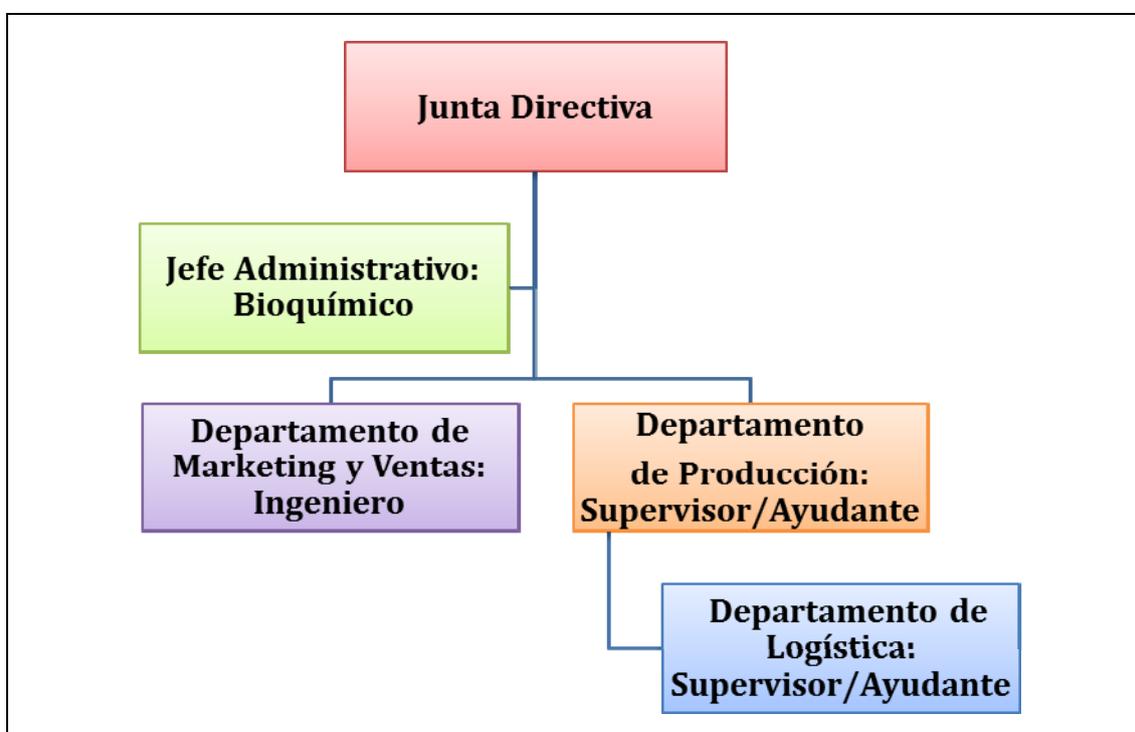


Figura 31. Estructura Organizativa de Gladiador

En la figura 30 se puede evidenciar la Estructura Organizativa de Gladiador, cuenta con una junta directa que son los encargados de realizar la determinada inversión al momento de establecer la organización, se contará con un Jefe Administrativo encargado del control de la producción y el ámbito financiero, una persona encargada de gestionar el Departamento de Marketing y Ventas, dos personas en el Departamento de Producción y dos personas en el

Departamento de Logística, dando como resultado un total de 6 personas que conforman el equipo de trabajo de Gladiador.

7.2 PERSONAL ADMINISTRATIVO CLAVE Y SUS RESPONSABILIDADES

Descripción de Funciones:

Junta Directiva: son los encargados de tomar las decisiones en la empresa, ya que es el principal organismo rector de Gladiador.

- Responsabilidad financiera, balance general, estado de pérdidas y ganancias, capital de trabajo, flujo de caja, estado de fuentes y uso, presupuesto de ventas de marketing de compras.
- Verificar y controlar el funcionamiento de la empresa: en sus Estados Financieros.
- Elaborar normas de trabajo, seguridad y sanidad.
- Establecer las determinadas funciones en la Junta Directiva.
- Búsqueda de resultados y posibles estrategias.
- Controlar el adecuado funcionamiento de la empresa.
- Constatar el bienestar personal y laboral de la fuerza de trabajo.

Jefe Administrativo: es la persona encargada de controlar el proceso productivo de la empresa y a su vez el ámbito financiero de la organización.

- Planificar, organizar, controlar y ejecutar el área administrativa financiera, producción y comercial.
- Responsable de ejecutar los pedidos dictados por la junta directiva.
- Revisar y verificar los registros contables que la organización genere.
- Manejo del presupuesto.
- Manejar y elaborar registros contables.
- Realizar pago a proveedores, personal de la organización y demás egresos.

- Gestionar trámites tributarios.
- Control de calidad y de la producción de la bebida.

Jefe de Marketing y Ventas: es la persona que se dedica a promocionar, publicitar, vender y gestionar los diferentes canales de distribución del producto.

- Desarrollo y gestión de la página web de la empresa como de las redes sociales.
- Diseñar y verificar las estrategias de marketing y ventas de la empresa.
- Determinar el comportamiento y tendencia de los consumidores.
- Gestionar canales de distribución y ventas.
- Controlar y evaluar campañas en lo referente a la promoción.

Departamento de Producción: son dos personas que se encargan del proceso productivo de la bebida de recuperación muscular.

Supervisor o Jefe de Producción:

- Cuantificar las dosis por lote de producción.
- Controlar el inventario de insumos.
- Elaborar el proceso productivo.
- Envasado y etiquetado de la bebida.
- Control de Calidad.

Ayudante de Producción:

- Verificar el funcionamiento normal de la maquinaria.
- Alistar los materiales y materias primas.
- Elaborar el proceso productivo.
- Envasado y etiquetado de la bebida.

Departamento de Logística: dos personas encargadas de la recepción, almacenamiento y distribución de la bebida de recuperación muscular.

Supervisor o Jefe de Logística:

- Controlar el inventario de producto terminado.
- Receptar la materia prima.
- Almacenamiento de materia prima y producto terminado.
- Envasado y etiquetado de la bebida.
- Recepción de pedidos.
- Despacho de pedidos.
- Distribución de la bebida.

Ayudante de Logística:

- Receptar la materia prima.
- Almacenamiento de materia prima y producto terminado.
- Envasado y etiquetado de la bebida.
- Distribución de la bebida.

Equipo de Funciones:

Políticas de Selección:

La empresa Gladiador buscará las personas mejor calificadas para desempeñar las labores operativas como administrativas, es así que desarrollará políticas de selección que permita a la organización contar con un personal capacitado.

1. Análisis del currículum, con la finalidad de constatar los perfiles que busca la empresa para desempeñar determinado puesto.
2. Categorizar los postulantes de acuerdo a sus perfiles.

3. Seleccionar los mejores postulantes.
4. Entrevista personal con el presidente de la Junta Directiva.
5. Toma de decisión de acuerdo a la entrevista y perfiles.

Reglamento de Control Interno de la Empresa:

La creación de un reglamento de control interno permitirá a Gladiador constatar que las operaciones de la organización se cumplan en su totalidad.

Es así que la empresa dos veces por año medirá y controlará el cumplimiento de los objetivos organizacionales de Gladiador, utilizando los siguientes elementos.

Ambiente de control: todo el personal de trabajo debe tener conocimiento de los valores y objetivos de la organización, con la finalidad de identificarse con los mismos.

Evaluación de riesgos: se caracteriza en que la nómina de trabajo identifique posibles factores de cuidado, que permita a la organización contrarrestar posibles riesgos.

Procedimientos de control: son normas y procedimientos que se establecen por la alta dirección de Gladiador, que se generan con la finalidad de cumplir con los objetivos de la empresa.

Supervisión: periódicamente el jefe administrativo debe constatar el cumplimiento de los objetivos personales de cada uno de los miembros de la organización, a su vez determinar y supervisar los procesos de Gladiador.

Sistemas de información y comunicación: son necesarios debido a que se debe comunicar e informar los detalles comunicativos en cada una de las áreas de Gladiador.

Horario de entrada y salida:

- Los empleados de la empresa Gladiador tendrán un horario de entrada a las 8h30 am, se les dará un tiempo de gracia de 15 minutos y un horario de salida a las 17h30 pm.

Días hábiles:

- Se trabajarán todos los días sin falta, con excepción de los días festivos establecidos en el código de trabajo del Ecuador.

Uniforme de trabajo:

- La fuerza laboral de la empresa, deberá presentarse en la oficina y planta de trabajo con vestimenta cómoda, las personas involucradas en el proceso productivo de Gladiador deberán utilizar el kit industrial durante la elaboración de la bebida de recuperación muscular.

Presentación del personal:

- Las personas inmersas en el proceso productivo de Gladiador deberán llevar el cabello y las uñas de las manos cortas.
- Deberán realizar un proceso previo de aseo antes de empezar el proceso productivo.
- Siempre se utilizará el kit industrial.

Penalizaciones:**Faltas leves:**

- Se permitirá un máximo de 2 atrasos en el mes, las faltas deben ser previamente justificadas por los empleados de la organización.

Faltas graves:

- No se permitirá un máximo de 5 cinco atrasos en el mes.
- Se catalogará como inaceptable un máximo de 3 faltas durante el mes, que no sean previamente justificadas.
- No se tolerará la presencia de los empleados en malas condiciones (ebriedad y desaseo).
- No se permite en la organización el irrespeto entre los miembros de la empresa.
- Cualquier acto de indisciplina por parte de los empleados de Gladiador, será analizado por la junta directiva de la empresa.

Estas faltas se las penalizará con multas económicas o el despido del miembro de la empresa.

Tabla 34. Equipo de Funciones Jefe Administrativo

Bioquímico Administrativo	
Objetivo:	Controlar la producción y el ámbito financiero
Supervisado por:	La Junta Directiva
Supervisa a:	Departamento de Marketing y Ventas, Producción y Logística.
Salario:	1.300 usd
Sexo:	Masculino/ Femenino
Edad:	30 - 40
Formación:	Bioquímico Administrativo.
Disponibilidad:	Tiempo completo
Experiencia:	2 años de experiencia
Características para el cargo:	Trabajo a presión, análisis de datos, control del personal, manejo de sistemas, relaciones, realización de tablas dinámicas, conocimientos financieros y contables.

Tabla 35. Equipo de Funciones Ing. Marketing

Ing. Marketing	
Objetivo:	Promocionar, publicitar y gestionar el modelo de marketing de la empresa.
Supervisado por:	Bioquímico Administrativo
Supervisa a:	Nadie
Salario:	900 usd
Sexo:	Masculino/ Femenino
Edad:	25 - 30
Formación:	Ingeniero en Marketing
Disponibilidad:	Tiempo completo
Experiencia:	2 años de experiencia
Características para el cargo:	Trabajo a presión, innovador, creativo, participativo y cumplimiento de las metas

Tabla 36. Equipo de Funciones Supervisor de Producción

Supervisor de Producción	
Objetivo:	Elaboración de la bebida y envasado
Supervisado por:	Bioquímico Administrativo
Supervisa a:	Trabajador de producción
Salario:	450 usd
Sexo:	Masculino
Edad:	20 - 35
Formación:	Secundaria
Disponibilidad:	Tiempo completo
Experiencia:	2 años de experiencia
Características para el cargo:	Manejo y control de insumos, elaboración de bebidas y control de inventario

Tabla 37. Equipo de Funciones Trabajador de Producción

Trabajador de Producción	
Objetivo:	Proceso productivo y envasado
Supervisado por:	Supervisor de Producción
Supervisa a:	Nadie
Salario:	400 usd
Sexo:	Masculino
Edad:	20 - 35
Formación:	Secundaria
Disponibilidad:	Tiempo completo
Experiencia:	2 años de experiencia

Tabla 38. Equipo de Funciones Supervisor Logística

Supervisor de Logística	
Objetivo:	Recepción, Almacenamiento y Distribución
Supervisado por:	Bioquímico Administrativo
Supervisa a:	Trabajador de logística
Salario:	450 usd
Sexo:	Masculino
Edad:	20 - 35
Formación:	Secundaria
Disponibilidad:	Tiempo completo
Experiencia:	2 años de experiencia
Características para el cargo:	Trabajo con bultos, gran esfuerzo físico y conocimiento en sistemas

Tabla 39. Equipo de Funciones Trabajador de Logística

Trabajador de Logística	
Objetivo:	Recepción, Almacenamiento y Distribución
Supervisado por:	Supervisor de Logística
Supervisa a:	Nadie
Salario:	400 usd
Sexo:	Masculino
Edad:	20 - 35
Formación:	Secundaria
Disponibilidad:	Tiempo completo
Experiencia:	2 años de experiencia
Características para el cargo:	Trabajo con bultos, gran esfuerzo físico, manejo de automóviles.

7.3 COMPENSACIÓN A ADMINISTRADORES Y PROPIETARIOS

Tabla 40. Salarios Gladiador

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ing. Marketing y Ventas	\$13,708.20	\$15,145.21	\$15,688.05	\$16,250.81	\$16,834.22
Jefe Administrativo	\$19,643.40	\$21,698.49	\$22,481.83	\$23,293.93	\$24,135.82
Supervisor de Producción	\$7,031.10	\$7,742.48	\$8,013.64	\$8,294.74	\$8,586.17
Ayudante de Producción	\$6,289.20	\$6,921.54	\$7,162.56	\$7,412.44	\$7,671.48
Supervisor de Logística	\$7,031.10	\$7,742.56	\$8,013.72	\$8,294.83	\$8,586.26
Ayudante de Logística	\$6,289.20	\$6,919.00	\$7,159.94	\$7,409.72	\$7,668.66
Total Sueldo/Salario	\$59,992.20	\$66,169.27	\$68,519.74	\$70,956.46	\$73,482.61

En la tabla 42 se evidencia cada una de las remuneraciones totales a recibir por parte de los miembros que conforman el grupo de trabajo de Gladiador, contando los décimos terceros sueldos y demás bonificaciones, se tiene que desembolsar anualmente un total de \$59,992.20 dólares a la fuerza laboral de la empresa.

Es así que se analizó durante los últimos 4 años las remuneraciones mínimas del país, determinando un incremento en los sueldos y salarios de acuerdo a la inflación actual del país de 3.67%. Dando como resultado un incremento porcentual en los futuros sueldos y salarios de los empleados de la empresa y en el período 5 se deberá recurrir en un costo anual de \$73,482.61 dólares.

7.4 POLÍTICA DE EMPLEO Y BENEFICIOS

Se debe determinar los beneficios que por ley la empresa deberá considerar al momento de reclutar el talento humano.

Décimo tercer sueldo: es considerado un sueldo extra que se le concede al trabajador, como bono navideño.

Décimo cuarto sueldo: los empleados por ley en el mes de Agosto deberán percibir un salario mínimo, llamado bono escolar.

Afiliación al IESS: una de las principales obligaciones que las empresas deben acatar es la afiliación al seguro de salud pública del país. Determinando un aporte por parte del empleador del 11.15% y el 9.35% por parte del empleado, siendo el 20.50% del sueldo de las personas en general.

Pago de horas extras: los empleados de cualquier organización deberán por ley trabajar 8 horas durante 5 días a la semana, a partir de ahí se comenzará a dividir el salario para 240 y se pagará el doble por hora en los feriados y fines de semana.

Fondos de reserva: a partir del primer año de trabajo los empleados tienen por derecho percibir un aporte del 8.33% de su remuneración, que se lo puede adquirir a través del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) o en el rol de pago de la empresa, depende del empleado.

Vacaciones Anuales: todos los empleados a partir del primer año de trabajo podrán tener un periodo de 15 días de vacaciones pagadas por la empresa.

Licencia por maternidad: se les concede un periodo de maternidad de tres meses, en su regreso solo deberán trabajar 6 horas por día por un tiempo de lactancia de un año.

Pago de utilidades: si una empresa obtiene utilidades en un periodo de un año, se deberá dividir el 15% entre su fuerza laboral. Siendo la repartición de la siguiente manera el 10% de forma equitativa y el 5% restante dependiendo de las cargas familiares que posea el empleado de determinada organización (Ecuador Legal Online, 2014).

Tabla 41. Salarios y Beneficios por ley Gladiador

Cargo	Personal	Año 1							Sueldo/Salario Total Mensual	Sueldo/Salario Total Anual
		Sueldo/ Salario Mensual	IESS Patronal	IESS Personal	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones			
Ing. Marketing y Ventas	Administración	\$900.00	\$100.35	\$84.15	\$75.00	\$29.50	\$37.50	\$1,142.35	\$13,708.20	
Jefe Administrativo	Producción/ Administración	\$1,300.00	\$144.95	\$121.55	\$108.33	\$29.50	\$54.17	\$1,636.95	\$19,643.40	
Supervisor de Producción	Producción	\$450.00	\$50.18	\$42.08	\$37.50	\$29.50	\$18.75	\$585.93	\$7,031.10	
Trabajador de Producción	Producción	\$400.00	\$44.60	\$37.40	\$33.33	\$29.50	\$16.67	\$524.10	\$6,289.20	
Supervisor de Logística	Producción	\$450.00	\$50.18	\$42.08	\$37.50	\$29.50	\$18.75	\$585.93	\$7,031.10	
Asistente de Logística	Producción	\$400.00	\$44.60	\$37.40	\$33.33	\$29.50	\$16.67	\$524.10	\$6,289.20	
									\$59,992.20	

En la tabla 41 se puede evidenciar los salarios mensuales de la nómina de la empresa Gladiador con todos los beneficios que por ley el empleador deberá solventar a su equipo de trabajo.

En el Anexo 13, se puede evidenciar la proyección completa de la mano de obra de Gladiador.

7.5 DERECHOS Y RESTRICCIONES DE ACCIONISTAS E INVERSORES

La empresa Gladiador es una Sociedad Anónima que contará con un total de 4 accionistas, se deberá abonar un monto mínimo de \$800.00 usd para su creación

Tabla 42. Financiamiento Gladiador

Financiamiento		
Detalle	Participación	
Capital Propio	\$68,658.07	40%
Deuda o Financiamiento	\$102,987.10	60%
Total	\$171,645.17	100%

El Financiamiento de Gladiador será de la siguiente manera, se contará con un Capital Propio del 40% o \$68,658.07 dólares y una Deuda del 60% o \$102,987.10 dólares.

Tabla 43. Aportaciones Junta Directiva

Financiamiento		
Detalle Socios	Capital Propio	Participación
Socio 1	\$20,597.42	30%
Socio 2	\$17,164.52	25%
Socio 3	\$17,164.52	25%
Socio 4	\$13,731.61	20%
Total	\$68,658.07	100%

Las aportaciones de la Junta Directiva, serán de la siguiente manera:

Socio 1: tendrá un 30% de participación o un desembolso de dinero de \$20,597.42 dólares.

Socio 2: tendrá un 25% de participación o un desembolso de dinero de \$17,164.52 dólares.

Socio 3: tendrá un 25% de participación o un desembolso de dinero de \$17,164.52 dólares.

Socio 4: tendrá un 20% de participación o un desembolso de dinero de \$13,731.61 dólares.

Derechos de los Accionista:

- Los accionistas de Gladiador deberán aportar el capital solo en dinero dependiendo del porcentaje de su aporte.
- Se puede negociar las acciones, por parte de los miembros de la junta directiva.
- Al momento de negociar las acciones se deberá llegar a un consenso por parte de la junta directiva.
- Los accionistas solo responde únicamente al monto de sus acciones.

Restricciones de los Accionistas:

- Los accionistas no podrán responder por acciones de los demás miembros de la junta directiva.
- Ningún miembro de la junta directiva, tendrá la potestad de poner restricciones al momento de futuras ventas de las acciones de algún miembro de la misma.
- Las utilidades depende del monto o porcentaje de las acciones de cada uno de los miembros de la junta directiva.

- Posibles estrategias postuladas por lo miembros serán llevadas a voto por los miembros de la junta.
- La toma de decisiones depende exclusivamente del consenso de la junta directiva.

Obligaciones de los Accionistas:

- Los accionistas de Gladiador responden únicamente al monto aportado como capital.
- Existen montos mínimos con la finalidad de ser socio de la empresa.
- Se deberá aportar por inversionista un monto mínimo del 15% de la inversión total, el saldo restante se lo gestionará mediante un crédito bancario.

Directorio de Gladiador:

La empresa de producción y comercialización de bebidas de recuperación muscular contará con un total de 4 accionistas repartidos de la siguiente manera.



Toma de Decisiones:**Presidente de la Junta Directiva:**

Es el principal responsable de la empresa Gladiador, tiene la potestad de elegir o determinar las mejores opciones que se discuten o se llevan a votación en la junta directiva, es la imagen visible de la organización.

Directorios:

Los Directorios son el resto de miembros que conforman la junta directiva tienen la potestad de dar a conocer sus puntos de vista, recomendaciones o demás acciones que se puedan tomar en cuenta con la finalidad de mejorar el proceder de la organización, todas las decisiones serán llevadas a votación en donde el presidente determinará la de mayor preferencia por parte de la junta directiva.

7.6 EQUIPO DE ASESORES Y SERVICIOS

Se requerirá asesores externos, ya que en un inicio no se tienen los contactos y el conocimiento necesario sobre algunos temas relacionados al giro de este negocio.

Asesoramiento jurídico que oriente a los miembros de la junta directiva en la conformación legal de una empresa y en el trámite de los permisos de funcionamiento.

8 CRONOGRAMA GENERAL

Una vez identificado el mercado objetivo de Gladiador, se procederá a realizar un cronograma de actividades como uno de los objetivos, que permita al proyecto cumplir con sus respectivas acciones en los determinados plazos de tiempos que se consideran prudentes para la consecución de los mismos.

8.1 ACTIVIDADES NECESARIAS PARA PONER EL NEGOCIO EN MARCHA

A continuación se detallará las actividades a realizar con el objetivo de poner en marcha la empresa de bebidas de recuperación muscular.

1. Inicialmente se debe buscar los servicios de un Bioquímico que tenga cursos realizados en administración de empresas y experiencia en la formulación de bebidas con la finalidad de indagar en la formula, espacio físico, maquinaria, implementos y equipo de trabajo que se requiere para poner en marcha un negocio de estas características.
2. Determinar las etapas previas al lanzamiento del producto: Investigación, Prueba, Correctiva y de Control.
3. Adquirir el espacio físico, maquinaria, implementos, automóvil y demás objetos que se requiere para la puesta en marcha de la empresa.
4. Realizar mejoras y adecuaciones a las instalaciones.
5. Realizar los trámites necesarios sobre los requerimientos legales a la hora de estructurar una empresa de estas características en la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), Servicio de Rentas Internas (SRI), Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN).

6. Reclutamiento del personal requerido por la organización.
7. Contactar y comprar los insumos y materiales que se necesitan para elaborar la bebida.
8. Almacenamiento de la materia prima.
9. Políticas de envío y pago a los proveedores.
10. Realizar capacitaciones a la fuerza laboral sobre la esencia de la empresa.
11. Difundir y comunicar las estrategias y objetivos de la empresa a los empleados de Gladiador.
12. Dar inicio a las estrategias de Marketing.
13. Comienzo del proceso productivo de la bebida de recuperación muscular.
14. Envasado y etiquetado de la bebida.
15. Alianzas distribuidores de Gladiador autoservicios (Supermercados).
16. Ventas y pago de la mercadería.

8.2 DIAGRAMA

Tabla 44. Cronograma

Actividades Meses	5 - 31 Enero	1-28 Febrero	1-31 Marzo	1-30 Abril	1-31 Mayo	1-30 Junio	1-31 Julio	1-31 Agosto	1-30 Septiembre	1-31 Octubre	1-30 Noviembre	1- 31 Diciembre
1. Servicios Bioquímico Administrativo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2. Etapas previas al lanzamiento del producto	X	X										
3. Adquirir el espacio físico, maquinaria, implementos, automóvil y demás objetos	X	X										
4. Mejoras y adecuaciones a las instalaciones	X	X	X									
5. Trámites de la empresa	X	X	X									
6. Reclutamiento del personal	X	X										
7. Contactar y comprar los insumos y materiales que se necesitan para elaborar la bebida			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
8. Almacenamiento de la materia prima			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
9. Políticas de envío insumos			X									
10. Realizar capacitaciones a la fuerza laboral	X			X			X			X		
11. Difundir y comunicar las estrategias y objetivos de la empresa a los empleados de Gladiador		X	X									
12. Dar inicio a las estrategias de Marketing		X	X									
13. Comienzo del proceso productivo de la bebida de recuperación muscular				X	X	X	X	X	X	X	X	X
14. Envasado y etiquetado de la bebida				X	X	X	X	X	X	X	X	X
15. Alianzas distribuidores de Gladiador autoservicios (Supermercados)	X	X										
16. Ventas y pago de la mercadería				X	X	X	X	X	X	X	X	X

8.3 RIESGOS E IMPREVISTOS

- Uno de los principales riesgos o imprevistos que pueden surgir en la idea de negocio es la determinación exacta de las etapas previas al lanzamiento del producto, debido a que son fases que se las debe analizar con la finalidad de ofrecer un producto confiable. Es por eso que tomará un período de investigación de dos meses, ya que se trata de una bebida de recuperación muscular que pretende mejorar el rendimiento del ser humano.
- La selección del personal es un ámbito muy delicado que tomará alrededor de dos meses, ya que se requiere de un lapso de tiempo prudente que permita a la organización realizar la mejor elección del personal, los cuales mantengan conocimientos en el ámbito de la elaboración de bebidas. Por tal motivo se realizará un proceso de selección de personal muy riguroso que permita a la empresa contratar las personas mejor capacitadas para desempeñar estos puestos.
- Escasez de las materias primas por parte de los proveedores de la empresa, debido a que en ocasiones surgen imprevistos en términos de: importación, transporte y ambientales. Es así que se deberá realizar la mejor elección al momento de contar con proveedores que generen confianza por mucho tiempo.
- Escasez en los implementos de producción, ya que en la actualidad los proveedores tienen inconvenientes en algunas de sus importaciones. Se procederá a trabajar con proveedores de productos nacionales que permitan a la organización evitar esta clase de contratiempos.
- Determinar la estrategia idónea, que permita generar un contacto directo y confiable con los posibles distribuidores de los productos, ya que en un inicio se enfocará en los supermercados. Investigar y generar relaciones

con personas que permitan al producto incursionar en estos puntos de ventas.

- Falta de seriedad de los proveedores, los cuales no cumplan los tiempos límites de entrega de los insumos que se requieren para comenzar con el proceso productivo. La entrega de los insumos a tiempo es de gran importancia para la empresa, es por eso que se establecerán penalizaciones por retrasos en la entrega de la materia prima.
- Posibles retrasos en los permisos de funcionamiento de la empresa, ya sea en el ámbito legal como en lo operacional. Se deberá gestionar estos permisos con plazos de tiempos extensos, por motivos de que son permisos que tienen su debido proceso y tiempo para cumplirlos.

9 RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS

Entre los principales objetivos del proyecto se planteó constatar en un 100% los posibles riesgos e imprevistos en los procesos de la elaboración de la bebida, determinado todos los factores que de cierta manera se encuentran involucrados en el proceso de producción.

9.1 SUPUESTOS Y CRITERIOS UTILIZADOS

9.1.1 Ventas Proyectadas

Tabla 45. Ventas proyectadas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda	87339	90562	93904	97369	100961
Capacidad	1.00%	1.10%	1.20%	1.30%	1.40%
Unidad Producidad	873	996	1127	1266	1413
Frecuencia	144	144	144	144	144
Capacidad de Producción	125712	141408	162288	182304	203472
Precio	2.50	2.59	2.69	2.79	2.89
Ingreso Total	\$314,280.00	\$366,494.18	\$436,046.31	\$507,803.28	\$587,566.54

Se produciría un total de 220 litros o 880 botellas de 250 ml 3 veces a la semana, estimando una producción mensual de 2.640 litros o 10.560 botellas de 250 ml, al mantener un costo fijo y variable por bebida de \$1.85 dólares y se estipuló mediante la investigación de mercado un precio de venta de \$2.50 dólares. Obteniendo ventas en el primer año de \$ 314,280.00 dólares.

9.1.2 Tamaño del Mercado Objetivo

Según las encuestas método cuantitativo, el tamaño de mercado de Gladiador es del 77.07%, siendo el porcentaje de la población quiteña que está dispuesta a consumir una bebida de recuperación muscular de estas características.

9.1.3 Crecimiento Esperado de las Ventas

A partir del segundo año se pretende incrementar la producción y por ende las ventas de la empresa en un 10%, ya que en el primer año lo que se busca

como empresa es posicionar la marca y fomentar en la ciudadanía quiteña el consumo de productos de recuperación muscular en líquido.

9.1.4 Número de Personas Requeridas para la Producción

La empresa Gladiador está conformada por un total de 6 personas que se dedican al funcionamiento de la empresa, en el proceso productivo de la bebida se requieren de un total de 5 personas: Un Jefe Administrativo (Bioquímico), 2 personas enmarcadas en el área de producción y dos personas estables en el área de logística, a su vez 2 personas responsables de las áreas de Marketing / Ventas y Administrativa.

9.1.5 Canal de Distribución Utilizado

El canal de distribución que empleará Gladiador es Indirecto, que consiste en utilizar a los diferentes autoservicios de la ciudad con la finalidad de comercializar la bebida de recuperación muscular en un inicio se incursionará solo en los supermercados del Distrito Metropolitano de Quito.

9.1.6 Obtención de Permisos

Existen una gran cantidad de permisos en el ámbito legal y operacional que se deben gestionar entre los principales se encuentran: la obtención de un Registro Único de Contribuyente (RUC), en el Servicio de Rentas Internas del país (SRI), Patente Municipal, que la acredita el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Licencia Metropolitana de Funcionamiento (LUAE), que es otro de los requisitos que se deberá gestionar, debido a que es un documento habilitante que emite el municipio de Quito, Certificado INEN, que es un requisito que se debe obtener, ya que es aplicable a empresas fabricantes de productos Manufacturados en el país y el Registro Sanitario emitido por La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), que es la entidad encargada de emitir el permiso de funcionamiento

a las empresas que se dediquen a producir, importar, exportar, comercializar, almacenar, distribuir, dispensar y expendir productos que requieran la gestión de un registro sanitario con sus Buenas Prácticas Manufactureras (BPM), estos son los principales permisos que se deben gestionar con la finalidad de poner en marcha esta idea de negocio en la ciudad de Quito.

9.1.7 Establecimiento Geográfico

Por motivos de que es una empresa que se dedica a la elaboración y comercialización de bebidas de recuperación muscular, el establecimiento se encuentra ubicado en el sector industrial de Carcelén Dirección: Av. Diego Vásquez N76-397, debido a que es un sector donde se encuentran localizadas algunas industrias y se cuenta con un espacio físico idóneo para elaboración de esta clase de productos, con una ubicación estratégica que permita a la empresa distribuir la bebida a los principales autoservicios de la ciudad.

9.2 RIESGOS Y PROBLEMAS PRINCIPALES

En la consecución de cualquier idea de negocio en el transcurso de la elaboración del proyecto, surgirán riesgos y problemas que determinarán las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades con las que debe interactuar la empresa Gladiador.

- Uno de los principales riesgos y problemas que surgen en la comercialización de bebidas de recuperación muscular, es el desconocimiento y la poca información que existe en el mercado quiteño sobre los suplementos proteicos en líquido, ya que por lo general esta clase de productos se encuentran enmarcados en una presentación en polvo. Uno de los principales objetivos de Gladiador es culturizar e informar a la ciudadanía quiteña sobre los beneficios que brindan esta clase de productos a sus consumidores.

- Se requiere de gran inversión al momento de adecuar las áreas de trabajo con las que contará la empresa Gladiador, debido a que existen requerimientos muy extensos por parte del organismo rector La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), con sus políticas de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). Al ser algunos requerimientos necesarios e impuestos por este organismo rector, se deberá cumplir con estas normativas en su totalidad, debido que esta agencia emite los permisos de funcionamiento. Es así que se debe gestionar los fondos necesarios con la finalidad de cumplir con estos requisitos.
- Se debe tener un control preventivo de la maquinaria de la empresa, ya que son los principales implementos que se requieren con la finalidad de satisfacer la demanda de los potenciales clientes de la bebida de recuperación muscular. Es por eso que desde un inicio se estableció normas de control preventivas al momento de realizar los lotes de producción, que permitan a la organización evitar contratiempos en la producción.
- El control en la manipulación y sanidad de los insumos químicos, lácteos y vegetales, debe realizarse de acuerdo a las normativas estipuladas con anterioridad que permita a la empresa cumplir con las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), ya que La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), tiene la potestad de realizar controles aleatorios en diferentes empresas y se deberá cumplir con estos procesos en todas las etapas de producción de la bebida de recuperación muscular.
- La participación de mercado de Gladiador que es del 1%, se debe a que en un inicio lo que se busca como empresa es ser coherentes tanto en lo económico como en el grupo de personas que se desea abarcar, debido a que es un producto nuevo, ya que uno de los objetivos de la organización

es culturizar y educar a las personas sobre estas clase de productos y lo que el organismo require al momento de culminar con una actividad física o deportiva, con la finalidad de seguir creciendo en futuros años.

10 PLAN FINANCIERO

10.1 INVERSIÓN INICIAL

Tabla 46. Inversión Inicial

Inversión Inicial	
Activos Fijos	\$44,502.81
Activos Diferidos	\$50,066.13
Capital de Trabajo	\$77,076.23
Total de Inversión Inicial	\$171,645.17

La empresa Gladiador requiere de un total de \$ 171,645.17 dólares como inversión inicial que se repartirán de la siguiente manera:

10.1.1 Activos Fijos

Tabla 47. Activos Fijos Gladiador Mobiliario

Activos Fijos	Cantidad	Precio	Valor Total	Vida Útil	Depreciación					Valor de Salvamento
					Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Mobiliario (Muebles y Enseres)										
Mesas de Reuniones	1	\$280.00	\$280.00	10	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$140.00
Escritorio en L	3	\$200.00	\$600.00	10	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$300.00
Silla Giratoria	8	\$45.00	\$360.00	10	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$180.00
Sillón	3	\$120.00	\$360.00	10	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$180.00
Archivador Metálico	2	\$160.00	\$320.00	10	\$32.00	\$32.00	\$32.00	\$32.00	\$32.00	\$160.00
Sofá	2	\$180.00	\$360.00	10	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$180.00
Mesa de Centro	1	\$180.00	\$180.00	10	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$90.00
Bandeja Magnética	8	\$20.00	\$160.00	10	\$16.00	\$16.00	\$16.00	\$16.00	\$16.00	\$80.00
Sistema de Filtración	1	\$451.77	\$451.77	10	\$45.18	\$45.18	\$45.18	\$45.18	\$45.18	\$225.89
Frascos	8	\$10.00	\$80.00	10	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$40.00
Baldes	6	\$3.00	\$18.00	10	\$1.80	\$1.80	\$1.80	\$1.80	\$1.80	\$9.00
Colador de Plástico	5	\$7.50	\$37.50	10	\$3.75	\$3.75	\$3.75	\$3.75	\$3.75	\$18.75
Cuchara Mezcladora	2	\$18.00	\$36.00	10	\$3.60	\$3.60	\$3.60	\$3.60	\$3.60	\$18.00
Libros Químicos	1	\$120.00	\$120.00	10	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$60.00
Kit Industrial	3	\$100.00	\$300.00	10	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$150.00
Total Mobiliario (Muebles y Enseres)			\$3,663.27		\$366.33	\$366.33	\$366.33	\$366.33	\$366.33	\$1,831.64

Entre los principales Activos Fijos de la empresa se encuentra el mobiliario que enmarca los muebles y los enseres.

Se necesita: 1 Mesa de Reuniones, 3 Escritorios en L, 8 Sillas Giratorias, 3 Sillones, 2 Archivadores Metálicos, 2 Sofás, 1 Mesa de Centro, 8 Bandejas Magnéticas, 1 Sistema de Filtración, 8 Frascos, 6 Baldes, 2 Coladores de Plástico, 2 Cucharas Mezcladoras, 1 Libro Químico, 3 Kits Industriales.

Todos estos muebles y enseres detallados anteriormente tiene un costo total de \$ 3,663.27 dólares, teniendo una vida útil de 10 años y un valor total de depreciación anual de \$366.33 dólares durante los siguientes 5 años, dando como resultado un valor de salvamento de \$ 1,831.64 dólares.

Tabla 48. Activos Fijos Gladiador Maquinaria y Equipos

Activos Fijos	Cantidad	Precio	Valor Total	Vida Útil	Depreciación					Valor de Salvamento
					Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Tanque Mezclador 500 Litros	1	\$3,200.00	\$3,200.00	10	\$320.00	\$320.00	\$320.00	\$320.00	\$320.00	\$1,600.00
Molino Coloidal	1	\$2,500.00	\$2,500.00	10	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$1,250.00
Llenadora por Gravedad Neumática	1	\$7,300.00	\$7,300.00	10	\$730.00	\$730.00	\$730.00	\$730.00	\$730.00	\$3,650.00
Equipo de agua purificada	2	\$370.00	\$740.00	10	\$74.00	\$74.00	\$74.00	\$74.00	\$74.00	\$370.00
Bomba Trabase	1	\$1,000.00	\$1,000.00	10	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$500.00
Frigorífico Tipo Armario	1	\$1,200.00	\$1,200.00	10	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$600.00
Tunel de Calor	1	\$960.00	\$960.00	10	\$96.00	\$96.00	\$96.00	\$96.00	\$96.00	\$480.00
Refractómetro Visual	1	\$2,440.00	\$2,440.00	10	\$244.00	\$244.00	\$244.00	\$244.00	\$244.00	\$1,220.00
Sistema de Filtración D	2	\$451.77	\$903.54	10	\$90.35	\$90.35	\$90.35	\$90.35	\$90.35	\$451.77
Phmetro	1	\$382.50	\$382.50	10	\$38.25	\$38.25	\$38.25	\$38.25	\$38.25	\$191.25
Conductímetro	1	\$412.50	\$412.50	10	\$41.25	\$41.25	\$41.25	\$41.25	\$41.25	\$206.25
Balanza Electrónica	1	\$75.00	\$75.00	10	\$7.50	\$7.50	\$7.50	\$7.50	\$7.50	\$37.50
Total Maquinaria			\$21,113.54		\$2,111.35	\$2,111.35	\$2,111.35	\$2,111.35	\$2,111.35	\$10,556.77

Entre los principales Activos Fijos de la empresa se encuentra la maquinaria y los equipos.

Se requiere: 1 Tanque Mezclador de 500 litros, 1 Molino Coloidal, 1 Llenadora por Gravedad Neumática, 2 Equipos de Agua Purificada, 1 Bomba Traslase, 1 Refrigerador Tipo Armario, 1 Túnel de Calor, 1 Refractómetro Visual, 2 Sistemas de Filtración D, 1 Phmetro, 1 Conductivímetro, 1 Balanza Electrónica.

Toda esta maquinaria y equipos tienen un costo total de \$ 21,113.54, teniendo una vida útil de 10 años y una depreciación anual de \$ 2,111.35 dólares durante los siguientes 5 años, dando como resultado un valor de salvamento de \$ 10,566.77 dólares.

Tabla 49. Activos Fijos Gladiador Vehículo

Activos Fijos					Depreciación					
Vehículo	Cantidad	Precio	Valor Total	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor de Salvamento
Van N300 Cargo Chevrolet	1	\$16,490.00	\$16,490.00	5	\$3,298.00	\$3,298.00	\$3,298.00	\$3,298.00	\$3,298.00	\$0.00
Total Vehículo			\$16,490.00		\$3,298.00	\$3,298.00	\$3,298.00	\$3,298.00	\$3,298.00	

Otro de los Activos Fijos de la empresa, es en un Vehículo Van N300 Cargo de la marca Chevrolet, que tiene un valor de \$ 16,490.00 dólares y una vida útil de 5 años, dando un valor de depreciación anual de \$ 3,298.00 durante los siguientes 5 años, sin obtener un valor de salvamento, debido a que el vehículo se depreció en su totalidad.

Tabla 50. Activos Fijos Gladiador Equipos Informáticos

Activos Fijos				PRECIO A PARTIR DEL 4 AÑO 4,11%		Depreciación					
Equipos Informáticos	Cantidad	Precio	Valor Total		Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor de Salvamento
Computadora de escritorio	2	\$470.00	\$940.00	\$978.63	3	\$313.33	\$313.33	\$313.33	\$326.21	\$326.21	\$326.21
Software Contable	1	\$800.00	\$800.00	\$832.88	3	\$266.67	\$266.67	\$266.67	\$266.67	\$266.67	\$266.67
Portátil HP Mini	1	\$367.00	\$367.00	\$382.08	3	\$122.33	\$122.33	\$122.33	\$127.36	\$127.36	\$127.36
Tablet Samsung Galaxy Tab 4	1	\$229.00	\$229.00	\$238.41	3	\$76.33	\$76.33	\$76.33	\$79.47	\$79.47	\$79.47
Impresora Epson xp 400	1	\$170.00	\$170.00	\$176.99	3	\$56.67	\$56.67	\$56.67	\$59.00	\$59.00	\$59.00
Teléfonos Panasonic	2	\$40.00	\$80.00	\$83.29	3	\$26.67	\$26.67	\$26.67	\$27.76	\$27.76	\$27.76
Fax Panasonic	1	\$150.00	\$150.00	\$156.17	3	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$52.06	\$52.06	\$52.06
Tv Samsung Led Smart 32	1	\$500.00	\$500.00	\$520.55	3	\$166.67	\$166.67	\$166.67	\$173.52	\$173.52	\$173.52
Total Equipos de Computación			\$3,236.00			\$1,078.67	\$1,078.67	\$1,078.67	\$1,112.04	\$1,112.04	\$1,112.04

Los Equipos Informáticos son parte de los Activos Fijos. Por tal razón se requiere: 2 Computadoras de Escritorio, 1 Software Contable, 1 Portátil Hp Mini, 1 Tablet Samsung Galaxy Tab 4, 1 Impresora Epson xp 400, 2 Teléfonos Panasonic, 1 Fax Panasonic, 1 Tv Samsung Led Smart 32.

10.1.2 Activos Diferidos

Tabla 51. Activos Diferidos Gladiador

Activos Diferidos			
Instalaciones y Adecuaciones	Cantidad/m2	Precio	Valor Total
Instalación Maquinaria	1	\$650.00	\$650.00
Área de Preparación 50 m2	50	\$160.00	\$8,000.00
Área de Envasado y Etiquetado 50 m2	50	\$160.00	\$8,000.00
Área de Control de Calidad 25 m2	25	\$160.00	\$4,000.00
Área de Limpieza 25 m2	25	\$160.00	\$4,000.00
Baños 10 m2	10	\$160.00	\$1,600.00
Bodega Materia Prima 50 m2	50	\$130.00	\$6,500.00
Bodega Producto Terminado 50 m2	50	\$130.00	\$6,500.00
Oficina Administrativa 20 m2	20	\$130.00	\$2,600.00
Oficina Marketing y Ventas 20 m2	20	\$130.00	\$2,600.00
Total Instalaciones y Adecuaciones			\$44,450.00

En la inversión inicial del proyecto, cuentan los activos diferidos que la empresa debe incurrir, es así que se deberá realizar las determinadas instalaciones y adecuaciones en la planta donde se producirá la bebida de recuperación muscular.

La empresa deberá incurrir en los siguientes gastos: Instalación Maquinaria, Adecuación Área de Preparación, Área de Envasado y Etiquetado, Área de Control de Calidad, Área de Limpieza, Baños, Bodega de Materia Prima, Bodega de Producto Terminado, Oficina Administrativa, Oficina de Marketing y Ventas, todas estas instalaciones y adecuaciones tienen un costo total de \$44,450.00 dólares.

Tabla 52. Gastos Constitución Gladiador

Gastos Constitución Empresa	Cantidad	Precio	Valor Total
Sociedad Anónima	1	\$800.00	\$800.00
Gastos Legales	1	\$700.00	\$700.00
Página Web	1	\$1,300.00	\$1,300.00
Total Constitución Empresa			\$2,800.00

Otros Activos Diferidos son los Gastos de Constitución de la Empresa como: determinación de la constitución de la empresa (Sociedad Anónima), honorarios asesor y la creación de la página web, los cuales tienen un costo total de \$ 2,800.00 dólares.

Tabla 53. Activos Diferidos Gladiador

Activos Diferidos	Cantidad	Precio	Valor Total	Amortización	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto de Constitución Empresa	1	\$2,800.00	\$2,800.00	5	\$560.00	\$560.00	\$560.00	\$560.00	\$560.00
Gastos Adecuaciones	1	\$44,450.00	\$44,450.00	5	\$8,890.00	\$8,890.00	\$8,890.00	\$8,890.00	\$8,890.00
Patente	1	\$2,816.13	\$2,816.13	5	\$563.23	\$563.23	\$563.23	\$563.23	\$563.23
Total Activos Diferidos			\$50,066.13		\$10,013.23	\$10,013.23	\$10,013.23	\$10,013.23	\$10,013.23

Por tal motivo la empresa deberá incurrir en un Gasto Total de Activos Diferidos de \$50,066.13 dólares, determinados de la siguiente manera en Gastos de Constitución de la Empresa de \$ 2,800.00 dólares, Gastos de Adecuaciones de \$ 44,450.00 dólares y Gasto de Patente de \$ 2,816.13 dólares, los cuales tienen una amortización anual de \$ 10,013.23 durante los siguientes 5 años.

En el Anexo 14 y 15, se puede constatar las Depreciaciones, Amortizaciones y el valor de Salvamento de Gladiador.

10.1.3 Costos de Producción

Son todos los costos inmersos en la producción de la bebida de recuperación muscular como: materia prima, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

10.1.4 Materia Prima

Tabla 54. Materia Prima Gladiador

Materia Prima	Cantidad	Unidad	\$	Costo Total
Leche Descremada	132	kg	\$1.00	\$132.00
Carragenina	0,055	kg	\$10.00	\$0.55
Sacarina Sódica	0,22	kg	\$8.00	\$1.76
Polifosfato de Sodio	2,2	kg	\$5.00	\$11.00
Vitamina A	0,088	kg	\$200.00	\$17.6
Vitamina D3	0,002	kg	\$50.00	\$0.10
Chia	9,988	kg	\$6.90	\$68.90
Cocoa en polvo	22	kg	\$0.80	\$17.60
Propilparabeno	0,44	kg	\$20.00	\$8.80
Metilparabeno	0,044	kg	\$24.00	\$1.06
Agua Purificada	62,863	Lt	\$0.10	\$6.28
Botella Plástico 250ml	880	Und	\$0.10	\$88.00
Tapa Plástica	880	Und	\$0.02	\$17.60
Etiqueta	880	Und	\$0.04	35,2
Sello de Envalaje	880	Und	\$0.05	\$44.00
Cartón	36,7	Und	\$1.50	\$55.05
Total Materia Prima				\$470.30

Por lote se producirán un total de 220 litros o 880 botellas de 250 ml, lo cual tiene un costo por lote de producción de \$ 470.30 dólares.

Tabla 55. Días de Producción Gladiador

Días Producción	12
Total Materia Prima	\$470.30
Total Mensual	\$5,643.6
Total Anual	\$67,884.48

Se producirá 12 veces en el mes, dando un total de 2.400 litros o 10.560 botellas de 250 ml, siendo un rubro mensual de \$ 5,643.6 dólares y anual de \$ 67,884.48 dólares.

10.1.5 Mano de Obra Directa

Tabla 56. Mano de Obra Directa Gladiador

			Año 1							
	Cargo	Personal	Sueldo/ Salario Mensual	IESS Patronal	IESS Personal	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	Sueldo/Salario Total Mensual	Sueldo/Salario Total Anual
1	Ing. Marketing y Ventas	Administración	\$900.00	\$100.35	\$84.15	\$75.00	\$29.50	\$37.50	\$1,142.35	\$13,708.20
2	Bioquímico Administrativo	Producción/ Administración	\$1,300.00	\$144.95	\$121.55	\$108.33	\$29.50	\$54.17	\$1,636.95	\$19,643.40
3	Supervisor de Producción	Producción	\$450.00	\$50.18	\$42.08	\$37.50	\$29.50	\$18.75	\$585.93	\$7,031.10
4	Trabajador de Producción	Producción	\$400.00	\$44.60	\$37.40	\$33.33	\$29.50	\$16.67	\$524.10	\$6,289.20
5	Supervisor de Logística	Producción	\$450.00	\$50.18	\$42.08	\$37.50	\$29.50	\$18.75	\$585.93	\$7,031.10
6	Asistente de Logística	Producción	\$400.00	\$44.60	\$37.40	\$33.33	\$29.50	\$16.67	\$524.10	\$6,289.20

Toda la fuerza laboral que se encuentre inmersa en la producción directa de la bebida de recuperación muscular ganarán salario, es por eso que el Bioquímico Administrativo, Supervisor de Producción y Logística y los Empleados de Producción y Logística ganan un salario y se lo contabiliza en la mano de obra directa.

Tabla 57. Salario Gladiador

	Anual	Mensual
Salario de Producción	\$46,284.00	\$3,857.00

De tal forma se mantendrán salarios mensuales en la producción de la bebida de \$ 3,857.00 dólares y anuales de \$ 46.284.00.

En el Anexo 13, se puede constatar la proyección de la mano de obra de Gladiador.

10.1.6 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Tabla 58. Costos Indirectos de Fabricación Gladiador

Costos Indirectos de Fabricación	Costo Mensual
Servicios Básicos	\$500.00
Arriendo	\$1,400.00
Gasolina	\$60.00
Mantenimiento	\$200.00
Total Mes	\$2,160.00
Total Año	\$26,399.52

Entre los principales Costos Indirectos de Fabricación que deberá incurrir Gladiador se encuentran: servicios básicos \$ 500.00 dólares, arriendo \$ 1,400.00 dólares, gasolina \$ 60.00 dólares, mantenimiento \$ 200.00 dólares, dando un total mensual de \$ 2,160.00 dólares y anual de \$ 26,399.52 dólares.

Tabla 59. Costo de Producción Mes/Año Gladiador

Costo de Producción Mes	\$11,650.55
Costo de Producción Año	\$139,806.60

Dando como resultado un costo total de producción al mes de \$ 11,660.55 dólares y anual de \$ 139,806.60 dólares.

10.1.7 Gastos de Comercialización

Se dividen en Gastos Administrativos y Gastos de Ventas.

Gastos Administrativos:

Tabla 60. Gastos Administrativos Gladiador

Gastos Administrativos	
Sueldo	\$1,142.35
Suministros de Oficina	\$10.00
Suministros de Limpieza	\$57.82
Total Gastos Administrativos Mes	\$1,210.17
Total Gasto Administrativo Año	\$14,522.08

Los Gastos Administrativos son los sueldos administrativos que no se encuentran inmersos en la producción directa de la bebida, en este caso es de \$1,142.35 dólares, los suministros de oficina de \$ 10.00 dólares y los suministros de limpieza de \$ 57.82 dólares, que dan un gasto mensual de \$ 1,210.17 dólares y anualmente de \$ 14,522.08 dólares.

Gasto de Ventas:

Tabla 61. Gasto de Ventas Gladiador

Gastos de Ventas	
Promoción	\$500.00
Publicidad	\$5,908.33
Total Gasto de Ventas Mes	\$6,408.33
Total Gasto de Ventas Año	\$76,900.00

Los Gastos de Ventas mensuales son todos los desembolsos de dinero en promoción en este caso \$ 500.00 dólares, la publicidad de \$ 5,908.33 dólares, dando un total de Gasto de Ventas de 6,4088.33 dólares y anualmente de \$ 76,900.00 dólares.

La suma de los Gastos Administrativos y de Ventas, dan como resultado los gastos de Comercialización, los cuales son al mes de \$ 8,618.51 dólares y anualmente de \$ 103,422.08 dólares.

Tabla 62. Gasto de Comercialización Mes/Año Gladiador

Gasto de Comercialización Mes / Año
\$7,618.51
\$91,422.08

Por tal motivo el Capital de Trabajo se contabiliza sumando el Costo de Producción + el Gasto de Comercialización, dando el Costo Total.

Tabla 63. Costo Total Mes/Año Gladiador

Costo Total Mes / Año	Costo Total de Producción Mes / Año	Gasto de Comercialización Mes / Año
\$19,269.06	\$11,650.55	\$7,618.51
\$231,228.68	\$139,806.60	\$91,422.08

A su vez se debe realizar el siguiente cálculo para determinar el Capital de Trabajo.

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Costo Total Año} / 360 * 120$$

Tabla 64. Capital de Trabajo Gladiador

Capital de Trabajo	\$77,076.23
--------------------	-------------

10.2 FUENTES DE INGRESOS

La principal fuente de ingresos con la que contará Gladiador es la venta de la bebida de recuperación muscular en chocolate, enfocándose en un mercado de 20 a 44 años de edad, siendo personas que gusten practicar un deporte o el simple hecho de realizar actividad físicas por más de 30 minutos con una frecuencia de 3 veces a la semana y que mantengan conocimientos sobre los suplementos proteicos y la necesidad de los músculos al momento de haber sido sometidos a esfuerzo físico.

10.3 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

10.3.1 Costos Variables

Tabla 65. Costos Variables de Gladiador

Costo Variable	
Materia Prima Directa	\$67,884.48
Costos Indirectos de Fabricación	\$9,120.00
Gasto Administrativo	\$813.88
Gasto Ventas	\$76,900.00
Total Anual	\$154,718.36

Entre los principales Costos Variables se encuentran: materia prima directa, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos y gastos de ventas.

10.3.2 Materia Prima Directa

Tabla 66. Materis Prima Directa Gladiador

Dias Producción	12
Total Materia Prima	\$470.30
Total Mensual	\$5,643.6
Total Anual	\$67,884.48

La Materia Prima Directa, tiene un costo por lote de producción de \$470.30 dólares, se producirá mensualmente 12 días y tendrá un rubro al mes de \$ 5,643.6 dólares y anualmente de \$ 67,884.48 dólares.

10.3.3 Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 67. Costos Indiretos de Fabricación Gladiador

Costos Indirectos de Fabricación	
Servicios Básicos	\$500.00
Gasolina	\$60.00
Mantenimiento	\$200.00
Total Mes	\$760.00
Total Anual	\$9,120.00

Los Costos Indirectos de Fabricación son considerados costos variables, debido a que estos depende del nivel productivo de Gladiador estos son: servicios básicos, gasolina y el mantenimiento, todos estos rubros tendrán un costo al mes de \$ 760.00 dólares y anualmente de \$ 9,120.00 dólares.

10.3.4 Gastos Administrativos

Tabla 68. Gastos Administrativos Gladiador

Gasto Administrativo	
Suministros de Oficina	\$10.00
Suministros de Limpieza	\$57.82
Total Mes	\$67.82
Total Anual	\$813.88

Los Gastos Administrativos son costos variables, ya que dependen del nivel de producción de la empresa estos son: suministros de oficina y limpieza, todos estos gastos dan un total mensual de \$ 67.82 dólares y anualmente de \$ 813.88 dólares.

10.3.5 Gastos de Ventas

Tabla 69. Gastos de Ventas Gladiador

Gastos de Ventas	
Promoción	\$500.00
Publicidad	\$5,908.33
Total Gasto de Ventas Mes	\$6,408.33
Total Gasto de Ventas Año	\$76,900.00

Los Gastos de Ventas dependen del nivel de producción de la bebida y estos son: promoción y publicidad, todos estos gastos dan un total mensual de \$6,408.33 dólares y anualmente de \$ 76,900.00 dólares.

Es así que se obtiene un Costo Variable anual de \$ 154,718.36 dólares.

10.3.6 Costos Fijos

Tabla 70. Costos Fijos Gladiador

Costo Fijo	
Mano de Obra Directa	\$46,284.00
Sueldo Administrativo	\$13,708.20
Arriendo	\$16,800.00
Total Anual	\$76,792.20

10.3.7 Mano de Obra Directa y Sueldo Administrativo

Tabla 71. Mano de Obra y Sueldo Administrativo de Gladiador

Mano de Obra Directa y Sueldo Administrativo	
Total mes	\$4,999.35
Total Anual	\$59,992.20

La Mano de Obra Directa y el Sueldo Administrativo son costos fijos, ya que estos no dependen de la capacidad de producción de la empresa y se los debe desembolsar al mes independientemente si se produce o no. Estos costos al mes son de \$ 4,999.35 dólares y al año de \$ 59,992.20 dólares.

10.3.8 Arriendo

Tabla 72. Arriendo Gladiador

Arriendo	
Total mes	\$1,400.00
Total Anual	\$16,800.00

El arriendo es un costo fijo, que se debe incurrir mes a mes independiente de la producción de la bebida de recuperación muscular, este rubro tendrá un costo mensual de \$ 1,400.00 dólares y anual de \$ 16,800.00 dólares.

Dando como resultado un Costo Fijo anual de \$ 76,729.20 dólares.

10.4 MARGEN BRUTO Y MARGEN OPERATIVO

10.4.1 Margen Bruto

Tabla 73. Margen Bruto Gladiador

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso Total	\$314,280.00	\$366,494.18	\$436,046.31	\$507,803.28	\$587,566.54
(-) Costo de producción	\$140,568.00	\$160,972.32	\$183,645.58	\$207,046.64	\$232,923.35
(=) Utilidad Bruta	\$173,712.00	\$205,521.86	\$252,400.73	\$300,756.64	\$354,643.19

El Margen Bruto de Gladiador, se da mediante la resta del ingreso total y el costo de producción que la empresa mantendrá en cada uno de los años proyectados, por ejemplo en el año 1 se obtendrá un ingreso total de \$295,423.20 dólares y un costo de producción de \$140,558.00 dólares, lo que da un margen bruto de \$173,712.00 dólares.

10.4.2 Margen Operativo

Tabla 74. Margen Operativo de Gladiador

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso Total	\$314,280.00	\$366,494.18	\$436,046.31	\$507,803.28	\$587,566.54
(-) Costo de producción	\$140,568.00	\$160,972.32	\$183,645.58	\$207,046.64	\$232,918.35
(=) Utilidad Bruta	\$173,712.00	\$205,521.86	\$252,400.73	\$300,756.64	\$354,648.19
(-) Depreciaciones y Amortizaciones	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,900.95	\$16,900.95
(-) Interés	\$7,733.91	\$6,265.24	\$4,672.62	\$2,945.58	\$1,072.78
(=) Utilidad Operacional	\$149,110.51	\$182,389.05	\$230,860.54	\$280,910.12	\$336,674.46
(-) Gastos Operacionales de Comercialización	\$91,422.08	\$95,711.19	\$99,210.80	\$102,838.84	\$106,600.04
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$57,688.43	\$86,677.86	\$131,649.74	\$178,071.28	\$230,074.43

Una vez calculado el Margen Bruto, se debe restar las depreciaciones, amortizaciones, el interés y los gastos operacionales de comercialización, con la finalidad de constatar el Margen Operativo de cada uno de los años proyectados, por ejemplo en el año 1 se obtiene un margen bruto de \$173,712.00 dólares menos las depreciaciones y amortizaciones de \$16,867.57 dólares, menos el interés del préstamo del proyecto de \$ 7,733.91 dólares y menos los gastos operacionales de comercialización de \$91,422.08 dólares, dando un margen operativo de \$57,688.43 dólares.

10.5 ESTADO DE RESULTADOS ACTUAL Y PROYECTADO

Tabla 75. Estado de Resultado Gladiador

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso Total	\$314,280.00	\$366,494.18	\$436,046.31	\$507,803.28	\$587,566.54
(-) Costo de producción	\$140,568.00	\$160,972.32	\$183,645.58	\$207,046.64	\$232,918.35
(=) Utilidad Bruta	\$173,712.00	\$205,521.86	\$252,400.73	\$300,756.64	\$354,648.19
(-) Depreciaciones y Amortizaciones	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,900.95	\$16,900.95
(-) Interés	\$7,733.91	\$6,265.24	\$4,672.62	\$2,945.58	\$1,072.78
(=) Utilidad Operacional	\$149,110.51	\$182,389.05	\$230,860.54	\$280,910.12	\$336,674.46
(-) Gastos Operacionales de Comercialización	\$91,422.08	\$95,711.19	\$99,210.80	\$102,838.84	\$106,600.04
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$57,688.43	\$86,677.86	\$131,649.74	\$178,071.28	\$230,074.43
(-) 15% Participación de Empleados	\$8,653.27	\$13,001.68	\$19,747.46	\$26,710.69	\$34,511.16
(=) Utilidad antes de Impuesto a la Renta	\$49,035.17	\$73,676.18	\$111,902.28	\$151,360.59	\$195,563.26
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$10,787.74	\$16,208.76	\$24,618.50	\$33,299.33	\$43,023.92
(=) Utilidad del Ejercicio	\$38,247.43	\$57,467.42	\$87,283.78	\$118,061.26	\$152,539.35

En el Anexo 17, se puede evidenciar la amortización del préstamo del proyecto.

10.5.1 El Ingreso Total

Tabla 76. Ingreso Total Gladiador

Demanda	87339	90562	93904	97369	100961
Capacidad	1.00%	1.10%	1.20%	1.30%	1.40%
Unidad Producida	873	996	1127	1266	1413
Frecuencia	144	144	144	144	144
Capacidad de Producción	125712	141408	162288	182304	203472
Precio	2.50	2.59	2.69	2.79	2.89
Ingreso Total	\$314,280.00	\$366,494.18	\$436,046.31	\$507,803.28	\$587,566.54

El Ingreso Total, se lo calcula de la siguiente manera, se tiene un mercado de 87339 personas que realizan deporte o actividad física en la ciudad de Quito, de la cual solo se tomará el 1% de este mercado, dando como resultado que 873 personas vendrían a ser el mercado objetivo de Gladiador, en la investigación de mercado se determinó que los encuestados estarían dispuestos a consumir la bebida con una frecuencia de tres veces a la semana o 144 botellas al año, dando como resultado una capacidad de producción de 125712 botellas al año, a un precio de \$2.50 que se encuentra en el rango que los potenciales consumidores están dispuestos a pagar y así se obtendría un ingreso anual de \$314,280.00 dólares con sus respectivas proyecciones a 5 años y una inflación anual de 3.67%.

10.5.2 Costo de Producción

Tabla 77. Costo de Producción Gladiador

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	\$67,884.48	\$79,162.74	\$94,186.00	\$109,685.51	\$126,914.37
Costos Indirectos de Fabricación CIF	\$26,399.52	\$30,785.51	\$36,627.89	\$42,655.48	\$49,355.59
Mano de Obra	\$46,284.00	\$51,024.06	\$52,831.69	\$54,705.65	\$56,648.39
Costo de Producción	\$140,568.00	\$160,972.32	\$183,645.58	\$207,046.64	\$232,918.35

Los Costos de Producción son: la suma de la materia prima que tiene un costo total anual de \$ 67,884.48 dólares, los costos indirectos de fabricación con \$26,339.52 dólares y la mano de obra con \$46,284.00 dólares, dando como resultado un costo de producción anual de \$140,568.00 dólares.

10.5.3 Gastos Operacionales de Comercialización

Tabla 78. Gastos Operacionales de Comercialización Gladiador

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto Administrativo	\$14,522.08	\$15,055.04	\$15,607.56	\$16,180.36	\$16,774.18
Gasto Ventas	\$76,900.00	\$79,722.23	\$82,648.04	\$85,681.22	\$88,825.72
Total Gasto Operativo de Comercialización	\$91,422.08	\$95,711.19	\$99,210.80	\$102,838.84	\$106,600.04

Los Gastos Operacionales de Comercialización son: la suma de los gastos administrativos y de ventas, proyectados a 5 años con una inflación anual del 3,67%, dando como resultado que en el primer año de producción se tendrá que incurrir en un gasto de comercialización anual de \$ 91,422.08 dólares.

10.5.4 Explicación Estado de Resultados Actual y Proyectado

La empresa Gladiador mantendrá un ingreso anual en el primer año de operación de \$ 314,280.00 dólares y un costo de producción de \$140,568.00 dólares, lo que da como resultado un margen bruto o una utilidad bruta de \$173,712.00 dólares, se deben restar las depreciaciones y amortizaciones de \$16,867.57 dólares y el interés del préstamo de \$7,733.91 dólares, dando un total de \$146.128.66 dólares y a su vez se debe restar el gasto operativo de comercialización de \$91,422.08 dólares, dando como resultado la utilidad antes de impuestos o margen operativo de \$57,688.43 dólares, a esto se debe restar

el 15% de participación de los empleados de la empresa de \$8,653.27 dólares y el 22% de impuestos a la renta de \$10,787.74 dólares, dejando en evidencia una utilidad del ejercicio de Gladiador de \$38,247.43 dólares.

En el Anexo 18 y 19, se puede evidenciar el Estado de Resultados Optimista y Pesimista.

10.6 BALANCE GENERAL ACTUAL Y PROYECTADO

Tabla 79. Balance General Gladiador

Detalle	Año 0
Activos	
Activos Corrientes	
Caja / Bancos	\$77,076.23
Cuentas por Cobrar	\$26,190.00
Inventario	\$6,404.64
Activos Fijos / Propiedad Planta y Equipo	
Mobiliario (Muebles y Enseres)	\$3,663.27
Maquinaria y Equipo	\$21,113.54
Vehículo	\$16,490.00
Equipos Informáticos	\$3,236.00
Activos Diferidos	
Gasto de Constitución Empresa	\$2,800.00
Gastos Adecuaciones	\$44,450.00
Patente	\$2,816.13
Total Activos	\$204,239.81
Pasivos	
Deuda	\$102,987.10
Cuentas por pagar	\$32,594.64
Patrimonio	
Capital Social	\$68,658.07
Total Pasivo + Patrimonio	\$204,239.81

En el Balance General de Gladiador, tomando como referencia el año 0 se debe sumar los activos corrientes en este caso caja/bancos que vendría a ser el capital de trabajo de la organización con un total de \$77,076.23 dólares, las cuentas por cobrar de \$26,190.00 dólares y el inventario con el que empezará la empresa que es de \$6,404.64 dólares, más la suma de los activos fijos o la propiedad planta y equipo, que son el mobiliario (muebles y enseres) con \$3,663.27 dólares, maquinaria y equipo con \$21,113.54 dólares, vehículo con \$16,490.00 dólares y los equipos informáticos con \$3,236.00 dólares, a su vez

se debe sumar los activos diferidos como el gasto de constitución de la empresa con \$2,800.00 dólares, gastos de adecuaciones con \$44,450.00 dólares y la patente con \$2,816.13 dólares, dando como resultado un total de activos de \$204,239.81 dólares.

Los pasivos de la empresa es igual a la deuda que es de \$102,987.10 dólares y las cuentas por pagar de \$32,594.64 dólares.

El patrimonio de Gladiador es igual al capital social, que es la aportación de los socios de la empresa de \$68,658.07 dólares.

Se debe sumar el total pasivo + el patrimonio que es \$204,239.81 dólares y debe ser igual al total de activos.

En el Anexo 16, se puede observar el Financiamiento requerido por la bebida de recuperación muscular.

Tabla 80. Balance General Gladiador

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos					
Activos Corrientes					
Caja / Bancos	\$103,632.76	\$122,893.06	\$151,910.07	\$185,877.47	\$226,748.67
Cuentas por Cobrar	\$28,809.00	\$31,689.90	\$34,858.89	\$38,344.78	\$42,179.26
Inventario	\$7,045.10	\$7,749.61	\$8,524.58	\$9,377.03	\$10,314.74
Total Activos Corrientes	\$139,486.86	\$162,332.57	\$195,293.54	\$233,599.28	\$279,242.67
Activos Fijos / Propiedad Planta y Equipo					
Mobiliario (Muebles y Enseres)	\$3,663.27	\$3,663.27	\$3,663.27	\$3,663.27	\$3,663.27
Maquinaria y Equipo	\$21,113.54	\$21,113.54	\$21,113.54	\$21,113.54	\$21,113.54
Vehículo	\$16,490.00	\$16,490.00	\$16,490.00	\$16,490.00	\$16,490.00
Equipos Informáticos	\$3,236.00	\$3,236.00	\$3,236.00	\$3,236.00	\$3,236.00
Total Activos Fijos / Propiedad Planta y Equipo	\$44,502.81	\$44,502.81	\$44,502.81	\$44,502.81	\$44,502.81
Activos Diferidos					
(-) Depreciación Acumulada	\$16,867.57	\$33,735.15	\$50,602.72	\$67,503.67	\$84,404.61
Gasto de Constitución Empresa	\$2,800.00	\$2,800.00	\$2,800.00	\$2,800.00	\$2,800.00
Gastos Adecuaciones	\$44,450.00	\$44,450.00	\$44,450.00	\$44,450.00	\$44,450.00
Patente	\$2,816.13	\$2,816.13	\$2,816.13	\$2,816.13	\$2,816.13
Total Activos Diferidos	\$50,066.13	\$50,066.13	\$50,066.13	\$50,066.13	\$50,066.13
Total Activos	\$217,188.22	\$223,166.36	\$239,259.76	\$260,664.55	\$289,406.99
Pasivos					
Deuda	\$85,585.57	\$66,715.36	\$46,252.54	\$24,062.67	\$0.00
Cuentas por pagar	\$35,854.10	\$39,439.51	\$43,383.47	\$47,721.81	\$52,493.99
22% Impuesto a la renta por pagar	\$10,787.74	\$16,208.76	\$24,618.50	\$33,299.33	\$43,023.92
15% Utilidades por pagar	\$8,653.27	\$13,001.68	\$19,747.46	\$26,710.69	\$34,511.16
Total Pasivo	\$140,880.67	\$135,365.32	\$134,001.96	\$131,794.50	\$130,029.08
Patrimonio					
Capital Social	\$68,658.07	\$76,307.55	\$87,801.04	\$105,257.79	\$128,870.04
Utilidades Retenidas	\$7,649.49	\$11,493.48	\$17,456.76	\$23,612.25	\$30,507.87
Total Patrimonio	\$76,307.55	\$87,801.04	\$105,257.79	\$128,870.04	\$159,377.91
Total Pasivo + Patrimonio	\$217,188.23	\$223,166.35	\$239,259.76	\$260,664.55	\$289,406.99

En el Balance General Proyectado de Gladiador, tomando como referencia el año 1 se debe sumar los activos corrientes en este caso caja/bancos que vendría a ser el capital de trabajo de la organización con un total de \$103,632.76 dólares, las cuentas por cobrar de \$28,809.00 dólares y el inventario con el que empezará la empresa su funcionamiento de \$7,045.10 dólares, más la suma de los activos fijos o la propiedad planta y equipo, que son el mobiliario (muebles y enseres) con \$3,663.27 dólares, maquinaria y equipo con \$21,113.54 dólares, vehículo con \$16,490.00 dólares y los equipos informáticos con \$3,313.85 dólares, a su vez se debe sumar los activos diferidos como el gasto de constitución de la empresa con \$2,800.00 dólares, gastos de adecuaciones con \$44,450.00 dólares y la patente con \$2,816.13 dólares y restar la depreciación acumulada de \$16,867.57 dólares, dando como resultado un total de activos de \$217,188.23 dólares.

Los pasivos de la empresa es igual a la deuda que es de \$85,585.57 dólares, siendo menor debido al abono del capital, se debe sumar las cuentas por pagar de \$35,854.10 dólares, el impuesto a la renta por pagar de \$10,787.74 dólares y la suma de las utilidades a los empleados por pagar \$8,653.27 dólares, dando como resultado un total de pasivos de \$140,880.67 dólares.

El patrimonio de Gladiador es igual al capital social, que es la aportación de los socios de la empresa de \$68,658.07 dólares más la suma de las utilidades retenidas de \$7,649.49 dólares, lo que da un total de patrimonio de \$76,307.55 dólares.

Se debe sumar el total pasivo + el patrimonio que es \$217,188.23 dólares y debe ser igual al total de activos.

En el Anexo 28, se puede constatar el inventario inicial de Gladiador.

10.7 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL Y PROYECTADO

Tabla 81. Estado de Flujo de Efectivo Gladiador

Detalle	Estado Flujo de Efectivo Normal					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso Total		\$314,280.00	\$366,494.18	\$436,046.31	\$507,803.28	\$587,566.54
(-) Costo de producción		\$140,568.00	\$160,972.32	\$183,645.58	\$207,046.64	\$232,918.35
(=) Utilidad Bruta		\$173,712.00	\$205,521.86	\$252,400.73	\$300,756.64	\$354,648.19
(-) Depreciaciones y Amortizaciones		\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,900.95	\$16,900.95
(-) Interés		\$7,733.91	\$6,265.24	\$4,672.62	\$2,945.58	\$1,072.78
(=) Utilidad Operacional		\$149,110.51	\$182,389.05	\$230,860.54	\$280,910.12	\$336,674.46
(-) Gastos Operacionales de Comercialización		\$91,422.08	\$95,711.19	\$99,210.80	\$102,838.84	\$106,600.04
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$57,688.43	\$86,677.86	\$131,649.74	\$178,071.28	\$230,074.43
(-) 15% Participación de Empleados		\$8,653.27	\$13,001.68	\$19,747.46	\$26,710.69	\$34,511.16
(=) Utilidad antes de Impuesto a la Renta		\$49,035.17	\$73,676.18	\$111,902.28	\$151,360.59	\$195,563.26
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$10,787.74	\$16,208.76	\$24,618.50	\$33,299.33	\$43,023.92
(=) Utilidad del Ejercicio		\$38,247.43	\$57,467.42	\$87,283.78	\$118,061.26	\$152,539.35
Inversión Inicial						
(-) Capital Propio		-\$68,658.07				
(-) Deuda		-\$102,987.10				
(=) Flujo del Proyecto (-)			\$38,247.43	\$57,467.42	\$87,283.78	\$118,061.26
(+) Depreciaciones			\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,900.95
(-) Pago del Préstamo			\$17,401.53	\$18,870.20	\$20,462.83	\$22,189.87
(+) Valor Salvamento						\$13,500.44
(=) Flujo Neto		-\$171,645.17	\$38,781.39	\$59,470.05	\$90,879.03	\$123,350.18

En el Estado de Resultados se explicó que se obtuvo una utilidad del ejercicio en el año 1 de \$ 38,247.43 dólares. En el Estado de Flujo de Efectivo se debe tomar en cuenta el período 0 en donde se realiza la determinada inversión, la cual es el capital propio con \$68,658.07 dólares y la deuda con \$102,987.10 dólares y así se determina el flujo proyectado que se debe sumar las depreciaciones, restar el valor del pago del préstamo y a su vez se debe sumar el valor de salvamento en el último período proyectado, dando como resultado en el año 1 un flujo neto de \$38,781.39 dólares y los determinados valores proyectados en los futuros años.

En el Anexo 20 y 21, se puede observar los Estados de Flujo de Efectivo Optimista y Pesimista.

10.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

Inicialmente para calcular el Punto de Equilibrio de la bebida de recuperación muscular se debe determinar los costos fijos como los costos variables.

Tabla 82. Costo Fijo Gladiador

Costo Fijo	
Mano de Obra Directa	\$46,284.00
Sueldo Administrativo	\$13,708.20
Arriendo	\$16,800.00
Total Anual	\$76,792.20

Los Costos Fijos son: la mano de obra directa con \$46,284.00 dólares, el sueldo administrativo con \$13,708.20 dólares y el arriendo de la planta con \$16,800.00 dólares, dando un total de \$76,792.20 dólares.

Tabla 83. Costo Variable Gladiador

Costo Variable	
Materia Prima Directa	\$67,884.48
Costos Indirectos de Fabricación	\$9,120.00
Gasto Administrativo	\$813.88
Gasto Ventas	\$76,900.00
Total Anual	\$154,718.36

Los Costos Variables son: la materia prima directa con \$67,884.48 dólares, costos indirectos de fabricación con \$9,120.00 dólares, gastos administrativos con \$813.88 dólares y los gastos de ventas con \$76,900.00 dólares, dando un total de costos variables de \$ 154,718.36 dólares.

Tabla 84. Cálculo Punto de Equilibrio Gladiador

Costo Total	\$231,510.56
Cantidad	125712
Ventas= P*Q	
Precio de venta	\$2.50
Costo Unitario Variable	\$1.23
$2.50 Q - 1.23Q = 1.27$	
Punto de Equilibrio Unidades	60501
Punto de Equilibrio en Dólares	\$151,253.48

1. La suma de los costos fijos y variables, es el costo total de \$231,510.56 dólares.

2. La cantidad de unidades producidas es de 125.712 unidades al año.
3. El Precio de venta se determina de la siguiente manera: mediante la sumatoria del costo unitario total \$1.85 dólares y el porcentaje de utilidad de la bebida que es del 35.13%, dando como resultado un precio de \$2.50 dólares, que se encuentra en el rango de precios que se determinó en la investigación de mercados.
4. El Costo unitario variable, se lo calcula dividiendo el costo variable por la cantidad de unidades producidas, siendo de \$1.23 centavos.
5. Formula: Costo Fijo = Precio de venta * Cantidad + Costo unitario variable * Cantidad de unidades producidas =CF
6. El Margen de contribución = PV - CUV

$$\$2.50 - \$1.23 = \$1.27 \text{ dólares.}$$

7. Punto de Equilibrio en unidades = CF/(PV-CUV)

$$\$76,792.20 / (\$2.50 - \$1.23) = 60.501 \text{ unidades}$$

8. Punto de Equilibrio en dólares = PE unidades * PV

$$60.501 * \$2.50 = 151,253.48 \text{ dólares}$$

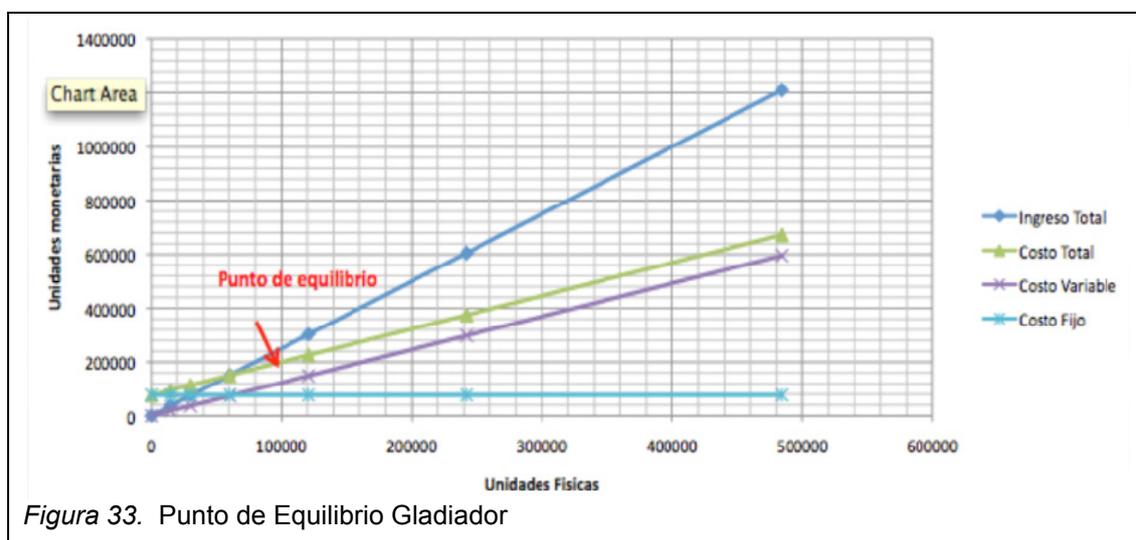
9. Se llegará al Punto de Equilibrio en 165 días o en 5 meses, 15 días

De tal manera se deben vender 60.501 unidades o \$151,253.48 dólares para alcanzar el punto de equilibrio, en donde no se pierde, ni se genera alguna rentabilidad a la empresa.

Tabla 85. Punto de Equilibrio Gladiador

Cantidad	Precio de Venta	Ingreso Total	Costo Fijo	Costo Unitario Variable	Costo Variable	Costo Total	Utilidad
0	\$2.50	\$0.00	\$76,792.20	\$1.23	\$0.00	\$76,792.20	-\$76,792.20
15125	\$2.50	\$37,813.37	\$76,792.20	\$1.23	\$18,615.32	\$95,407.52	-\$57,594.15
30251	\$2.50	\$75,626.74	\$76,792.20	\$1.23	\$37,230.64	\$114,022.84	-\$38,396.10
60501	\$2.50	\$151,253.48	\$76,792.20	\$1.23	\$74,461.28	\$151,253.48	\$0.00
121003	\$2.50	\$302,506.95	\$76,792.20	\$1.23	\$148,922.55	\$225,714.75	\$76,792.20
242006	\$2.50	\$605,013.90	\$76,792.20	\$1.23	\$297,845.10	\$374,637.30	\$230,376.60
484011	\$2.50	\$1,210,027.80	\$76,792.20	\$1.23	\$595,690.20	\$672,482.40	\$537,545.40

En esta tabla se puede evidenciar la cantidad de unidades que se requiere 60.501 para alcanzar el punto de equilibrio, el precio de venta de \$2.50 dólares, el ingreso total de \$151,253.48 dólares, el costo unitario variable de \$1.23 centavos, el costo variable de \$74,461.28 dólares, un costo total de \$151,253.48 dólares y una utilidad de cero dólares.



En la figura del Punto de Equilibrio, se puede constatar el ingreso total flecha color azul y el costo total flecha color morado, justo en donde estos dos indicadores se cruzan es el punto de equilibrio de Gladiador, de 60.501 unidades o \$151,253.48 dólares

Análisis Naturaleza del Proyecto:

El proyecto de la elaboración y comercialización de la bebida de recuperación muscular en líquido se caracteriza por mantener costos variables más altos que los costos fijos, debido a que los costos fijos son desembolsos de dinero que se

deben realizar sin importar los niveles de producción de la organización y los costos variables depende de la productividad de la empresa.

En el Anexo 22 y 23, se puede observar el punto de equilibrio de la bebida de recuperación muscular con un precio de venta de \$2.40 dólares y otra proyección con un precio de venta \$2.60 dólares.

En conclusión en el país no existe alguna empresa que se dedique a la elaboración y comercialización de una bebida de recuperación muscular en líquido, es por eso que desde un inicio se debe posicionar a Gladiador como la empresa líder en la producción de esta clase de productos, con la finalidad de ofrecer una bebida confiable y agradable para el consumidor.

10.9 CONTROL DE COSTOS IMPORTANTES

10.9.1 Estado de Resultado Esperado

Tabla 86. Estado de Resultados Esperado Gladiador

Detalle	Estado de Resultados Gladiador: 1 de Enero al 31 de Diciembre Normal				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso Total	\$314,280.00	\$366,494.18	\$436,046.31	\$507,803.28	\$587,566.54
(-) Costo de producción	\$140,568.00	\$160,972.32	\$183,645.58	\$207,046.64	\$232,918.35
(=) Utilidad Bruta	\$173,712.00	\$205,521.86	\$252,400.73	\$300,756.64	\$354,648.19
(-) Depreciaciones y Amortizaciones	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,900.95	\$16,900.95
(-) Interés	\$7,733.91	\$6,265.24	\$4,672.62	\$2,945.58	\$1,072.78
(=) Utilidad Operacional	\$149,110.51	\$182,389.05	\$230,860.54	\$280,910.12	\$336,674.46
(-) Gastos Operacionales de Comercialización	\$91,422.08	\$95,711.19	\$99,210.80	\$102,838.84	\$106,600.04
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$57,688.43	\$86,677.86	\$131,649.74	\$178,071.28	\$230,074.43
(-) 15% Participación de Empleados	\$8,653.27	\$13,001.68	\$19,747.46	\$26,710.69	\$34,511.16
(=) Utilidad antes de Impuesto a la Renta	\$49,035.17	\$73,676.18	\$111,902.28	\$151,360.59	\$195,563.26
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$10,787.74	\$16,208.76	\$24,618.50	\$33,299.33	\$43,023.92
(=) Utilidad del Ejercicio	\$38,247.43	\$57,467.42	\$87,283.78	\$118,061.26	\$152,539.35

El Estado de Resultados Esperado, como se lo dijo anteriormente mantiene una utilidad del ejercicio en el año 1 de \$38,247.43 dólares, que es el monto que se espera obtener en el primer período de trabajo siempre y cuando las condiciones se mantengan estables.

En el Anexo 18 y 19 se puede observar el Estado de Resultados Optimista y Pesimista de Gladiador.

10.9.2 Flujo de Efectivo Esperado

Tabla 87. Flujo de Efectivo Esperado Gladiador

Detalle	Estado Flujo de Efectivo Normal					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso Total		\$314,280.00	\$366,494.18	\$436,046.31	\$507,803.28	\$587,566.54
(-) Costo de producción		\$140,568.00	\$160,972.32	\$183,645.58	\$207,046.64	\$232,918.35
(=) Utilidad Bruta		\$173,712.00	\$205,521.86	\$252,400.73	\$300,756.64	\$354,648.19
(-) Depreciaciones y Amortizaciones		\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,900.95	\$16,900.95
(-) Interés		\$7,733.91	\$6,265.24	\$4,672.62	\$2,945.58	\$1,072.78
(=) Utilidad Operacional		\$149,110.51	\$182,389.05	\$230,860.54	\$280,910.12	\$336,674.46
(-) Gastos Operacionales de Comercialización		\$91,422.08	\$95,711.19	\$99,210.80	\$102,838.84	\$106,600.04
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$57,688.43	\$86,677.86	\$131,649.74	\$178,071.28	\$230,074.43
(-) 15% Participación de Empleados		\$8,653.27	\$13,001.68	\$19,747.46	\$26,710.69	\$34,511.16
(=) Utilidad antes de Impuesto a la Renta		\$49,035.17	\$73,676.18	\$111,902.28	\$151,360.59	\$195,563.26
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$10,787.74	\$16,208.76	\$24,618.50	\$33,299.33	\$43,023.92
(=) Utilidad del Ejercicio		\$38,247.43	\$57,467.42	\$87,283.78	\$118,061.26	\$152,539.35
Inversión Inicial						
(-) Capital Propio		-\$68,658.07				
(-) Deuda		-\$102,987.10				
(=) Flujo del Proyecto (-)		\$38,247.43	\$57,467.42	\$87,283.78	\$118,061.26	\$152,539.35
(+) Depreciaciones		\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,900.95	\$16,900.95
(-) Pago del Préstamo		\$17,401.53	\$18,870.20	\$20,462.83	\$22,189.87	\$24,062.67
(+) Valor Salvamento						\$13,500.44
(=) Flujo Neto	-\$171,645.17	\$38,781.39	\$59,470.05	\$90,879.03	\$123,350.18	\$159,701.07

El Flujo de Efectivo Esperado, como se lo explicó con anterioridad en el primer período de trabajo será de \$38,781.39 dólares, que es el flujo que se estima obtener en el primer año y en los demás períodos proyectados en la tabla, siempre y cuando las condiciones establecidas se mantengan constantes.

En el Anexo 20 y 21, se puede evidenciar el Flujo de Efectivo Optimista y Pesimista de Gladiador.

10.9.3 Índices Financieros

Liquidez:

Razón Corriente= Activos Corrientes/ Pasivos Corrientes

Ecuación 1

Tabla 88. Razón Corriente Gladiador

Razón Corriente	Año 1
	\$1.62

La Razón Corriente, permite a Gladiador determinar la capacidad de la organización, para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo.

Gladiador tiene una razón corriente de \$1.62 centavos, lo que quiere decir que la empresa tiene ese monto para respaldar la deuda a corto plazo.

En el Anexo 24, se puede constatar la Razón Corriente de los demás períodos.

Rentabilidad:

ROI:

Tabla 89. ROI Gladiador

ROI	Año 1
	\$0.18

El Retorno sobre la Inversión, es un indicador que se debe tener en cuenta al momento de evaluar un proyecto, en este caso el de la producción y comercialización de la bebida de recuperación muscular, se obtuvo un ROI de \$0.18 centavos, lo que quiere decir que la empresa gana ese monto por cada dólar invertido.

En el Anexo 25, se puede constatar el ROI de los demás períodos.

ROA:

Tabla 90. ROA Gladiador

ROA	Año 1
	\$0.69

El Retorno sobre los Activos, es un indicador financiero que permite a la organización evaluar la rentabilidad del total de activos que mantiene Gladiador, en este proyecto el ROA es de \$0.69 centavos, lo que quiere decir que la empresa gana dicha cifra por activo fijo de la empresa.

En el Anexo 26, se puede evidenciar el ROA de los demás períodos.

ROE:

Tabla 91. ROE Gladiador

ROE	Año 1
	\$0.50

El retorno sobre el patrimonio, es un indicador que se caracteriza por verificar la eficiencia con que Gladiador utiliza el capital, con la finalidad de generar determinado beneficio, en este caso el ROE es de \$0.50 centavos, lo que quiere decir que por cada dólar invertido en capital se obtendrá ese monto de rendimiento dentro de la empresa.

En el Anexo 27, se puede constatar el ROE de los demás períodos.

Desempeño:

Rotación de Inventario:

Este índice de Rotación de Inventario, se lo calcula para medir con que rapidez los productos de la bebida de recuperación se mantienen en la bodega de almacenamiento o el inventario tarda en venderse, siendo de 18 días en el primer período de funcionamiento.

Tabla 92. Rotación de Inventario Gladiador

Rotación Inventario de	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$19.95	\$20.77	\$21.54	\$22.08	\$22.58
	18	18	17	17	16

Rotación Cuentas por Cobrar:

Este índice de desempeño, hace referencia a las veces que se renueva las cuantas por cobrar de Gladiador o cuanto se demora la organización en recaudar sus cuentas por cobrar, en el primer año de funcionamiento es de 33 días.

Tabla 93. Rotación Cuentas por Cobrar Gladiador

Rotación de CxC	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$10.91	\$11.57	\$12.51	\$13.24	\$13.93
	33	32	29	28	26

10.10 VALUACIÓN**10.10.1 Capital Asset Pricing Model**

Se lo conoce como el método de valoración de activos, el cual se lo utiliza para conocer la rentabilidad de la idea de negocio sobre los activos.

Tabla 94. Capital Asset Pricing Model Gladiador

			Fuente
Tasa Máxima Convencional o TF	7.84%		Revista Líderes
Tasa Máxima Convencional para Pymes o TM	11.18%		Revista Líderes
Riesgo País o RP	569	5.69%	Revista Líderes
Beta de la Industria	0.75		Revista Líderes

$$\text{CAPM o Tasa de Riesgo Esperado} = \text{TF} + \beta (\text{TM} - \text{TF}) + \text{RP}$$

Ecuación 2

$$\text{CAPM o Tasa de Riesgo Esperado} = 7.84\% + 0.75 (11.18\% - 7.84\%) + 5.69\% = 16.04\%$$

10.10.2 Valor Actual Neto (VAN)

Tabla 95. Valor Actual Neto Gladiador

Calculo del VAN		
Período	Flujo	Flujo Descontado
0	-\$171,645.17	-\$171,645.17
1	\$38,781.39	\$33,422.15
2	\$59,470.05	\$44,169.28
3	\$90,879.03	\$58,169.68
4	\$123,350.18	\$68,043.05
5	\$159,701.07	\$75,921.15
	Total VAN	\$108,080.14
	VAN > 0	

Para calcular el VAN de Gladiador, se requiere tomar en cuenta la inversión de la empresa de \$171,645.17 dólares, con la finalidad de traer a valor presente los flujos de los 5 períodos, tomando en dicho cálculo al CAPM o Tasa de Riesgo Esperado del 16.04 %.

Se debe poner en consideración los flujos de efectivo de cada uno de los 5 períodos de Gladiador y a su vez tomar en cuenta cada uno de los flujos netos de todos los años. El flujo descontado se lo calcula de la siguiente manera:

$$\text{Flujo descontado} = \frac{\text{Flujo Neto año 1}}{(1+\text{Tasa de Riesgo Esperado})^{\text{Período}}}$$

Ecuación 3

$$\text{Flujo descontado} = \frac{\$38,781.39 \text{ dólares}}{(1+16.04\%)^1} = \$33,422.15 \text{ dólares}$$

La suma de todos los flujos descontados menos la inversión inicial, da como resultado el Valor Actual Neto (VAN) de Gladiador que es de \$108,080.14 dólares.

En el Anexo 29 y 30, se puede constatar el VAN de los escenarios optimista y pesimista.

10.10.3 Recuperación de la Inversión

Tabla 96. Recuperación de la Inversión Gladiador

Período de Recuperación	Cálculo	Período de Recuperación Mes	
\$33,422.15		Mes	Días
\$77,591.43		4.76	23
\$135,761.11	\$68,043.05		
\$203,804.15			
\$279,725.30			

Se recupera la inversión en 3 años, 4 meses, 23 días.

10.10.4 Costo/Beneficio

Tabla 97. Costo Beneficio Gladiador

Costo/Beneficio	\$1.63
------------------------	---------------

El Costo/Beneficio, se lo considera una herramienta que mide la relación que existe entre los costos y los beneficios (Crece Negocios, 2014).

Es así que el Costo/Beneficio de Gladiador es de \$1.63 dólares, lo que significa que se gana \$0.63 centavos en la bebida por cada dólar invertido.

Se calcula de la siguiente manera la suma de los flujos descontados dividida para la inversión del proyecto.

En el Anexo 31, se puede observar el Costo/Beneficio del escenario optimista y pesimista.

10.10.5 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 98. Tasa Interna de Retorno Gladiador

TIR	16%
-----	-----

La Tasa Interna de Retorno, es una tasa que se caracteriza por medir la rentabilidad de la inversión del proyecto Gladiador, en este caso es del 15% (Pymes Futuro, 2006).

Al obtener una TIR del 16%, significa que se alcanzó una rentabilidad de ese porcentaje sobre la inversión que se realizó.

En el Anexo 32, se puede constatar la TIR del escenario optimista y pesimista.

11 PROPUESTA DEL NEGOCIO

11.1 FINANCIAMIENTO DESEADO

El total de la inversión del proyecto es de \$171,645.17 dólares, de lo cual el 60% será financiado un total de \$102,987.10 dólares.

11.2 ESTRUCTURA DE CAPITAL Y DEUDA BUSCADA

Tabla 99. Financiamiento Gladiador

Financiamiento		
Detalle	Participación	
Capital Propio	\$68,658.07	40%
Deuda o Financiamiento	\$102,987.10	60%
Total	\$171,645.17	100%

El Financiamiento de Gladiador será de la siguiente manera: se contará con un capital propio del 40% (\$68,658.07 dólares) del total de la inversión y financiamiento bancario del 60% (102,987.10 dólares).

En el anexo 33, se puede constatar los requisitos, tasas, porcentajes y montos que financia la Corporación Financiera Nacional.

11.3 CAPITALIZACIÓN

Tabla 100. Detalle Accionario Gladiador

Financiamiento		
Detalle Socios	Capital Propio	Participación
Socio 1	\$20,597.42	30%
Socio 2	\$17,164.52	25%
Socio 3	\$17,164.52	25%
Socio 4	\$13,731.61	20%
Total	\$68,658.07	100%

El Capital Propio es del 40% o \$68,658.07 dólares y se repartirá de la siguiente manera.

La razón social de Gladiador es de sociedad anónima, por tal motivo se contará con un total de 4 socios que tendrán la siguiente participación: Socio 1 = 30 % o \$20,597.42 dólares, Socio 2 = 25% o \$17,164.52 dólares, Socio 3 = 25% o \$17,164.52 dólares y Socio 4 = 20% o \$13,731.61 dólares.

11.4 USO DE FONDOS

Tabla 101. Inversión Inicial Gladiador

Inversión Inicial	
Activos Fijos	\$44,502.81
Activos Diferidos	\$50,066.13
Capital de Trabajo	\$77,076.23
Total de Inversión Inicial	\$171,645.17

Los fondos de Gladiador se utilizarán en los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo que requiere la empresa para poner en marcha este proyecto.

11.4.1 Activos Fijos

Tabla 102. Activos Fijos Gladiador

Activos Fijos	
Mobiliario (Muebles y Enseres)	\$3,663.27
Maquinaria y Equipos	\$21,113.54
Equipos Informáticos	\$3,236.00
Vehículo	\$16,490.00
Total Activos Fijos	\$44,502.81

11.4.2 Activos Diferidos

Tabla 103. Activos Diferidos Gladiador

Activos Diferidos	
Gasto de Constitución Empresa	\$2,800.00
Gastos Adecuaciones	\$44,450.00
Patente	\$2,816.13
Total Activos Diferidos	\$50,066.13

11.4.3 Capital de Trabajo

Tabla 104. Capital de Trabajo Gladiador

Capital de Trabajo	\$77,076.23
--------------------	-------------

11.5 RETORNO PARA EL INVERSIONISTA

Es el rendimiento que el inversionista obtendrá al poner su dinero en la compañía. El porcentaje de ganancia sobre el capital invertido.

Formula del cálculo del CPPC o WACC

$$\text{CPPC o WACC} = R_d (1 - T_c) D/V + R_e E/V$$

Ecuación 4

Tabla 105.

Rd = Costo de la deuda	0.112
Re = Costo del capital	0.1604
Tc = Tasa impositiva	0.112
D = Total Pasivos	\$140,880.67
E = Total patrimonio	\$76,307.55
V = Pasivos + Patrimonio	\$217,188.23

$$\text{CCPC o WACC} = 0.112 * (1 - 0.112) * \$140,880.67 / \$217,188.23 + 0.1604 * (\$140,880.67 / \$76,307.55)$$

$$\text{CCPC o WACC} = 0.124544 * 0.648657047 + 0.05635541$$

Tabla 106.

CCPC O WACC	14%
--------------------	------------

12 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

12.1 CONCLUSIONES

- Es una bebida de recuperación muscular de sabor a chocolate con una infusión de Chía, es un suplemento proteico, que se caracteriza por romper esquemas, ya que por lo general esta clase de productos vienen enmarcados en una presentación en polvo, lo que pretende realizar Gladiador es educar y culturizar a las personas que realizan deporte o actividad física que los músculos requieren de una ingesta de proteínas inmediatamente después de culminar con la actividad física o deportiva.
- En todo el país no existe una empresa que se dedique a producir bebidas de recuperación muscular, como lo pretende realizar Gladiador, es así que la empresa se ubicaría en la elaboración de bebidas no alcohólicas como actividad económica, a pesar de que es una categoría en la que solo se elaboran bebidas aromatizadas y/o edulcoradas: limonadas, naranjadas, bebidas gaseosas (colas), bebidas artificiales de jugos de frutas (con jugos de frutas o jarabes en proporción inferior al 50%), aguas tónicas, gelatina comestible, bebidas hidratantes, etcétera.
- La bebida de recuperación muscular pertenecerá a la industria Manufacturera, que cuentan con un total de 52.392 empresas, siendo una industria en constante evolución a pesar de que en el último año de registro se presencié un crecimiento menor al de años anteriores.
- Por lo tanto se determinó que el producto de recuperación muscular incursionará en la actividad económica (C1104.01), la cual cuenta con un total de 42 empresas, que de las cuales ninguna ofrece al mercado una bebida o un producto de las características de Gladiador, debido a que las empresas que ofertan suplementos proteicos solo se dedican a

comercializar sus productos en el país y pertenecen a la industria del Comercio.

- Se debe tomar en cuenta los factores económicos que de cierta manera pueden potenciar o limitar la consecución del proyecto en el Distrito Metropolitano de Quito, como las tasas de interés, inflación, desempleo, producto interno bruto y riesgo país.
- La estabilidad política que vive el Ecuador, actualmente es una de las más extensas en la historia del país, durante muchos años se vivieron momentos tensos que no permitieron el desarrollo de la nación. El mandato del economista Rafael Correa ha ofrecido a la ciudadanía ecuatoriana un mejor estilo de vida.
- Existe en la actualidad la Agencia Nacional de Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), que es un organismo que se encarga de constatar que los productos elaborados cumplan con las normas establecidas, sean aptos para el consumo humano y de emitir el registro sanitario, es así que esta agencia es la principal encargada de realizar los determinados chequeos en la planta de producción de Gladiador, con la finalidad de constatar que se cumplan con todos los requisitos, para que las empresas permitan a los consumidores disfrutar de productos de calidad.
- Se empleará un canal de distribución al detal o corto, para la comercialización de la bebida de recuperación muscular, en donde los principales puntos de venta de Gladiador serán los autoservicios: supermercados, farmacias, gimnasios, tiendas y centros deportivos, en un inicio se iniciará la distribución solo en los supermercados de la ciudad de Quito tales como: Supermaxi, Megamaxi, Hipermarket, Tía y Santa Clara, debido a que la forma de entrega de los pedidos es mucho más centralizada y no se requerirá de tanto personal y medios para la determinada movilización, en un futuro con una marca mejor posicionada

se deberá ir realizando una inversión mayor en movilidad y personal que permita abarcar los demás autoservicios de la ciudad.

- Mediante un estudio realizado por el Ministerio del Deporte en el año 2010, se determinó que 243,287 personas en el Distrito Metropolitano de Quito realizan deporte o actividad física por mas de 30 minutos con una frecuencia de 3 veces a la semana, los estratos socioeconómicos a los que se enfocará Gladiador son: estrato (A, B, C+), lo que da como resultado un grupo objetivo de 87.339 personas que pueden de alguna manera adquirir la bebida de recuperación muscular.
- Se determinó mediante la investigación de mercado que un total del 77.07% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir o consumir la bebida de recuperación muscular, siendo un porcentaje aceptable de potenciales clientes, ya que los principales competidores de Gladiador son: Natural Vitality, Herbalife, Fuxion y Centro Naturista.
- El principal objetivo del Plan de Marketing de Gladiador, es fomentar y culturizar en el Distrito Metropolitano de Quito el consumo de bebidas de recuperación muscular, que permita a la organización potenciar el desarrollo de estos productos, es por eso que se han planteado estrategias de producto, precio, promoción y publicidad, con la finalidad de cumplir con los objetivos y a su vez procurar que la empresa se posicione en la mente de los consumidores.
- La empresa Gladiador, determinó las etapas previas al lanzamiento del producto, con el objetivo de constatar las acciones que se deben tomar en cuenta en la elaboración de la bebida de recuperación muscular, a su vez se analizó las dificultades y riesgos que se pueden presentar en el proceso productivo de la bebida. Constatando la características técnicas del producto las cuales son: Suero de la leche, Carragininina, Sacarina Sódica, Polifosfato de Sodio, Vitamina A, Vitamina B3, Riboflavina, Chía,

Cocoa en Polvo, Propilparabeno, Metilparabeno y Agua Purificada, es la materia prima que se requiere para la elaboración de un producto de 20 gramos de proteína.

- Los tiempos que toma producir la bebida de recuperación muscular es de 3 horas, el llenado y el etiquetado del producto es de 4 horas, por lo que el producto terminado se lo realizará en un tiempo máximo de 7 horas, siendo un total de 880 botellas o 220 litros por lote de producción.
- Se determinó la maquinaria, herramientas y materiales que se deben adquirir, con la finalidad de dar inicio al proceso productivo de la bebida de recuperación muscular, a su vez se debe realizar instalaciones y mejoras en las diferentes áreas de Gladiador, ya que el organismo rector constata que los establecimientos cumplan con los requisitos impuestos en su totalidad.
- La razón social de Gladiador es de Sociedad Anónima, por lo que contará con un grupo accionario o junta directiva de 4 socios, que son los principales encargados de tomar las decisiones en la empresa, la organización mantendrá un total de 6 empleados encabezados por el Jefe Administrativo (Bioquímico), Jefe de Marketing y Ventas, Supervisor o Jefe de Producción, Ayudante de Producción, Supervisor o Jefe de Logística y Ayudante de Logística.
- En el cronograma de actividades se establecieron los principales puntos a realizar para poner en marcha el proyecto Gladiador, con la finalidad de establecer plazos en la consecución de cada una de las actividades preestablecidas por parte de la empresa y mantener tiempos límites que permitan a la organización cumplir con sus objetivos.
- La idea de negocio de elaborar y comercializar una bebida de recuperación muscular tendrá una inversión inicial de \$171,645.17

dólares, una tasa interna de retorno (TIR) del 16% y un valor actual neto (VAN) de \$108,080.87 dólares, lo que permita a la organización mantener un flujo neto en el primer período de funcionamiento de \$38,781.81 dólares, siendo rubros aceptables que ayudarán a la organización a crear un negocio estable con el transcurso del tiempo.

12.2 RECOMENDACIONES

- En un lapso de tiempo la empresa Gladiador deberá contratar mayor cantidad de personal en el área de marketing, ventas, producción y logística, debido a que se espera que en futuros años la marca de la organización se posicione en la mente de los consumidores como la principal empresa productora y comercializadora de bebidas de recuperación muscular, por lo que la demanda y por ende la producción de la bebida aumentará permitiendo la expansión a otras zonas geográficas del país.
- Se deberá en un futuro realizar la inversión de una planta propia, debido a que en un inicio se arrendará el espacio físico, con la finalidad de abaratar costos en la inversión inicial, por lo que es factible que en próximos años la planta actual no pueda satisfacer la demanda del mercado y se requiere de mayor espacio y maquinaria.
- El canal de distribución de Gladiador es al detallista por lo que los principales autoservicios de la ciudad de Quito son los potenciales distribuidores de la bebida de recuperación muscular, en un inicio solo se entrará en los supermercados, debido a que la forma de distribuir el producto es más centralizada y solo se contará con una furgoneta para realizar las determinadas entregas, por lo que en un futuro se deberá realizar una mayor inversión en movilización que permita abarcar el resto de autoservicios.

- Con la intención de ser más productivos, se deberá en un futuro bajar los tiempos del proceso de elaboración de la bebida de recuperación muscular y los tiempos de envasado y etiquetado, con la finalidad de que la organización pueda producir y comercializar la bebida de una manera mucho más eficiente.
- Los invitados al focus group de la bebida de recuperación muscular mencionaron que es posible que la empresa con el transcurrir de los años elabore el suplemento proteico con sabores típicos de la cultura ecuatoriana, debido a que el país es productor de muchas frutas que ayudarán a la empresa diversificar la bebida.

REFERENCIAS

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. (2011). *El consumidor ecuatoriano construye una cultura de exigencia de derechos*. Recuperado el 20 de agosto de 2014 de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/tendencia-consumidor-ecuatoriano-construye-cultura-exigencia-derechos.html>
- Agencia Pública de Noticias Quito. (2013). *Sólo tres requisitos básicos se necesitan para la patente*. Recuperado el 10 de noviembre de 2014 de http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/solo_tres_requisitos_basicos_se_necesitan_para_la_patente--6609
- Astimec. (2014). *Maquinaria Industrial*. Recuperado el 12 de septiembre de 2014 de <http://www.astimec.net/>
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Inflación*. Recuperado el 18 de julio de 2014 de http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Banco Central del Ecuador. (2014). *La economía ecuatoriana tuvo un crecimiento inter-anual de 4.9% en el primer trimestre de 2014*. Recuperado el 18 de julio de 2014 de <http://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/685-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-tuvo-un-crecimiento-inter-anual-de-49-en-el-primer-trimestre-de-2014>
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Riesgo País*. Recuperado el 12 de marzo de 2015 de http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais
- Chía Semillas. (2014). *Son las semillas de la chia un superalimento*. Recuperado el 24 de octubre de 2014 de <http://www.chiasemillas.es/>
- Core Power. (2009). Recuperado el 22 de septiembre de 2014 de <http://www.corepower.com/>
- Crece Negocios. (s.f.). *El análisis costo-beneficio*. Recuperado el 12 de septiembre de 2014 de <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-costo-beneficio/>
- Datos Macro. (2013). *Crece la población en Ecuador*. Recuperado el 1 de agosto de 2014 de <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/ecuador>
- Derecho Ecuador. (2013). *Sociedad Anónima*. Recuperado el 21 de septiembre de 2014 de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechosocietario/2013/05/14/sociedad-anonima>

- Doctor Tecno. (2014). *Ecuador sigue disminuyendo la brecha digital*. Recuperado el 12 de septiembre de 2014 de <http://www.doctortecno.com/noticia/ecuador-sigue-disminuyendo-brecha-digital>
- Ecuador Legal Online. (2008). *Laboral*. Recuperado el 24 de noviembre de 2014 de <http://www.ecuadorlegalonline.com/category/laboral/>
- Ecuavisa. (2014). *Ecuador mejoró su índice de Riesgo País*. Recuperado el 1 de agosto de 2014 de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/55782-conformar-empresa-ecuador-tomaria-dos-dias>
- Ekos Negocios. (2013). *El dinamismo de empresa ecuatoriana*. Recuperado el 7 de noviembre de 2014 de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1028.pdf>
- El Diario de Chaucer. (2013). *Red de mercadeo*. Recuperado el 5 de noviembre de 2014 de <http://eldiariodechaucer.blogspot.com/2013/01/red-de-mercadeo-estafa.html>
- El Telégrafo. (2013). *El 24.34% de los ingresos de los ecuatorianos se destina para alimentación*. Recuperado el 12 de agosto de 2014 de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/el-2434-de-los-ingresos-de-los-ecuatorianos-se-destina-para-alimentacion.html>
- El Telégrafo. (2013). *Ingreso Promedio*. Recuperado el 20 de agosto de 2014 de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/el-ingreso-promedio-es-de-893.html>
- Expreso. (2013). *Ecuador mejoró su índice de Riesgo País*. Recuperado el 1 de agosto de 2014 de <http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota.aspx?idart=5169948&idcat=19409&tipo=2>
- FOODTECH. (2013). *Ministerio de salud pública propone nuevo formato para etiquetado de alimentos procesados*. Recuperado el 12 de septiembre de 2014 de <http://foodtech-ecuador.com/ministerio-de-salud-publica-propone-nuevo-formato-para-etiquetado-de-alimentos-procesados/>
- Fuxion. (2012). *Mejoramos tu vida*. Recuperado el 15 de julio de 2014 de <http://www.fuxion.net/fuxion.html>
- GNC. (2014). *Proteínas*. Recuperado el 15 de julio de 2014 de <http://translate.google.com.ec/translate?hl=es419&sl=en&u=http://www.gnc.com/&prev=search>
- Herbalife. (2015). *Nuestros Productos*. Recuperado el 15 de julio de 2014 de <http://productos.herbalife.com.ec/>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2013). *Instructivo para la obtención y renovación de certificados de conformidad con sellos de calidad INEN*.

Recuperado el 15 de noviembre de 2014 de http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/VC_IN_12_sello_2013_08

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (s.f.). *Guía de patente para solicitantes*. Recuperado el 8 de noviembre de 2014 de http://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/2014/05/guia_solicitante_patentes_invencion_modelos_utilidad-1.pdf

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (s.f.). Recuperado el 24 de noviembre de 2014 de http://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/reformas_tasas_2013.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *35% de la población de Quito nació fuera del cantón*. Recuperado el 12 de agosto de 2014 de http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=453:el35dela-poblaciondequitonaciofueraadelcanton-&catid=68:boletines&Itemid=51&lang=es

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Recuperado el 12 de septiembre de 2014 de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). *Encuesta Estratificación Nivel Socioeconómico*. Recuperado el 24 de octubre de 2014 de <file:///Users/oscarheca/Downloads/111220+NSEPrensa.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). *INEC presenta resultados de la Encuesta de Ingresos y Gastos*. Recuperado el 20 de agosto de 2014 de http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=591%3Ainec-presenta-resultados-de-la-encuesta-de-ingresos-y-gastos&catid=56%3Adestacados&Itemid=3&lang=es

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Análisis Sectorial*. Recuperado el 11 de julio de 2014 de <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/dashboard2/pagina3.php>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Recuperado el 11 de julio de 2014 de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/descargas/ciuu.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Clasificación Nacional Central de Productos*. Recuperado el 11 de julio de 2014 de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/metodologias/CPC%202.0.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). Recuperado el 7 de noviembre de 2014 de <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/dashboard2/pagina4.php>

- La Hora. (2013). *Actividad física esencial para la salud*. Recuperado el 5 de noviembre de 2014 de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101488613/-1/Actividad_f%C3%ADsica,_esencial_para_su_salud.html#VFL0OCi5NX5
- Lataxnet. (s.f.). *Ecuador impuestos*. Recuperado el 16 de septiembre de 2014 de http://www.lataxnet.net/partners/Ecuador/ecuador-informacion_tributaria
- Mi Piel Sana. (s.f.). *Las proteínas: qué son, para qué sirven y como tomarlas*. Recuperado el 16 de septiembre de 2014 de <http://www.mipielsana.com/las-proteinas-que-son-y-para-que-sirven/>
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (2013). Recuperado el 5 de noviembre de 2014 de <http://www.produccion.gob.ec/?s=pib+per+capita>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). *Políticas Industriales en el Sector de Alimentos*. Recuperado el 1 de agosto de 2014 de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/09/2.6-David-Villegas-MIPRO-Politica-Industrial-de-Desarrollo-en-el-Sector-de-Alimentos.pdf>
- Ministerio de Salud Pública. (2002). *Reglamento de Buenas Prácticas Manufactureras para alimentos procesados*. Recuperado el 24 de noviembre de 2014 de [file:///Users/oscarcheca/Downloads/reglamento_de_buenas_practicas_de_manufactura_para_alimentos_%20%20procesados-1%20\(3\).pdf](file:///Users/oscarcheca/Downloads/reglamento_de_buenas_practicas_de_manufactura_para_alimentos_%20%20procesados-1%20(3).pdf)
- Ministerio de Salud Pública. (2013). *Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia*. Recuperado el 15 de noviembre de 2014 de <http://www.salud.gob.ec/category/arcsa-2/>
- Ministerio de Salud Pública. (2013). *Uno de cada tres establecimientos inspeccionados incumplen La Ley Orgánica de Salud*. Recuperado el 12 de septiembre de 2014 de <http://www.salud.gob.ec/uno-de-cada-tres-establecimientos-inspeccionados-incumplen-la-ley-organica-de-salud/>
- Ministerio del Deporte. (2010). *Sedentarismo en el Ecuador*. Recuperado el 24 de octubre del 2014, <http://deporte.gob.ec/noticias/datos-sedentarismo>
- Ministerio del Deporte. (2013). *Objetivos Ministerio del Deporte*. Recuperado el 5 de noviembre de 2014 de <http://www.deporte.gob.ec/objetivos/>
- Mundo con Encanto. (s.f.). Recuperado el 11 de julio de 2014 de <http://www.mundoconencanto.com/la-intensidad-fisiologica-en-los-ejercicios-para-el-aumento-muscular-y-la-halterofilia/>
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2012). *Nuevo proceso LUAE*. Recuperado el 10 de noviembre de 2014 de <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/noticias/228-nuevo-proceso-luaeb.html?showall>

- Natural Vitality. (2011). *Empresa*. Recuperado el 15 de julio de 2014 de <http://www.naturalvitality.com.ec/site/empresa/index.html>
- Natural Vitality. (2011). *Liquid Amino*. Recuperado el 12 de septiembre de 2014 de http://www.naturalvitality.com.ec/site/productos/linea_deportiva/liquid_amino.html
- Noticias Quito. (2012). *Debe pagar la patente*. Recuperado el 15 de julio de 2014 de http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/debe_pagar_la_patente_a_continuacion_una_guia--6764
- Promonegocios. (2007). *Tipos de canales de distribución*. Recuperado el 16 de septiembre de 2014 de <http://www.promonegocios.net/distribucion/tipos-canales-distribucion.html>
- Pymes Futuro. (s.f.). *Tasa Interna de Retorno*. Recuperado el 12 de septiembre de 2014 de <http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>
- Quicentro Shopping. (2013). *Directorio*. Recuperado el 15 de julio de 2014 de <http://www.quicentro.com/local.asp?qSeccion=1&qLocal=119>
- Servicio de Rentas Internas. (2010). Recuperado el 10 de noviembre de 2014 de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/inscripcion>
- Superintendencia de Compañías. (2012). *Consulta de Compañías por Provincia y Actividad Económica*. Recuperado el 11 de julio de 2014 de http://www.supercias.gov.ec:8080/sector_sociedades/faces/resultado_consulta_cias_x_provincia_y_actividad.jsp
- Superintendencia de Compañías. (2014). *Consulta de Compañías*. Recuperado el 5 de noviembre de 2014 de http://www.supercias.gov.ec:8080/sector_sociedades/faces/resultado_consulta_cias_x_provincia_y_actividad.jsp

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz EFI

Fortalezas	Peso	Calificación	Total Ponderado
1. Producto de recuperación muscular listo para beber	0.1	4	0.4
2. Amigable con el organismo del consumidor	0.09	4	0.36
3. Presentación innovadora	0.09	3	0.27
4. Conocimientos sobre la elaboración de la bebida	0.08	3	0.24
5. Educación y culturización de los beneficios del producto	0.07	3	0.21
6. Sabores representativos del país	0.06	3	0.18
7. Proveedores especializados en la elaboración de los insumos	0.07	4	0.21
8. Personal capacitado	0.08	3	0.24
Debilidades			
1. Macar sin posicionamiento	0.1	1	0.1
2. La empresa no fabrica las materias primas	0.1	1	0.1
3. Fuerte inversión en maquinaria	0.09	2	0.18
4. Recursos limitados en investigación y desarrollo	0.08	2	0.16
Total	100		2.65

Se puede constatar mediante la Matriz EFI, que las fortalezas son superiores a las debilidades que se pueden encontrar en el entorno de la organización, en donde el puntaje 2.65 da manifiesto a que se puede contrarrestar las debilidades mediante las fortaleza.

ANEXO 2: Matriz EFE

Oportunidades	Peso	Calificación	Total Ponderado
1. Empresas del país con Know How en tecnología	0.07	3	0.21
2. Producto Interno Bruto en constante crecimiento	0.08	2	0.16
3. Iniciativa del Ministerio del Deporte al desarrollo de actividades físicas	0.08	3	0.24
4. Impulso por parte del gobierno a la creación de nuevos modelos de negocio	0.09	4	0.36
5. Financiamiento por parte del gobierno en la implementación de nuevas empresas	0.05	1	0.05
6. Fuerte barreras de entrada por parte del gobierno a empresas extranjeras	0.07	2	0.14
7. Gran consumo de actividades deportivas en el país	0.05	3	0.15
8. Una sola empresa en el país ofrece un producto de similares características	0.07	4	0.28
9. Tasa de desempleo en disminución	0.06	1	0.06
Amenazas			
1. Desconocimiento por parte de la población acerca de los beneficios de estos productos	0.08	2	0.16
2. Nuevas normativas por parte del ministerio de salud pública	0.06	3	0.18
3. Mayor Riesgo País que en estados vecinos	0.07	2	0.14
4. Inflación en aumento durante el año 2014	0.05	1	0.05
5. Cierre de locales por falta de pago en impuestos o por no tener permisos municipales	0.06	4	0.24
6. Cancelación de permisos por parte del ARCSA	0.06	2	0.12
Total	100		2.54

La Matriz EFE, que se caracteriza por analizar las oportunidades y amenazas externas a la empresa, se puede determinar que existen mayor cantidad de oportunidades que de amenazas en esta industria, dando un resultado de 2.54.

ANEXO 3: Fuentes de Información:

Necesidad de Información clientes	Fuentes		Metodología
	Primarias	Secundarias	
Población que realiza deporte o actividad física en el Distrito Metropolitano de Quito	Público en general		Entrevista a expertos, encuesta
		Ministerio del Deporte	Observación
Estratos Socioeconómicos			
		INEC	Observación
¿Qué tipo de deportes o actividades físicas se realiza?	Público en general		Entrevista a expertos, encuesta, grupo focal
		INEC, Ministerio del Deporte	Observación
¿Frecuencia de consumo deportivo?	Público en general		
		INEC Ministerio del Deporte	Encuestas
¿Consumo de suplementos proteicos?	Público en general		Entrevista a expertos, encuesta, grupo focal
		Revistas salud, Ministerio de salud	
¿Frecuencia de consumo suplementos proteicos?	Público en general		Entrevista a expertos, encuesta, grupo focal
		Revistas salud, Ministerio de salud	
¿Necesidades del organismo?	Público en general		Entrevista a expertos, encuesta, grupo focal
		Revista salud, Ministerio de salud	
¿Suplementos proteicos conocidos presentación?	Público en general		Entrevista a expertos, encuesta, grupo focal
		Revista de salud	
¿Qué marcas de suplementos proteicos conoce?			Entrevista a expertos, encuesta, grupo focal
		Revista de salud	

Necesidad de Información Proveedores	Primarias	Secundarias	Metodología
¿Cuáles son los principales proveedores?	Expertos		Entrevista proveedor
		Aditmag	Observación
¿Quién vende la maquinaria?	Expertos		Entrevistas técnica
		GEAPE	Observación
¿Quién vende los insumos?		Ekos Negocios	Observación
¿Dónde se localizan los proveedores?		GEAPE, Aditmag	Observación
¿Forma de pago proveedores?		GEAPE, Aditmag	Observación

Necesidad de Información Competidores	Primarias	Secundarias	Metodología
¿Cuáles son los competidores?	Expertos actividad comercial		Entrevista técnica
		Superintendencia de Compañías	Observación
¿Qué clase de empresas son?	Expertos actividad comercial		Entrevista técnica
		Superintendencia de Compañías	Observación
¿Lugar de comercialización?	Expertos actividad comercial		Entrevistas a profundidad
		Superintendencia de Compañías, Páginas web	Observación
¿Qué clase de suplementos proteicos venden?	Expertos actividad comercial		Entrevistas a profundidad
		Páginas web	Observación
¿Qué precios mantienen en el mercado?	Expertos actividad comercial		Entrevistas a profundidad
		Páginas web	Observación
¿Cómo distribuyen sus productos?	Expertos actividad comercial		Entrevistas a profundidad
		Páginas web	Observación

Necesidad de Información de sustitutos	Primarias	Secundarias	Metodología
¿Cuáles son los sustitutos en el mercado?	Todo Público		Grupos focales, encuestas
		Páginas web	Observación
¿Dónde se los adquiere?	Expertos actividad económica		Grupos focales, encuestas
		Páginas web, revistas de salud	Observación
¿Qué nivel de consumo tienen estos productos?	Expertos actividad económica		Entrevistas técnica
		Páginas web, revistas de salud, Ministerio de salud	Observación
¿Con qué frecuencia los consumen?	Expertos		Entrevistas a profundidad
		Revistas de salud	Observación
¿Qué precios tienen estos sustitutos?	Todo Público		Grupos focales, encuestas
		Páginas web, revistas de salud	Observación

ANEXO 4: Preguntas e integrantes Focus Group

1. ¿Quiénes de los presentes realizan deporte o actividad física?
2. ¿Qué clase de deportes o actividad física realizan?
3. ¿Por qué realizan esta clase de deporte o actividad física?
4. ¿Han consumido suplementos proteicos?
5. ¿Qué clase de suplementos proteicos han consumido?
6. ¿Qué presentación de suplementos proteicos conocen?
7. ¿Por qué consumen esta presentación de suplementos proteicos?
8. ¿Qué beneficios evidencian en sus músculos al tomar esta clase de productos?
9. ¿Han sentido algún efecto secundario?
10. ¿Conocen o han escuchado sobre los productos de recuperación muscular en líquido listos para beber?
11. ¿Cuáles consideran que son los principales problemas al momento de ingerir productos de recuperación muscular en polvo?
12. ¿Quién tiene conocimiento de lo que requieren los músculos y por ende el organismo al momento de culminar una rutina de ejercicio, deporte o actividad física?
13. ¿Consideran que una bebida de recuperación muscular en líquido satisface una necesidad inmediata de ingerir una dosis de proteína?
14. ¿Qué sabores consideran que son los más idóneos para esta clase de bebidas?
15. ¿Creen que se puede satisfacer la necesidad de los consumidores con una bebida de estas características?

Integrantes:

Alejandro Castillo 26 años

Valeria Abadi 26 años

Carolina Viteri 23 años

Josué Granja 20 años

Luis Fernando Toledo 45 años

Alexis Barrezueta 22 años

Fernando Cevallos 20 años

Jorge Aníbal Flores 40 años

ANEXO 5: Formula cálculo de la muestra Gladiador

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

ANEXO 6: Preguntas encuesta Gladiador

1. Edad:

2. Sexo:

Masculino / Femenino

3. Realiza algún deporte o actividad física durante la semana. (Si la respuesta es No se concluye la encuesta)

SI / NO

4. ¿Qué deporte o actividad física realiza?

- * Fútbol
- * Baloncesto
- * Atletismo
- * Gimnasio
- * Ciclismo
- * Deportes de Contacto
- * Otros Especifique ()

5. ¿Qué tan a menudo los practica?

- * 1 vez a la semana
- * 3 veces a la semana
- * 5 veces a la semana

6. ¿Qué siente después de realizar deporte o actividad física?

- * Casancio
- * Dolor

* Hambre

* Nada

7. Toma algún tipo de proteína después de realizar deporte o actividad física.

SI NO

8. Conoce sobre los beneficios que ofrecen esta clase de productos.

SI NO

9. ¿Qué empresas que comercializan proteínas consume?

* Natural Vitality

* Fuxion

* Herbalife

* Centro Naturista

*Ninguna

10. ¿Con qué frecuencia consume proteínas después del ejercicio o actividad física?

* De 1 a 3 veces por semana

* De 3 a 5 veces por semana

* Todos los días

11. ¿En qué presentación conoce las proteínas?

* Líquida

* Polvo

* Ambas

* Ninguna

12. ¿Cuál de las presentaciones ha probado?

- * Líquida
- * Polvo
- * Ambas
- * Ninguna

13. Razones por las que consume un producto de recuperación muscular en polvo.

- * Por el precio
- * Porque no hay en el mercado una presentación líquida
- * Porque considera que es la mejor
- * Porque no conoce otra
- * No consume

14. Razones por las que estaría dispuesto (a) a consumir un producto de recuperación muscular alto en proteínas listo para beber.

- * Por el precio
- * Por la facilidad de uso
- * Por la necesidad de ingerir una fuente de proteínas inmediatamente
- * Por la facilidad de adquirirlo
- * No consumiría

15. Estaría dispuesto a adquirir un producto de recuperación muscular alto en proteínas listo para beber. (Si su respuesta es No concluye la encuesta)

SI NO

16. ¿En qué tipo de envase le gustaría encontrar la bebida?

- * Botella
- * Empaque tetra pack
- * Vidrio

17. En qué lugares le gustaría encontrar la bebida.

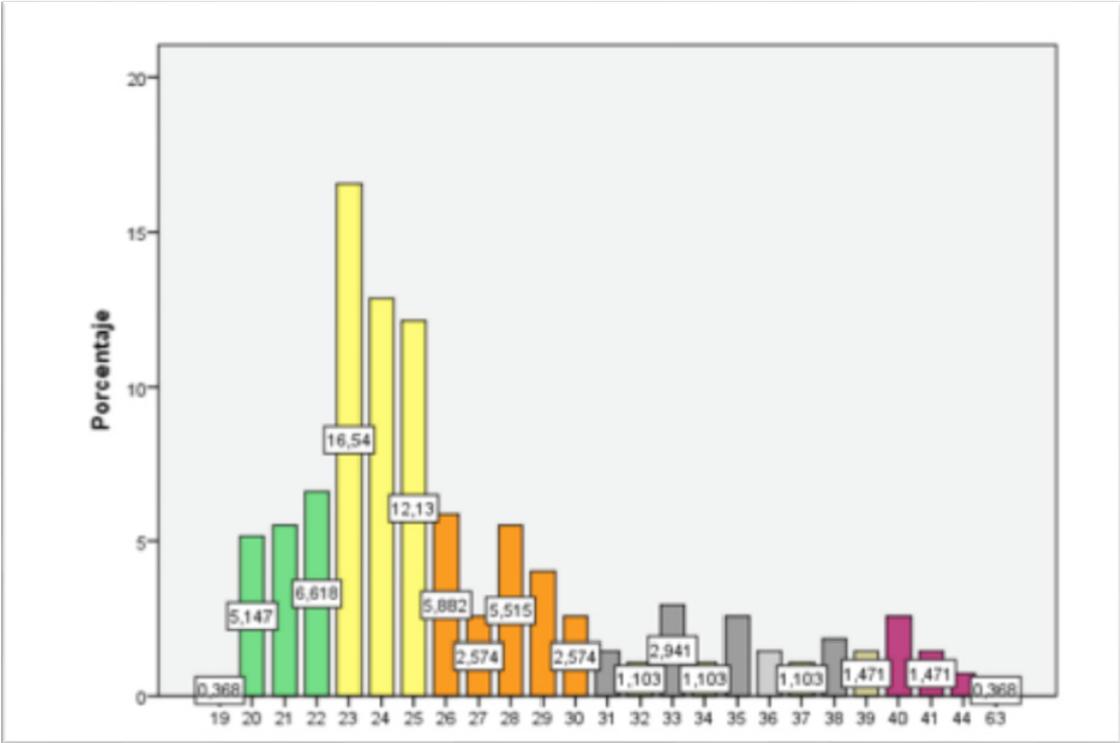
- * Gimnasios
- * Supermercados
- * Centros Naturistas
- * Clubes Deportivos
- * Todas las anteriores

18. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la bebida de recuperación muscular de 340 ml?

- 1.50-2.00 USD
- 2.00-2.50 USD
- 2.50-3.00 USD
- 3.00-3.50 USD

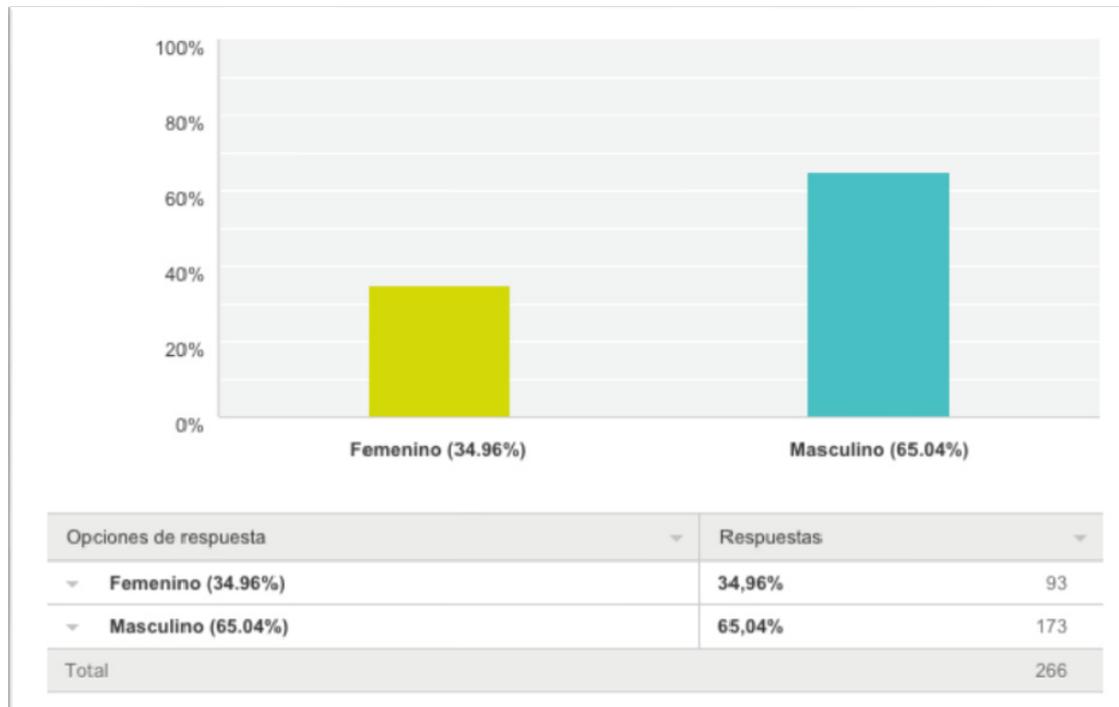
ANEXO 7: Conclusión encuesta bebida de recuperación muscular

Edad:



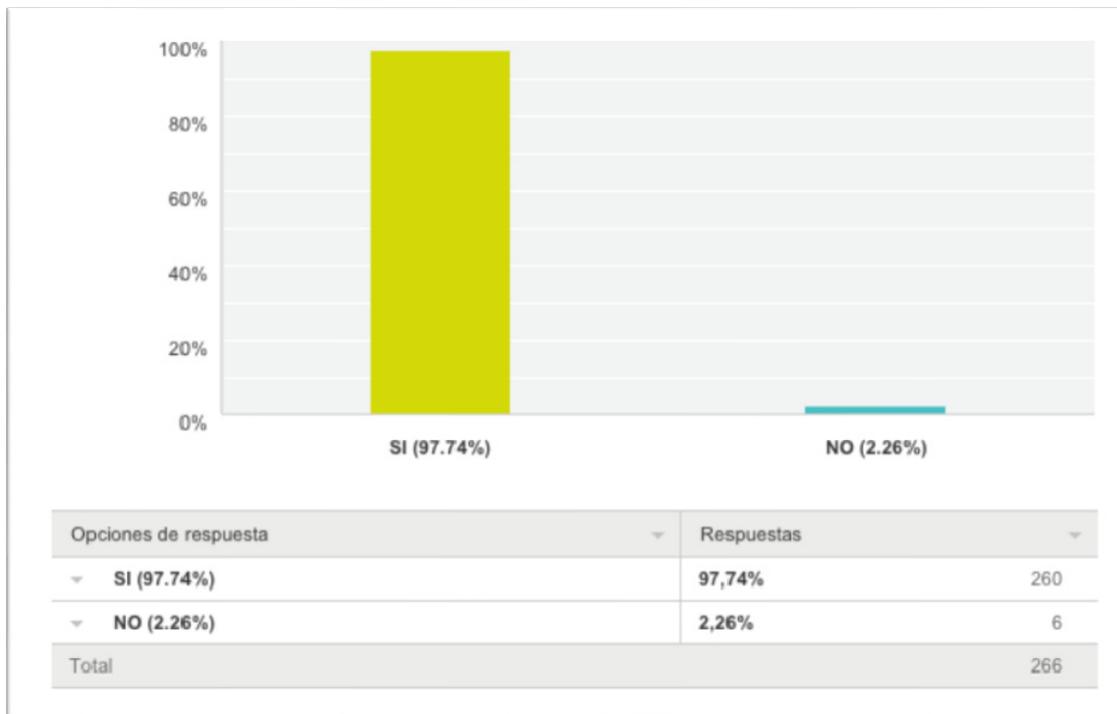
El promedio de edad de los 266 encuestados fue de 27 años, un rango de edad atractivo ya que el segmento al cual se atacará son personas de entre las edades de 20 a 44 años del Distrito Metropolitano de Quito, debido a que son personas que gustan de practicar deportes o realizar actividad física en gran porcentaje.

Sexo:



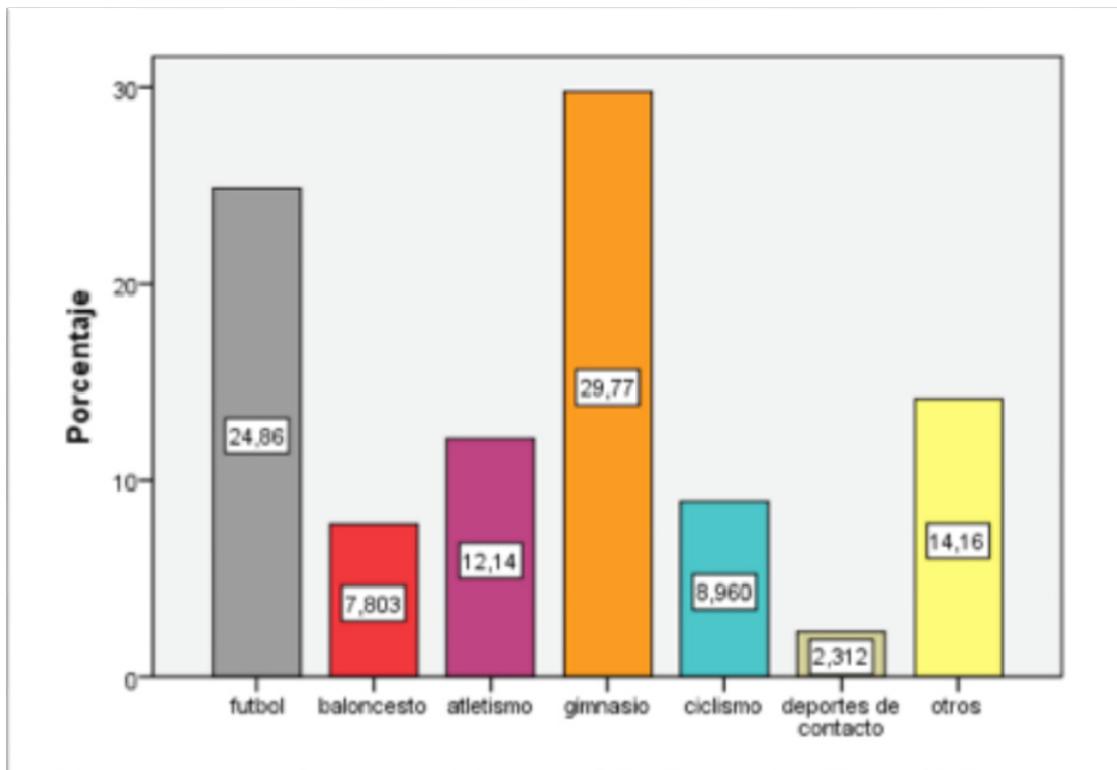
De un total de 266 encuestados en el Distrito Metropolitano de Quito, 173 resultaron ser del género masculino un (65.04%) y 93 personas del género femenino un (34.96%), ya que la encuesta se la realizó de forma online un porcentaje mayor de hombres llenaron la encuesta hasta completar con la muestra acordada.

Realiza algún deporte o actividad física durante la semana:



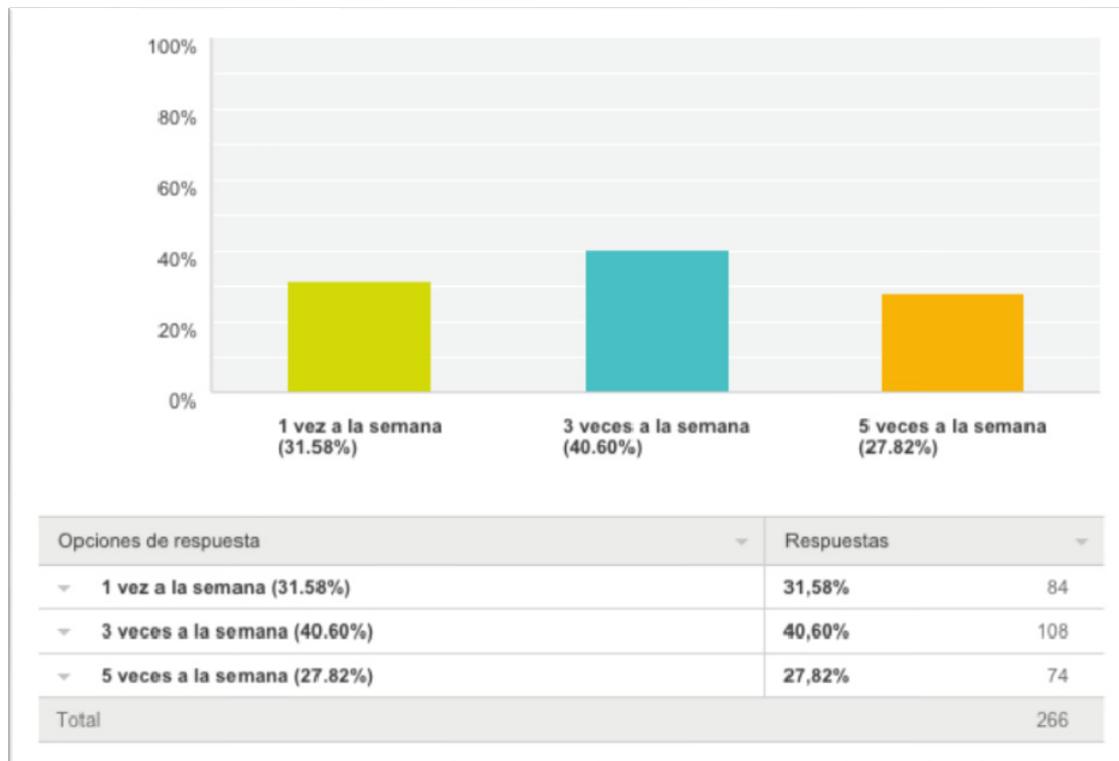
Una de la preguntas claves que se realizaron al momento de elaborar la encuesta fue si las personas realizan deporte o actividad deportiva, se estableció una base de datos que permita abarcar una población que realice estas actividades como estilo de vida, dando como resultado que un total de 265 personas un (97.74%) realizan algún deporte o actividad física durante la semana y solo 6 personas dijeron que no un (2.26%), siendo muy favorable ya que la mayoría de ciudadanos encuestados se encuentran físicamente activos.

¿Qué deporte o actividad física realiza?



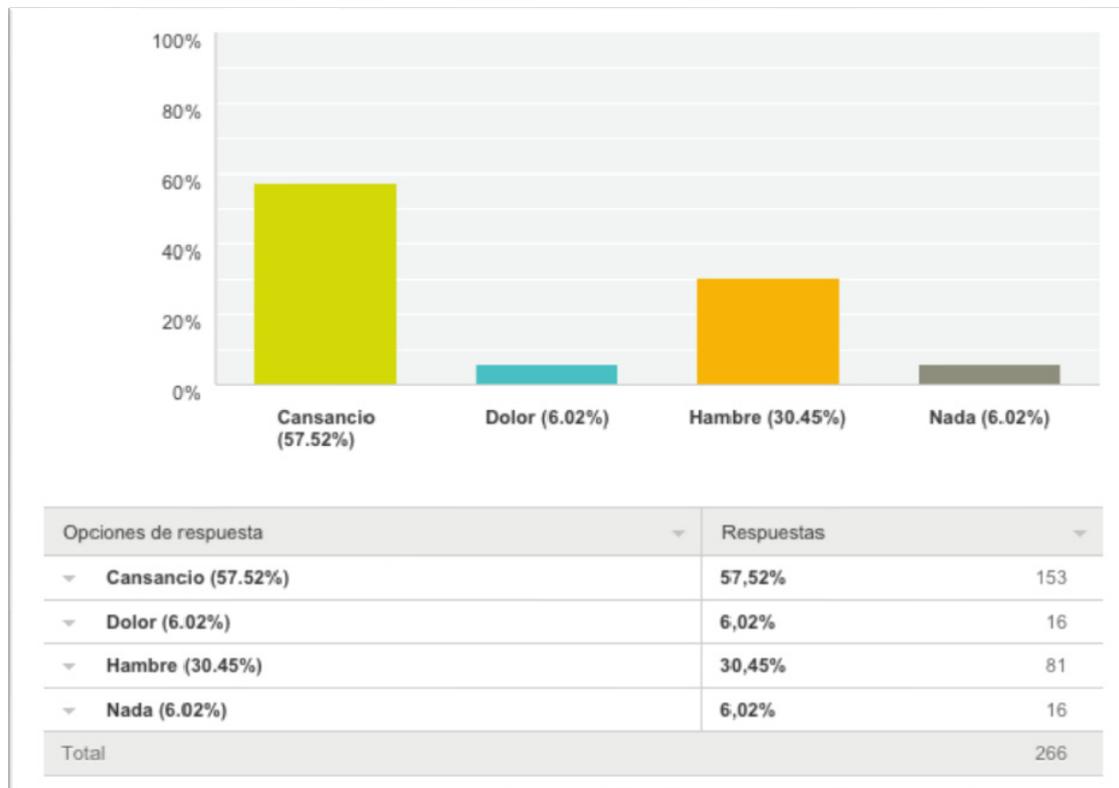
Entre los deportes o actividades físicas más practicadas por los 266 encuestados se encuentra encabezando la lista el gimnasio con un (29.77%), seguido del fútbol un deporte con tradición con el (24.86%), en tercer lugar otros deportes o actividades físicas con un (14.16%), en cuarto lugar el atletismo con el (12.14%), el ciclismo se ubicó en quinto lugar con un (8.96%), en sexto lugar el baloncesto con el (7.80%) y finalmente los deportes de contacto con un (2.31%).

¿Qué tan a menudo los practica?



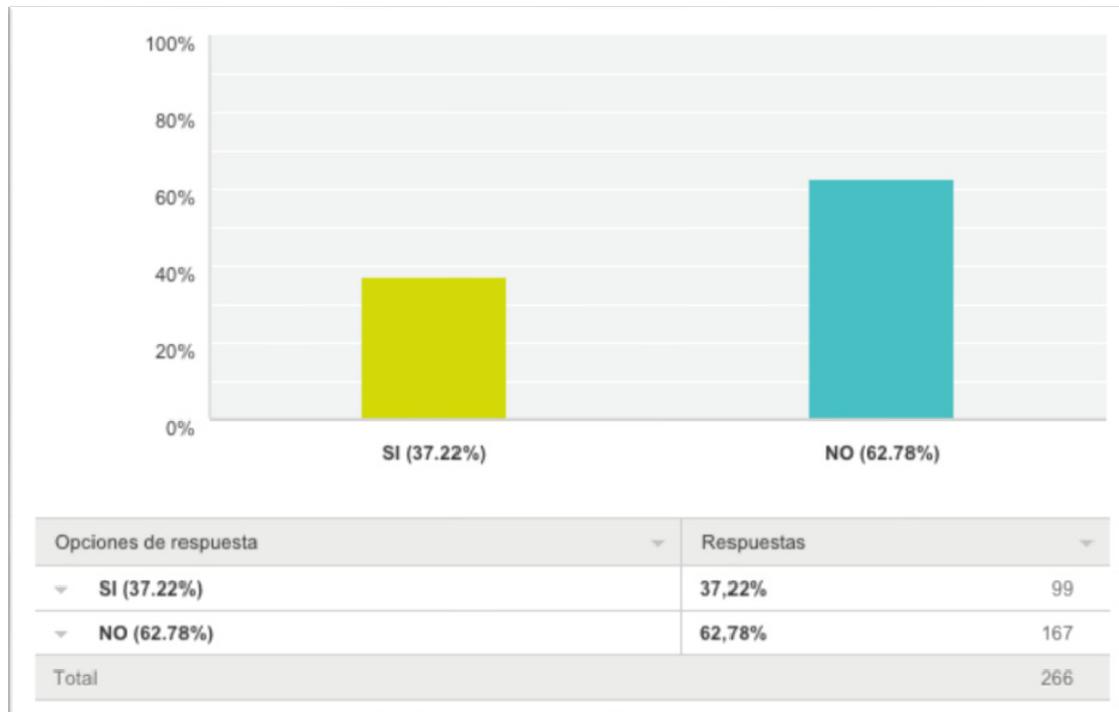
Se preguntó a los encuestados que tan a menudo realizan deporte o actividad física, siendo la opción B la más seleccionada con un total de 108 personas un (40.60%) que la realizan 3 veces a la semana, seguido de la opción A con un total de 84 personas un (31.58%) que solo la realizan una vez a la semana y finalmente la opción C en la cual 74 individuos un (27.82%) que realizan deporte o actividad física 5 veces a la semana, es así que las respuestas se encuentran repartidas de una forma muy equitativa entre las tres opciones propuestas, dando a entender que por lo menos hay personas que realizan actividades físicas tanto como deportivas los fines de semana y gran porcentaje de ciudadanos quiteños que tratan de hacerlo durante la semana

¿Qué siente después de realizar deporte o actividad física?



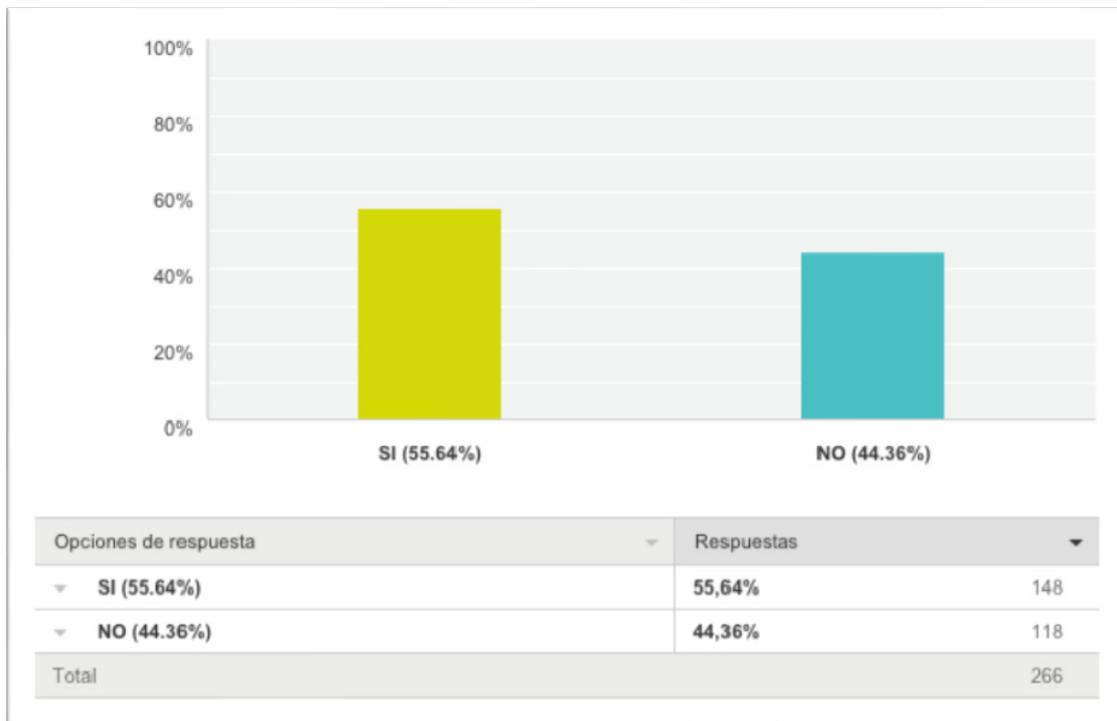
Una de las preguntas claves de esta investigación de mercado fue constatar en los encuestados que sienten después de realizar deporte o actividad física, la opción A fue la más seleccionada con un total de 153 personas el (57.62%) de la muestra mencionó que lo que más experimentan es “Cansancio” seguido de la opción B con un total de 81 personas el (30.45%) que dijeron que lo que más sienten es “Hambre”, siendo de esta manera las opciones que tienen mayor peso al momento de satisfacer la necesidad de un sector de la población que requiere un producto que pueda complacer a los clientes, aliviando estos dos malestares que se manifiestan cuando se realiza deporte o actividad física.

Toma algún tipo de suplemento proteico después de realizar deporte o actividad física:



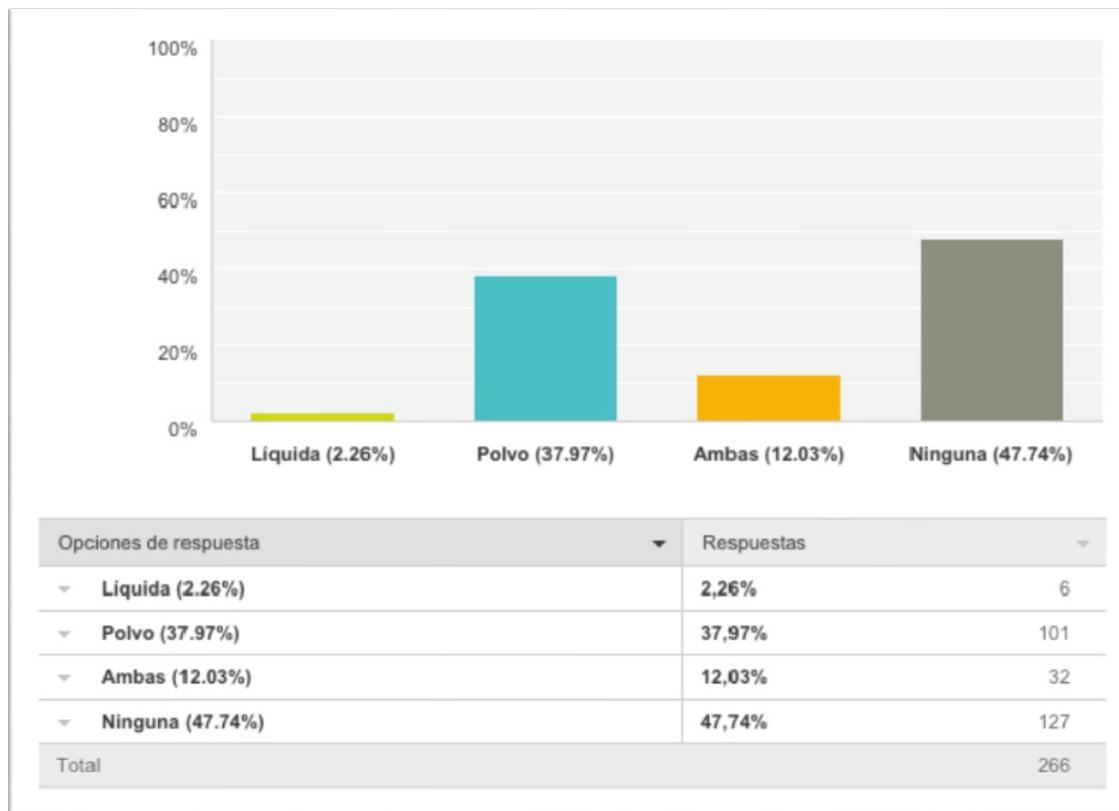
Con esta pregunta se trató de determinar a las personas que consumen algún tipo de suplemento proteico después de realizar deporte o actividad física, dando los siguientes resultados el (62.78%) un total de 167 encuestados no toman ningún tipo de proteína y solo 99 encuestados un (37.22%) de la muestra si consumen algún suplemento proteico, siendo esto un resultado interesante ya que hay un mercado que no se ha decidido a consumir esta clase de proteínas, permitiendo a empresas del país que con la elaboración y la comercialización de un producto confiable se pueda atraer a esta clase de personas que no han tomado la decisión de adquirir suplementos de estas características.

Conoce sobre los beneficios que ofrecen esta clase de productos:



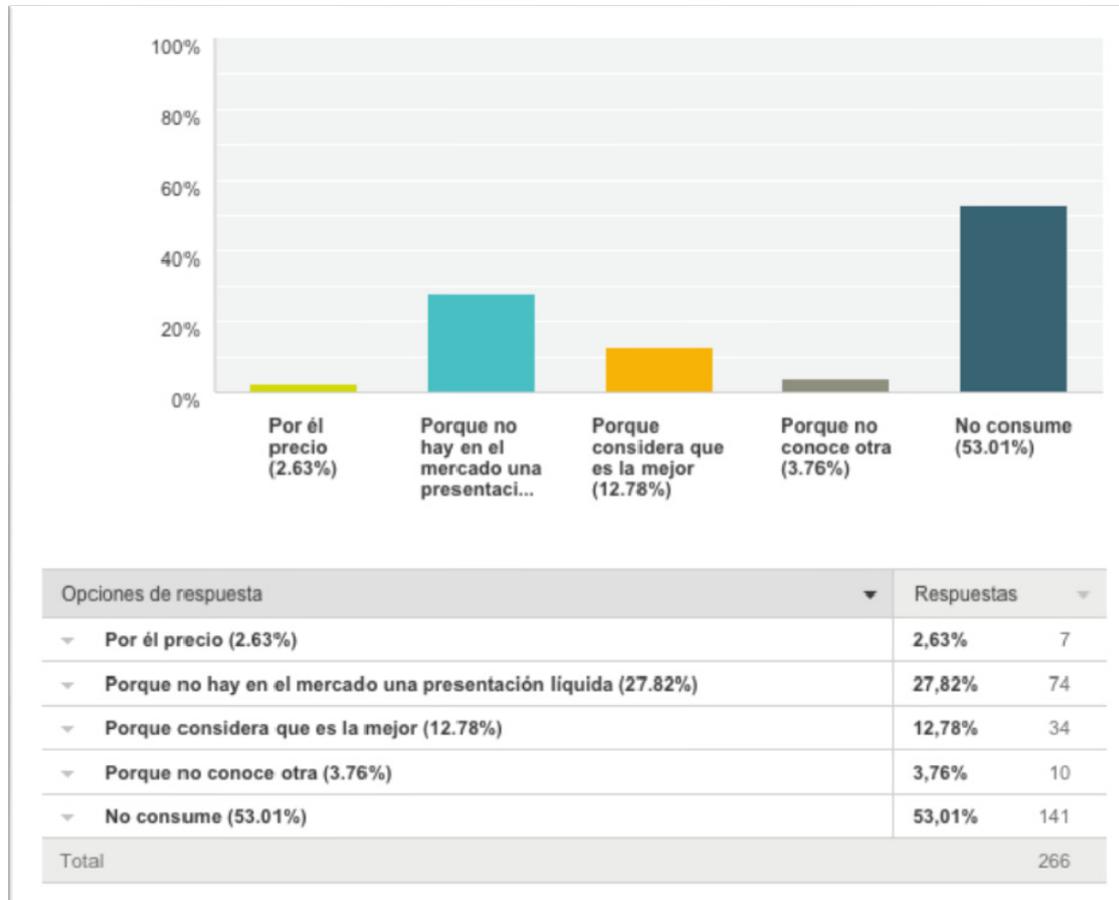
Muchas personas no conocen las bondades que ofrecen los suplementos proteicos o los considerados productos de recuperación muscular, por medio de esta pregunta se trató de indagar si los encuestados tienen conocimiento sobre las condiciones de estos productos, dando como resultado que el (55.64%) un total de 148 personas de la muestra conocen los benéficos que estos productos ofrecen a sus usuarios y 118 personas un (44.36%) desconocen todo lo que estos suplementos ofrecen, habiendo un porcentaje elevado de personas que no tienen conocimiento de las bondades que ofrecen estos productos a quienes los consumen, siendo esto un dato interesante, ya que se puede emplear una estrategia de comunicación en la empresa, con la finalidad de culturizar e informar a la ciudadanía quiteña sobre la importancia y los beneficios que tienen los productos con gran contenido de proteínas al momento de emplearlos.

¿Cuál de las presentaciones ha probado?



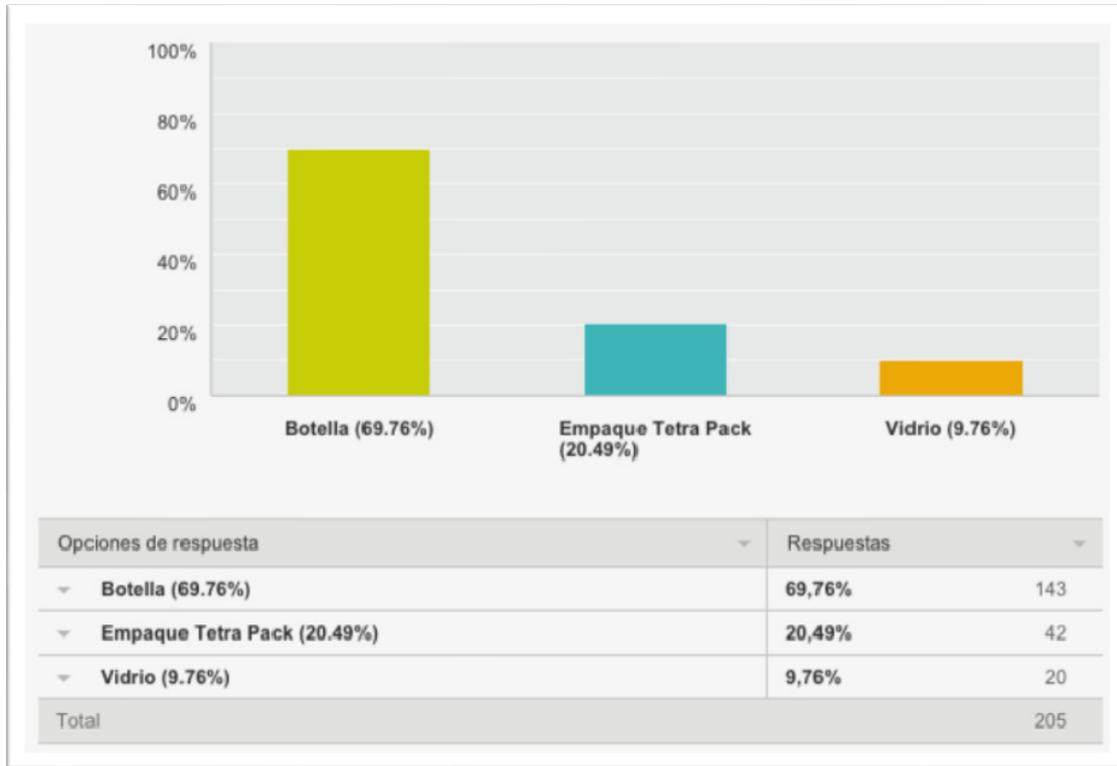
Con referencia a que tipo de presentaciones el consumidor de estos productos a probado la respuesta más seleccionada fue ninguna con un (47.74%), seguida de polvo con el (37.97%), en tercer lugar ambas con un (12.03%) y finalmente líquida con el (2.26%), dando a entender que las personas encuestadas no consumen en gran porcentaje esta clase de proteínas y que la presentación que más consumen son en polvo, siendo una pregunta que permite a cualquier organización atacar a este segmento que no ha consumido estos suplementos proteicos por medio de la elaboración y comercialización de una bebida de recuperación muscular lista para beber.

Razones por las que consume un producto de recuperación muscular en polvo:



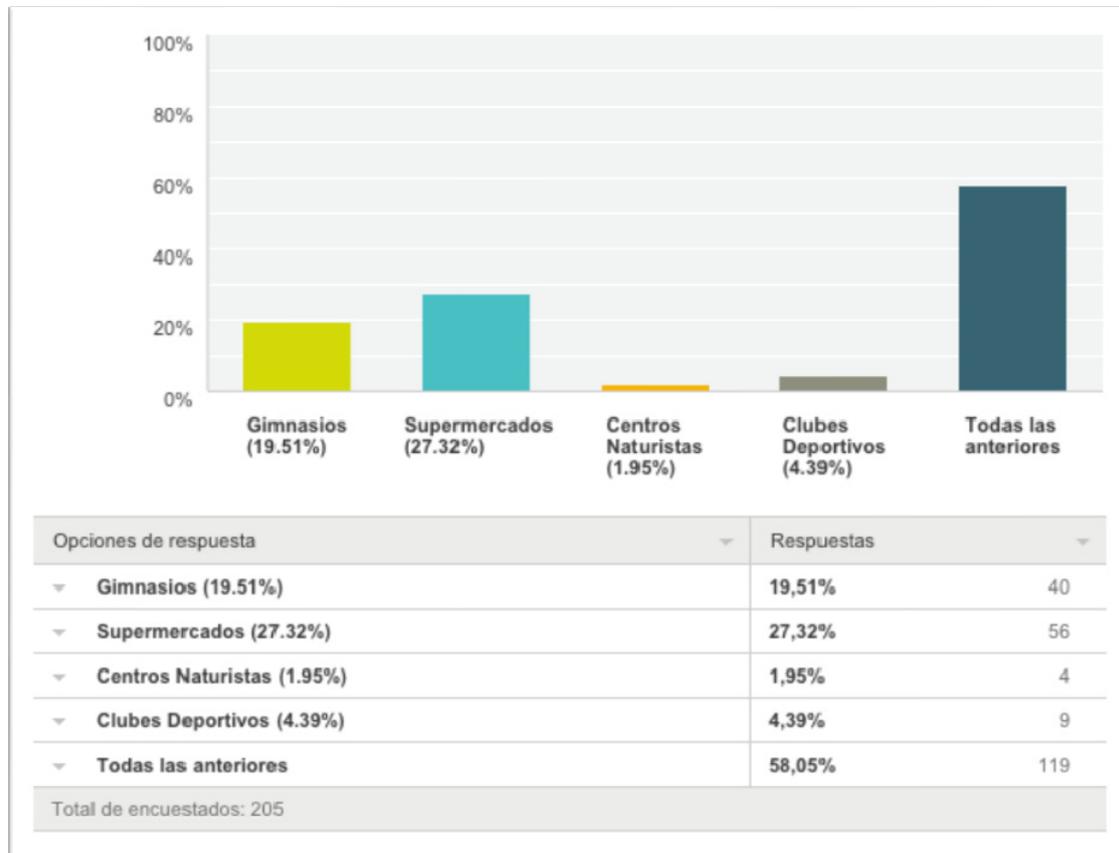
Esta pregunta trata de verificar las razones por la que los consumidores optaron al momento de ingerir productos proteicos en polvo, siendo la respuesta E no consumen la de mayor selección con un (53.01%), seguido de porque no hay en el mercado una presentación en líquido con el (27.82%), en tercer lugar porque consideran que es la mejor con un (12.78%), en cuarto lugar porque no conocen otra con el (3.76%) y finalmente por el precio con el (2.63%), es así que se interpretó que existe un gran porcentaje de personas que no consumen esta clase de presentación y puede ser el segmento al cual se debe conversar de consumir productos en líquido, seguido de los que mencionaron de que en el mercado no existe una presentación en líquido.

En qué tipo de envase le gustaría encontrar la bebida:



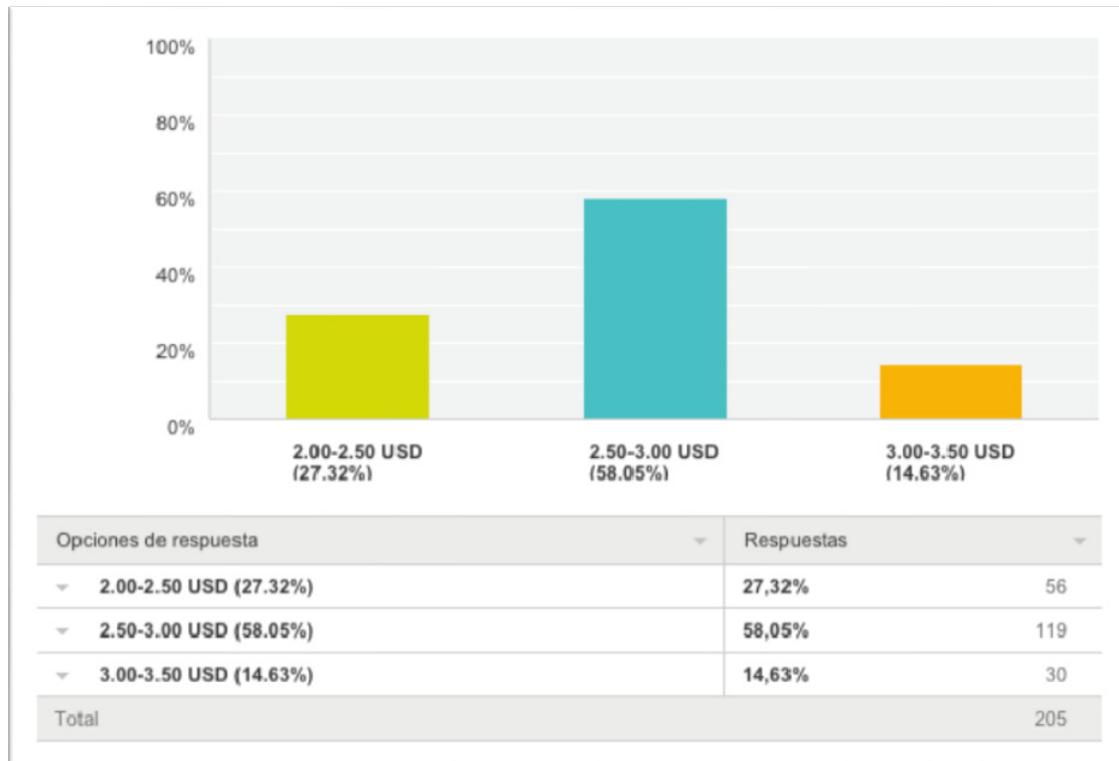
Esta pregunta se la realizó solo a las personas que dijeron que si adquirirían esta bebida, donde el (69.76%) dijo que le gustaría un envase en botella de plástico siendo la de mayor selección, seguido de la opción empaque de Tetra Pack con un (20.49%) y finalmente de un envase de vidrio con el (9.76%).

En qué lugares le gustaría encontrar la bebida:



En lo referente a los lugares donde les gustaría encontrar la bebida a los consumidores, la opción de mayor respaldo fue la E “todas las anteriores” con un (58.05%) comprendiendo gimnasios, supermercados, centros naturistas, clubes deportivos, siendo esta una de las opciones seleccionadas en un inicio por la organización como canal de distribución al detal, en donde se pueda acceder a la bebida de recuperación muscular en los principales autoservicios de la ciudad de Quito.

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la bebida de recuperación muscular?



La última pregunta que hace referencia al precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por una bebida de estas características la opción B fue la de mayor selección con un (58.05%), seguido de la opción A con el (27.32%) y finalmente la opción C con un (14.63%), dando a entender que los posibles consumidores de este producto están de acuerdo en pagar un precio entre los 2.50 a 3.00 dólares.

ANEXO 8: Matrices evaluación de la bebida

Gladiador	Quimestre				
	Grumosa	Arenosa	Esponjosa	Líquida	Evaluación 100%
Contextura					20%
Sabor CHOCOLATE	Amargo	Ácido	Dulce	Neutro	20%
Sabor CHOCOLATE					
Olor	Chocolate	Chocolate	Desagradable	Neutro	20%
Empaque Botella Plástico	Actual	Cambios	Potencial	20%	
Distribución Autoservicios	Actuales	Nuevos	Potenciales	20%	
Recomendaciones					
Total					100%

Evaluación Gladiador				
Marque con una x la opción de su elección				
	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular
Contextura de la bebida				
Sabor de la bebida				
Olor de la bebida				
Empaque				
Comercialización				
Promoción				

ANEXO 9: Ranking de las radios deportivas en la ciudad de Quito

Ranking de radios deportivas en Quito

02-26-2015, 05:45 PM

Lista de las radios deportivas más escuchadas en Quito, elaborada por Mercados y Proyectos:

Ciudad: Quito

Nivel: Alto, medio, bajo

Edades: a partir de 5 años

Sexo: todos los sexos

Género: deportivo

Frecuencia: FM

Días: Lunes a domingo

Ranking de radioyentes

1. Fútbol FM
2. Música y sonido (Mach Deportes)
3. La deportiva
4. Única deportiva
5. La Red
6. Sonorama
7. CRE Satelital
8. Universal
9. Hot 106 radio fuego

ANEXO 10: Presupuesto Promoción y Publicidad

Gasto Publicidad	Gasto Mensual	Gasto Anual
Página Web	\$108.33	\$1,300.00
Artículos Revistas	\$800.00	\$3,200.00
Vallas Publicitarias	\$3,000.00	\$36,000.00
Radio Cuñas	\$2,000.00	\$24,000.00
Total Gasto Publicidad	\$5,908.33	\$64,500.00
Gastos Promoción	Gasto Mensual	Gasto Anual
Activaciones	\$500.00	\$6,000.00
Total Gasto Promoción	\$500.00	\$6,000.00
Gastos Promoción y Publicidad		\$70,500.00

ANEXO 11: Cotización maquinaria Gladiador

Estimado Oscar,

Muchas gracias por contactarnos y por su interés en nuestras soluciones técnicas para Procesamiento, Envasado, Empacado o Sellado con maquinaria de alta calidad, "Hecha en ECUADOR" o con maquinaria importada de Europa o Asia.

Adjunto folletos informativos de dos modelos de llenadoras solicitadas, cuya elección dependerá de su rango de producción y un video referencial de una LÍNEA COMPLETA DE LLENADO y demás maquinaria solicitada que puede ser de su interés: <http://youtu.be/hY23rmuOjSM>

1. LLENADORA POR GRAVEDAD NEUMÁTICA cuyo costo es de USD \$7.300,00
2. LLENADORA LINEAL DE BOTELLAS cuyo costo es de USD \$14.800,00
3. TANQUE MEZCLADOR 500 LT cuyo costo es de USD \$3.200,00
4. MOLINO COLOIDAL cuyo costo es de USD \$2.500,00
5. BOMBA TRASVASE cuyo costo es de USD \$1.000,00
6. EQUIPO DE AGUA PURIFICADA cuyo costo es de USD \$370,00
7. FRIGORÍFICO TIPO ARMARIO cuyo costo es de USD \$1.200,00

Cordiales Saludos

Diego Suárez

Grupo ASTIMEC

Quito - Ecuador

Ofic. (593) 2 2592 356 / 2 2299 817

Movil: 0998856743

dsuarez@astimec.net

dsuarez.astimec@gmail.com

www.astimec.net

ANEXO 12: Presupuesto remodelación planta Gladiador

Saludos Oscar,

Te adjunto el presupuesto de remodelación de la planta de elaboración de la bebida que me solicitaste de acuerdo a lo espacios predeterminados con anterioridad en el plano de ordenación general:

Activos Diferidos			
Instalaciones y Adecuaciones	Cantidad/m2	Precio	Valor Total
Instalación Maquinaria	1	\$650.00	\$650.00
Área de Preparación 50 m2	50	\$160.00	\$8,000.00
Área de Envasado y Etiquetado 50 m2	50	\$160.00	\$8,000.00
Área de Control de Calidad 25 m2	25	\$160.00	\$4,000.00
Área de Limpieza 25 m2	25	\$160.00	\$4,000.00
Baños 10 m2	10	\$160.00	\$1,600.00
Bodega Materia Prima 50 m2	50	\$130.00	\$6,500.00
Bodega Producto Terminado 50 m2	50	\$130.00	\$6,500.00
Oficina Administrativa 20 m2	20	\$130.00	\$2,600.00
Oficina Marketing y Ventas 20 m2	20	\$130.00	\$2,600.00
Total Instalaciones y Adecuaciones			\$44,450.00

Explicación:

De acuerdo al plano de ordenación general, la planta estará constituida por un total de 9 áreas:

1. Área de Preparación 50 m2

Tendrá un costo de \$160.00 dólares por metro cuadrado con un valor total de \$8,000.00 dólares, realizando cambios en paredes, pisos, conexiones eléctricas, tuberías y desagües

2. Área de Envasado y Etiquetado 50 m²

Tendrá un costo de \$160.00 dólares por metro cuadrado con un valor total de \$8,000.00 dólares, realizando cambios en paredes, pisos, conexiones eléctricas, tuberías y desagües, teniendo el mismo valor debido a que las adecuaciones son las mismas y el tamaño es similar.

3. Área de Control de Calidad 25 m²

Se estimó un costo de \$160.00 dólares por metro cuadrado con un valor total de \$4,000.00 dólares, se realizará cambios en pisos, paredes, conexiones eléctricas, tuberías, mesones y anaqueles.

4. Área de Limpieza 25 m²

Se estimó un costo de \$160.00 dólares por metro cuadrado con un valor total de \$4,000.00 dólares, se realizará cambios en pisos, paredes, conexiones eléctricas, tuberías, desagües y grifos.

5. Baños 10 m²

En una de las zonas húmedas con las que ya cuenta la planta, se procederá a realizar cambios en los pisos, tuberías, griferías y servicios higiénicos tendrá un costo por metro cuadrado de \$160.00 dólares y un costo total de \$1,600.00 dólares.

6. Bodega Materia Prima 50 m²

En la zona de almacenamiento de materia prima se procederá a realizar solo cambios en el piso, en las paredes y en las conexiones eléctricas, tendrá un costo estimado por metro cuadrado de \$130.00 dólares y un costo total de \$6,500.00 dólares.

7. Bodega Producto Terminado 50 m2

En la zona de almacenamiento de producto terminado se procederá a realizar solo cambios en el piso, en las paredes y en las conexiones eléctricas, tendrá un costo estimado por metro cuadrado de \$130.00 dólares y un costo total de \$6,500.00 dólares.

8. Oficina Administrativa 20 m2

La planta ya cuenta con delimitación requerida en la zona de la oficina administrativa, por tal motivo el costo por metro cuadrado es de \$130.00 y el costo total es de \$2,600.00 dólares, se procederá a realizar cambios en el piso, conexiones eléctricas y demás arreglos.

9. Oficina Marketing y Ventas 20 m2

La planta ya cuenta con delimitación requerida en la zona de la oficina de marketing y ventas, por tal motivo el costo por metro cuadrado es de \$130.00 y el costo total es de \$2,600.00 dólares, se procederá a realizar cambios en el piso, conexiones eléctricas y demás arreglos.

Atentamente:

Ing. Jorge Aníbal Flores

Santo Domingo – Ecuador

Teléfono: 2-758-116 / 0995621041

ANEXO 13: Proyección Mano de Obra Gladiador

	Cargo	Personal	Año 1						Sueldo/Salario Total Mensual	Sueldo/Salario Total Anual
			Sueldo/ Salario Mensual	IESS Patronal	IESS Personal	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones		
1	Ing. Marketing y Ventas	Administración	\$900.00	\$100.35	\$84.15	\$75.00	\$29.50	\$37.50	\$1,142.35	\$13,708.20
2	Bioquímico Administrativo	Producción/ Administración	\$1,300.00	\$144.95	\$121.55	\$108.33	\$29.50	\$54.17	\$1,636.95	\$19,643.40
3	Supervisor de Producción	Producción	\$450.00	\$50.18	\$42.08	\$37.50	\$29.50	\$18.75	\$585.93	\$7,031.10
4	Trabajador de Producción	Producción	\$400.00	\$44.60	\$37.40	\$33.33	\$29.50	\$16.67	\$524.10	\$6,289.20
5	Supervisor de Logística	Producción	\$450.00	\$50.18	\$42.08	\$37.50	\$29.50	\$18.75	\$585.93	\$7,031.10
6	Asistente de Logística	Producción	\$400.00	\$44.60	\$37.40	\$33.33	\$29.50	\$16.67	\$524.10	\$6,289.20
									\$59,992.20	

Salario Mes	\$3,857.00	Sueldo Mes	\$1,142.35
Salario Año	\$46,284.00	Sueldo Año	\$13,708.20

	Cargo	Personal	Año 2							Sueldo/ Salario Total Mensual	Sueldo/ Salario Total Anual
			Sueldo/ Salario Mensual	IESS Patronal	IESS Personal	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Fondos de Reserva	Vacaciones		
1	Ing. Marketing y Ventas	Administración	\$933.93	\$104.13	\$87.32	\$77.83	\$29.50	\$77.80	\$38.91	\$1,262.10	\$15,145.21
2	Bioquímico Administrativo	Producción/ Administración	\$1,347.71	\$150.27	\$126.01	\$112.31	\$29.50	\$112.26	\$56.15	\$1,808.21	\$21,698.49
3	Supervisor de Producción	Producción	\$466.52	\$52.02	\$43.62	\$38.88	\$29.50	\$38.86	\$19.44	\$645.21	\$7,742.48
4	Trabajador de Producción	Producción	\$414.68	\$46.24	\$38.77	\$34.56	\$29.50	\$34.54	\$17.28	\$576.79	\$6,921.54
5	Supervisor de Logística	Producción	\$466.52	\$52.02	\$43.62	\$38.88	\$29.50	\$38.86	\$19.44	\$645.21	\$7,742.56
6	Asistente de Logística	Producción	\$414.52	\$46.22	\$38.76	\$34.54	\$29.50	\$34.53	\$17.27	\$576.58	\$6,919.00
									\$66,169.27		

Salario Mes	\$4,252.01	Sueldo Mes	\$1,262.10
Salario Año	\$51,024.06	Sueldo Año	\$15,145.21

			Año 3								
	Cargo	Personal	Sueldo/ Salario Mensual	IESS Patronal	IESS Personal	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Fondos de Reserva	Vacaciones	Sueldo/ Salario Total Anual	Sueldo/ Salario Total Anual
1	Ing. Marketing y Ventas	Administración	\$968.21	\$107.95	\$90.53	\$80.68	\$29.50	\$80.65	\$40.34	\$1,307.34	\$15,688.05
2	Bioquímico Administrativo	Producción/ Administración	\$1,397.17	\$155.78	\$130.64	\$116.43	\$29.50	\$116.38	\$58.22	\$1,873.49	\$22,481.83
3	Supervisor de Producción	Producción	\$483.64	\$53.93	\$45.22	\$40.30	\$29.50	\$40.29	\$20.15	\$667.80	\$8,013.64
4	Trabajador de Producción	Producción	\$429.90	\$47.93	\$40.20	\$35.82	\$29.50	\$35.81	\$17.91	\$596.88	\$7,162.56
5	Supervisor de Logística	Producción	\$483.64	\$53.93	\$45.22	\$40.30	\$29.50	\$40.29	\$20.15	\$667.81	\$8,013.72
6	Asistente de Logística	Producción	\$429.73	\$47.92	\$40.18	\$35.81	\$29.50	\$35.80	\$17.91	\$596.66	\$7,159.94
											\$68,519.74

Salario Mes	\$4,402.64	Sueldo Mes	\$1,307.34
Salario Año	\$52,831.69	Sueldo Año	\$15,688.05

			Año 4								
	Cargo	Personal	Sueldo/ Salario Mensual	IESS Patronal	IESS Personal	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Fondos de Reserva	Vacaciones	Sueldo/ Salario Total Anual	Sueldo/ Salario Total Anual
1	Ing. Marketing y Ventas	Administración	\$1,003.74	\$111.92	\$93.85	\$83.64	\$29.50	\$83.61	\$41.82	\$1,354.23	\$16,250.81
2	Bioquímico Administrativo	Producción/ Administración	\$1,448.45	\$161.50	\$135.43	\$120.70	\$29.50	\$120.66	\$60.35	\$1,941.16	\$23,293.93
3	Supervisor de Producción	Producción	\$501.39	\$55.90	\$46.88	\$41.78	\$29.50	\$41.77	\$20.89	\$691.23	\$8,294.74
4	Trabajador de Producción	Producción	\$445.68	\$49.69	\$41.67	\$37.14	\$29.50	\$37.12	\$18.57	\$617.70	\$7,412.44
5	Supervisor de Logística	Producción	\$501.39	\$55.91	\$46.88	\$41.78	\$29.50	\$41.77	\$20.89	\$691.24	\$8,294.83
6	Asistente de Logística	Producción	\$445.50	\$49.67	\$41.65	\$37.13	\$29.50	\$37.11	\$18.56	\$617.48	\$7,409.72
											\$70,956.46

Salario Mes	\$4,558.80	Sueldo Mes	\$1,354.23
Salario Año	\$54,705.65	Sueldo Año	\$16,250.81

		Año 5									
	Cargo	Personal	Sueldo/ Salario Mensual	IESS Patronal	IESS Personal	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Fondos de Reserva	Vacaciones	Sueldo/ Salario Total Anual	Sueldo/ Salario Total Anual
1	Ing. Marketing y Ventas	Administración	\$1,040.58	\$116.02	\$97.29	\$86.71	\$29.50	\$86.68	\$43.36	\$1,402.85	\$16,834.22
2	Bioquímico Administrativo	Producción/ Administración	\$1,501.61	\$167.43	\$140.40	\$125.13	\$29.50	\$125.08	\$62.57	\$2,011.32	\$24,135.82
3	Supervisor de Producción	Producción	\$519.79	\$57.96	\$48.60	\$43.32	\$29.50	\$43.30	\$21.66	\$715.51	\$8,586.17
4	Trabajador de Producción	Producción	\$462.03	\$51.52	\$43.20	\$38.50	\$29.50	\$38.49	\$19.25	\$639.29	\$7,671.48
5	Supervisor de Logística	Producción	\$519.79	\$57.96	\$48.60	\$43.32	\$29.50	\$43.30	\$21.66	\$715.52	\$8,586.26
6	Asistente de Logística	Producción	\$461.85	\$51.50	\$43.18	\$38.49	\$29.50	\$38.47	\$19.24	\$639.06	\$7,668.66
											\$73,482.61

Salario Mes	\$4,720.70	Sueldo Mes	\$1,402.85
Salario Año	\$56,648.39	Sueldo Año	\$16,834.22

La Mano de Obra de la empresa Gladiador, son todas aquellas personas que se encuentran involucradas en el proceso productivo de la bebida de recuperación muscular, en este caso: Bioquímico o Jefe Administrativo, Supervisor de Producción, Trabajador de Producción, Supervisor de Logística y Trabajador de Logística, todos ellos se hacen acreedores a un salario, en la parte administrativa de la empresa englobado en los costos indirectos de fabricación el Ing. de Marketing y Ventas tiene un sueldo.

En el primer año de producción o funcionamiento se pagará a la carga laboral todos los beneficios que por ley se debe cancelar a los empleados de la organización como: Sueldo o Salario, IESS Patronal, Décimo Tercer Sueldo, Décimos Cuarto Sueldo, Fondos de Reserva (a partir del segundo año) y las Vacaciones.

Es así que la empresa deberá cancelar a sus empleados en el primer año de funcionamiento un salario anual de \$46,284.00 dólares y un sueldo anual de \$13,708.20 dólares y se proyectaron los demás períodos mediante una inflación anual de 3.67%.

ANEXO 14: Depreciaciones y Amortizaciones Gladiador

- Depreciación:

Año 1 Depreciación	Año 2 Depreciación	Año 3 Depreciación	Año 4 Depreciación	Año 5 Depreciación
\$6,854.35	\$6,854.35	\$6,854.35	\$6,887.72	\$6,887.72

La suma de las Depreciaciones de los activos fijos o de la propiedad planta y equipos es: mobiliario (muebles y enseres), maquinaria y equipos, vehículo y equipo informático, dan la misma cifra en los tres primeros años de \$6,854.35 dólares, a partir del cuarto y sexto año la depreciación es de \$6,887.72 dólares.

- Amortización:

Año 1 Amortización	Año 2 Amortización	Año 3 Amortización	Año 4 Amortización	Año 5 Amortización
\$10,013.23	\$10,013.23	\$10,013.23	\$10,013.23	\$10,013.23

La amortización se la consigue de los activos diferidos, que en todos los períodos es de \$10,013.23 dólares.

- Depreciación y Amortización:

Depreciación + Amortización Año 1	Depreciación + Amortización Año 2	Depreciación + Amortización Año 3	Depreciación + Amortización Año 4	Depreciación + Amortización Año 5
\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,900.95	\$16,900.95

Es así que la suma de la Depreciación y la Amortización en los tres primeros años es de \$16,867.57 y en el período cuarto y quinto es de \$16,900.95 dólares.

ANEXO 15: Valor de Salvamento Gladiador:

Valor Salvamento
\$13,500.44

El valor de salvamento es la suma de los valores estimados de los activos fijos de la empresa Gladiador, en este caso se suma el valor de salvamento del mobiliario que es de \$1,831.64 dólares, de la maquinaria y equipo que es de \$10,556.77 dólares, no se toma el valor de salvamento del vehículo por motivos de que se depreció en su totalidad, y finalmente el valor de salvamento de los equipos informativos que es de \$1,112.04 dólares, dando un total de \$13,500.44 dólares.

ANEXO 16: Financiamiento Gladiador:

Financiamiento		
Detalle	Participación	
Capital Propio	\$68,658.07	40%
Deuda o Financiamiento	\$102,987.10	60%
Total	\$171,645.17	100%

El Financiamiento de Gladiador será de la siguiente manera: se contará con un capital propio del 40% (\$68,658.07 dólares) del total de la inversión y financiamiento bancario del 60% (102,987.10 dólares).

Financiamiento		
Detalle Socios	Capital Propio	Participación
Socio 1	\$20,597.42	30%
Socio 2	\$17,164.52	25%
Socio 3	\$17,164.52	25%
Socio 4	\$13,731.61	20%
Total	\$68,658.07	100%

El Capital Propio es del 40% o \$68,658.07 dólares y se repartirá de la siguiente manera.

Al ser una Sociedad Anónima se contará con un 4 socios que tendrán la siguiente participación: Socio 1 = 30 % o \$20,597.42 dólares, Socio 2 = 25% o \$17,164.52 dólares, Socio 3 = 25% o \$17,164.52 dólares y Socio 4 = 20% o \$13,731.61 dólares.

ANEXO 17: Amortización del Préstamo Gladiador

Año	Cuotas	Interés	Abono Capital	Amortización	Interés Anual	Abono Capital Anual
0				\$102,987.10		
1	\$2,094.62	\$697.74	\$1,396.88	\$101,590.22		
2	\$2,094.62	\$688.27	\$1,406.35	\$100,183.87		
3	\$2,094.62	\$678.75	\$1,415.87	\$98,768.00		
4	\$2,094.62	\$669.15	\$1,425.47	\$97,342.53		
5	\$2,094.62	\$659.50	\$1,435.12	\$95,907.40		
6	\$2,094.62	\$649.77	\$1,444.85	\$94,462.56		
7	\$2,094.62	\$639.98	\$1,454.64	\$93,007.92		
8	\$2,094.62	\$630.13	\$1,464.49	\$91,543.43		
9	\$2,094.62	\$620.21	\$1,474.41	\$90,069.01		
10	\$2,094.62	\$610.22	\$1,484.40	\$88,584.61		
11	\$2,094.62	\$600.16	\$1,494.46	\$87,090.15		
12	\$2,094.62	\$590.04	\$1,504.58	\$85,585.57	\$7,733.91	\$17,401.53
13	\$2,094.62	\$579.84	\$1,514.78	\$84,070.79		
14	\$2,094.62	\$569.58	\$1,525.04	\$82,545.75		
15	\$2,094.62	\$559.25	\$1,535.37	\$81,010.38		
16	\$2,094.62	\$548.85	\$1,545.78	\$79,464.60		
17	\$2,094.62	\$538.37	\$1,556.25	\$77,908.35		
18	\$2,094.62	\$527.83	\$1,566.79	\$76,341.56		
19	\$2,094.62	\$517.21	\$1,577.41	\$74,764.16		
20	\$2,094.62	\$506.53	\$1,588.09	\$73,176.06		
21	\$2,094.62	\$495.77	\$1,598.85	\$71,577.21		
22	\$2,094.62	\$484.94	\$1,609.68	\$69,967.52		
23	\$2,094.62	\$474.03	\$1,620.59	\$68,346.93		
24	\$2,094.62	\$463.05	\$1,631.57	\$66,715.36	\$6,265.24	\$18,870.20
25	\$2,094.62	\$452.00	\$1,642.62	\$65,072.74		
26	\$2,094.62	\$440.87	\$1,653.75	\$63,418.99		
27	\$2,094.62	\$429.66	\$1,664.96	\$61,754.03		
28	\$2,094.62	\$418.38	\$1,676.24	\$60,077.79		
29	\$2,094.62	\$407.03	\$1,687.59	\$58,390.20		
30	\$2,094.62	\$395.59	\$1,699.03	\$56,691.17		
31	\$2,094.62	\$384.08	\$1,710.54	\$54,980.64		
32	\$2,094.62	\$372.49	\$1,722.13	\$53,258.51		
33	\$2,094.62	\$360.83	\$1,733.79	\$51,524.72		
34	\$2,094.62	\$349.08	\$1,745.54	\$49,779.18		
35	\$2,094.62	\$337.25	\$1,757.37	\$48,021.81		
36	\$2,094.62	\$325.35	\$1,769.27	\$46,252.54	\$4,672.62	\$20,462.83
37	\$2,094.62	\$313.36	\$1,781.26	\$44,471.28		
38	\$2,094.62	\$301.29	\$1,793.33	\$42,677.95		
39	\$2,094.62	\$289.14	\$1,805.48	\$40,872.47		
40	\$2,094.62	\$276.91	\$1,817.71	\$39,054.76		
41	\$2,094.62	\$264.60	\$1,830.02	\$37,224.74		
42	\$2,094.62	\$252.20	\$1,842.42	\$35,382.32		
43	\$2,094.62	\$239.72	\$1,854.91	\$33,527.41		
44	\$2,094.62	\$227.15	\$1,867.47	\$31,659.94		
45	\$2,094.62	\$214.50	\$1,880.12	\$29,779.81		
46	\$2,094.62	\$201.76	\$1,892.86	\$27,886.95		
47	\$2,094.62	\$188.93	\$1,905.69	\$25,981.27		
48	\$2,094.62	\$176.02	\$1,918.60	\$24,062.67	\$2,945.58	\$22,189.87
49	\$2,094.62	\$163.02	\$1,931.60	\$22,131.07		
50	\$2,094.62	\$149.94	\$1,944.68	\$20,186.39		
51	\$2,094.62	\$136.76	\$1,957.86	\$18,228.53		
52	\$2,094.62	\$123.50	\$1,971.12	\$16,257.41		
53	\$2,094.62	\$110.14	\$1,984.48	\$14,272.93		
54	\$2,094.62	\$96.70	\$1,997.92	\$12,275.01		
55	\$2,094.62	\$83.16	\$2,011.46	\$10,263.56		
56	\$2,094.62	\$69.54	\$2,025.08	\$8,238.47		
57	\$2,094.62	\$55.82	\$2,038.80	\$6,199.67		
58	\$2,094.62	\$42.00	\$2,052.62	\$4,147.05		
59	\$2,094.62	\$28.10	\$2,066.52	\$2,080.52		
60	\$2,094.62	\$14.10	\$2,080.52	\$0.00	\$1,072.78	\$24,062.67

Se puede evidenciar la tasa de interés anual del proyecto de los 5 años proyectados, con sus respectivos abonos de capital.

ANEXO 18: Estado de Resultados Optimista

Estado de Resultados Gladiador: 1 de Enero al 31 de Diciembre Optimista					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad de Producción	138283	155549	178517	200534	223819
Precio de Venta	\$2.50	\$2.59	\$2.69	\$2.79	\$2.89
Ingreso Total	\$345,708.00	\$403,143.60	\$479,650.94	\$558,583.61	\$646,323.19
(-) Costo de Producción	\$140,568.00	\$160,972.32	\$183,645.58	\$207,046.64	\$232,918.35
(=) Utilidad Bruta	\$205,140.00	\$242,171.28	\$296,005.36	\$351,536.97	\$413,404.84
(-) Depreciaciones y Amortizaciones	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,900.95	\$16,900.95
(-) Interés	\$7,733.91	\$6,265.24	\$4,672.62	\$2,945.58	\$1,072.78
(=) Utilidad Operacional	\$180,538.51	\$219,038.47	\$274,465.17	\$331,690.45	\$395,431.12
(-) Gastos Operacionales de Comercialización	\$91,422.08	\$95,711.19	\$99,210.80	\$102,838.84	\$106,600.04
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$89,116.43	\$123,327.28	\$175,254.37	\$228,851.61	\$288,831.08
(-) 15% Participación de Empleados	\$13,367.47	\$18,499.09	\$26,288.16	\$34,327.74	\$43,324.66
(=) Utilidad antes de Impuesto a la Renta	\$75,748.97	\$104,828.19	\$148,966.21	\$194,523.86	\$245,506.42
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$16,664.77	\$23,062.20	\$32,772.57	\$42,795.25	\$54,011.41
(=) Utilidad del Ejercicio	\$59,084.20	\$81,765.99	\$116,193.65	\$151,728.61	\$191,495.01

En el Estado de Resultados Optimista de Gladiador, se procedió a realizar un aumento en la capacidad de producción del 10%, dando como resultado un ingreso total anual en el primer año de operación de \$ 345,708.00 dólares y un costo de producción de \$140,588.00 dólares, lo que da como resultado un margen bruto o una utilidad bruta de \$205,140.00 dólares, se deben restar las depreciaciones y amortizaciones de \$16,867.57 dólares y el interés del préstamo de \$7,733.91 dólares, dando un total de \$180,538.51 dólares y a su vez se debe restar el gasto operativo de comercialización de \$91,422.08 dólares, dando como resultado la utilidad antes de impuestos o margen operativo de \$89,116.43 dólares, a esto se debe restar el 15% de participación de los empleados de la empresa de \$13,367.47 dólares y el 22% de impuestos a la renta de \$16,664.77 dólares, dejando en evidencia una utilidad del ejercicio de Gladiador de \$59,084.20 dólares.

ANEXO 19: Estado de Resultados Pesimista

	Estado de Resultados Gladiador: 1 de Enero al 31 de Diciembre Pesimista				
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad de Producción	113141	127267	146059	164074	183125
Precio de Venta	\$2.50	\$2.59	\$2.69	\$2.79	\$2.89
Ingreso Total	\$282,852.00	\$329,844.77	\$392,441.68	\$457,022.95	\$528,809.89
(-) Costo de Producción	\$140,568.00	\$160,972.32	\$183,645.58	\$207,046.64	\$232,918.35
(=) Utilidad Bruta	\$142,284.00	\$168,872.45	\$208,796.10	\$249,976.32	\$295,891.53
(-) Depreciaciones y Amortizaciones	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,900.95	\$16,900.95
(-) Interés	\$7,733.91	\$6,265.24	\$4,672.62	\$2,945.58	\$1,072.78
(=) Utilidad Operacional	\$117,682.51	\$145,739.63	\$187,255.91	\$230,129.79	\$277,917.81
(-) Gastos Operacionales de Comercialización	\$91,422.08	\$95,711.19	\$99,210.80	\$102,838.84	\$106,600.04
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$26,260.43	\$50,028.44	\$88,045.11	\$127,290.95	\$171,317.77
(-) 15% Participación de Empleados	\$3,939.07	\$7,504.27	\$13,206.77	\$19,093.64	\$25,697.67
(=) Utilidad antes de Impuestos a la Renta	\$22,321.37	\$42,524.18	\$74,838.34	\$108,197.31	\$145,620.11
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$4,910.70	\$9,355.32	\$16,464.44	\$23,803.41	\$32,036.42
(=) Utilidad del Ejercicio	\$17,410.67	\$33,168.86	\$58,373.91	\$84,393.90	\$113,583.68

En el Estado de Resultados Pesimista de Gladiador, se procedió a realizar una disminución en la capacidad de producción del 10%, dando como resultado un ingreso total anual de \$282,852.00 dólares y un costo de producción de \$140,568.00 dólares, lo que da como resultado un margen bruto o una utilidad bruta de \$140,568.00 dólares, se deben restar las depreciaciones y amortizaciones de \$16,867.57 dólares y el interés del préstamo de \$7,733.91 dólares, dando un total de \$117,682.51 dólares y a su vez se debe restar el gasto operativo de comercialización de \$91,422.08 dólares, dando como resultado la utilidad antes de impuestos o margen operativo de \$26,260.43 dólares, a esto se debe restar el 15% de participación de los empleados de la empresa \$3,939.07 dólares y el 22% de impuestos a la renta de \$4,910.70 dólares, dando como resultado una utilidad del ejercicio de \$17,410.67 dólares.

ANEXO 20: Estado de Flujo de Efectivo Optimista

Detalle	Estado Flujo de Efectivo Optimista					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad de Producción		138283	155549	178517	200534	223819
Precio de Venta		\$2.50	\$2.59	\$2.69	\$2.79	\$2.89
Ingreso Total		\$345,708.00	\$403,143.60	\$479,650.94	\$558,583.61	\$646,323.19
(-) Costo de Producción		\$140,568.00	\$160,972.32	\$183,645.58	\$207,046.64	\$232,918.35
(=) Utilidad Bruta		\$205,140.00	\$242,171.28	\$296,005.36	\$351,536.97	\$413,404.84
(-) Depreciaciones y Amortizaciones		\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,900.95	\$16,900.95
(-) Interés		\$7,733.91	\$6,265.24	\$4,672.62	\$2,945.58	\$1,072.78
(=) Utilidad Operacional		\$180,538.51	\$219,038.17	\$274,465.17	\$331,690.45	\$395,431.12
(-) Gastos Operacionales de Comercialización		\$91,422.08	\$95,711.19	\$99,210.80	\$102,838.84	\$106,600.04
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$89,116.43	\$123,327.28	\$175,254.37	\$228,851.61	\$288,831.08
(-) 15% Participación de Empleados		\$13,367.47	\$18,499.09	\$26,288.16	\$34,327.74	\$43,324.66
(=) Utilidad antes de Impuesto a la Renta		\$75,748.97	\$104,828.19	\$148,966.21	\$194,523.86	\$245,506.42
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$16,664.77	\$23,062.20	\$32,772.57	\$42,795.25	\$54,011.41
(=) Utilidad del Ejercicio		\$59,084.20	\$81,765.99	\$116,193.65	\$151,728.61	\$191,495.01
Inversión Inicial						
(-) Capital Propio		-\$68,658.07				
(-) Deuda		-\$102,987.10				
(=) Flujo del Proyecto (-)		\$59,084.20	\$81,765.99	\$116,193.65	\$151,728.61	\$191,495.01
(+) Depreciaciones		\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,900.95	\$16,900.95
(-) Pago del préstamo		\$17,401.53	\$18,870.20	\$20,462.83	\$22,189.87	\$24,062.67
(+) Valor Salvamento						\$13,500.44
(=) Flujo Neto		-\$171,645.17	\$59,618.16	\$83,768.61	\$119,788.90	\$157,017.54

En el Estado de Resultados se explicó que se obtuvo una utilidad del ejercicio en el año 1 de \$ 59,084.20 dólares. En el Estado de Flujo de Efectivo Optimista se debe tomar en cuenta el período 0 en donde se realiza la determinada inversión, la cual es el capital propio con \$68,658.07 dólares y la deuda con \$102,987.10 dólares y así se determina el flujo proyectado que se debe sumar las depreciaciones, restar el valor del pago del préstamo y a su vez se debe sumar el valor de salvamento en el último período proyectado, dando como resultado en el año 1 un flujo neto de \$59,618.16 dólares y los determinados valores proyectados en los futuros años.

ANEXO 21: Estado de Flujo de Efectivo Pesimista

Detalle	Estado de Flujo de Efectivo Pesimista					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad de Producción		113141	127267	146059	164074	183125
Precio de Venta		\$2.50	\$2.59	\$2.69	\$2.79	\$2.89
Ingreso Total		\$282,852.00	\$329,844.77	\$392,441.68	\$457,022.95	\$528,809.89
(-) Costo de Producción		\$140,568.00	\$160,972.32	\$183,645.58	\$207,046.64	\$232,918.35
(=) Utilidad Bruta		\$142,284.00	\$168,872.45	\$208,796.10	\$249,976.32	\$295,891.53
(-) Depreciaciones y Amortizaciones		\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,900.95	\$16,900.95
(-) Interés		\$7,733.91	\$6,265.24	\$4,672.62	\$2,945.58	\$1,072.78
(=) Utilidad Operacional		\$117,682.51	\$145,739.63	\$187,255.91	\$230,129.79	\$277,917.81
(-) Gastos Operacionales de Comercialización		\$91,422.08	\$95,711.19	\$99,210.80	\$102,838.84	\$106,600.04
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$26,260.43	\$50,028.44	\$88,045.11	\$127,290.95	\$171,317.77
(-) 15% Participación de Empleados		\$3,939.07	\$7,504.27	\$13,206.77	\$19,093.64	\$25,697.67
(=) Utilidad antes de Impuestos a la Renta		\$22,321.37	\$42,524.18	\$74,838.34	\$108,197.31	\$145,620.11
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$4,910.70	\$9,355.32	\$16,464.44	\$23,803.41	\$32,036.42
(=) Utilidad del Ejercicio		\$17,410.67	\$33,168.86	\$58,373.91	\$84,393.90	\$113,583.68
Inversión Inicial						
(-) Capital Propio		-\$68,658.07				
(-) Deuda		-\$102,987.10				
(=) Flujo del Proyecto (-)		\$17,410.67	\$33,168.86	\$58,373.91	\$84,393.90	\$113,583.68
(+) Depreciaciones		\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,867.57	\$16,900.95	\$16,900.95
(-) Pago del Préstamo		\$17,401.53	\$18,870.20	\$20,462.83	\$22,189.87	\$24,062.67
(+) Valor Salvamento						\$13,500.44
(=) Flujo Neto		-\$171,645.17	\$17,944.63	\$35,171.49	\$61,969.16	\$89,682.82
						\$120,745.41

En el Estado de Resultados se explicó que se obtuvo una utilidad del ejercicio en el año 1 de \$ 17,410.67 dólares. En el Estado de Flujo de Efectivo Pesimista se debe tomar en cuenta el período 0 en donde se realiza la determinada inversión, la cual es el capital propio con \$68,658.07 dólares y la deuda con \$102,987.10 dólares y así se determina el flujo proyectado que se debe sumar las depreciaciones, restar el valor del pago del préstamo y a su vez se debe sumar el valor de salvamento en el último período proyectado, dando como resultado en el año 1 un flujo neto de \$17,944.63 dólares y los determinados valores proyectados en los futuros años.

ANEXO 22: Punto de Equilibrio aumento del 10%

Cantidad	Precio de Venta	Ingreso Total	Costo Fijo	Costo Unitario Variable	Costo Variable	Costo Total	Utilidad
0	\$2.60	\$0.00	\$76,792.20	\$1.23	\$0.00	\$76,792.20	-\$76,792.20
14021	\$2.60	\$36,453.86	\$76,792.20	\$1.23	\$17,255.81	\$94,048.01	-\$57,594.15
28041	\$2.60	\$72,907.71	\$76,792.20	\$1.23	\$34,511.61	\$111,303.81	-\$38,396.10
56083	\$2.60	\$145,815.42	\$76,792.20	\$1.23	\$69,023.22	\$145,815.42	\$0.00
112166	\$2.60	\$291,630.84	\$76,792.20	\$1.23	\$138,046.44	\$214,838.64	\$76,792.20
224331	\$2.60	\$583,261.69	\$76,792.20	\$1.23	\$276,092.89	\$352,885.09	\$230,376.60
448663	\$2.60	\$1,166,523.38	\$76,792.20	\$1.23	\$552,185.78	\$628,977.98	\$537,545.40

Si aumentara el precio de la bebida en un 10%, el punto de equilibrio se alcanzaría en 56.083 unidades o \$145,815.42 dólares.

ANEXO 23: Punto de Equilibrio disminución del 10%

Cantidad	Precio de Venta	Ingreso Total	Costo Fijo	Costo Unitario Variable	Costo Variable	Costo Total	Utilidad
0	\$2.40	\$0.00	\$76,792.20	\$1.23	\$0.00	\$76,792.20	-\$76,792.20
16419	\$2.40	\$39,405.42	\$76,792.20	\$1.23	\$20,207.37	\$96,999.57	-\$57,594.15
32838	\$2.40	\$78,810.85	\$76,792.20	\$1.23	\$40,414.75	\$117,206.95	-\$38,396.10
65676	\$2.40	\$157,621.70	\$76,792.20	\$1.23	\$80,829.50	\$157,621.70	\$0.00
131351	\$2.40	\$315,243.39	\$76,792.20	\$1.23	\$161,658.99	\$238,451.19	\$76,792.20
262703	\$2.40	\$630,486.79	\$76,792.20	\$1.23	\$323,317.99	\$400,110.19	\$230,376.60
525406	\$2.40	\$1,260,973.57	\$76,792.20	\$1.23	\$646,635.97	\$723,428.17	\$537,545.40

Si el precio disminuyera en un 10% el punto de equilibrio será en 65.676 unidades o \$157,621.70 dólares.

ANEXO 24: Razón Corriente Gladiador Proyectado

Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$1.42	\$1.24	\$1.16	\$1.11

ANEXO 25: ROI Gladiador Proyectado

Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$0.26	\$0.36	\$0.45	\$0.53

ANEXO 26: ROA Gladiador Proyectado

Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$0.82	\$0.96	\$1.08	\$1.16

ANEXO 27: ROE Gladiador Proyectado

Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$0.65	\$0.83	\$0.92	\$0.96

ANEXO 28: Inventario Gladiador:

Inventario				
Insumo/ Material	Capacidad Almacenamiento	Producción	Tiempo de Alcance	Costo
Leche Descremada	52.8 sacos/30kg	2.640 Litros/10.560 botellas	1 mes	\$1,584.00
Carragenina	1.32 kg	5.280 Litros/ 21.120 botellas	2 meses	\$13.20
Sacarina Sódica	5.28 kg	5.280 Litros/ 21.120 botellas	2 meses	\$42.24
Polifosfato de Sodio	58.08 kg	5.280 Litros/ 21.120 botellas	2 meses	\$290.40
Vitamina A	2.1168 gr	5.280 Litros/ 21.120 botellas	2 meses	\$423.36
Vitamina D3	0.0528 gr	5.280 Litros/ 21.120 botellas	2 meses	\$2.64
Chia	26.4 sacos/10lb	2.640 Litros/10.560 botellas	1 mes	\$828.00
Cocoa en polvo	26.4 sacos/10kg	2.640 Litros/10.560 botellas	1mes	\$211.20
Propilparabeno	10,56 kg	5.280 Litros/21.120 botellas	2 meses	\$211.20
Metilparabeno	1,056 kg	5.280 Litros/21.120 botellas	2 meses	\$25.34
Botella y tapa de plástico	10.560 botellas	2.640 Litros/10.560 botellas	1 mes	\$1,267.20
Etiqueta	21.120 etiquetas	5.280 Litros/21.120 botellas	2 meses	\$844.80
Sello de envalaje	21.120 sellos	5.280 Litros/21.120 botellas	2 meses	\$1.06
Cartones	440 cartones	2.640 Litros/10.560 botellas	1 mes	\$660.00
			Total	\$6,404.64

ANEXO 29: VAN Escenario Optimista

Calculo del VAN		
Periodo	Flujo	Flujo Descontado
0	-\$171,645.17	-\$171,645.17
1	\$59,618.16	\$51,379.46
2	\$83,768.61	\$62,216.18
3	\$119,788.90	\$76,674.25
4	\$157,017.54	\$86,614.80
5	\$198,656.73	\$94,440.49
	Total VAN	\$199,680.02
	VAN > 0	

ANEXO 30: Van Escenario Pesimista

Calculo del VAN		
Período	Flujo	Flujo Descontado
0	-\$171,645.17	-\$171,645.17
1	\$17,944.63	\$15,464.84
2	\$35,171.49	\$26,122.38
3	\$61,969.16	\$39,665.10
4	\$89,682.82	\$49,471.29
5	\$120,745.41	\$57,401.81
	Total VAN	\$16,480.25
	VAN > 0	

ANEXO 31: Costo/Beneficio Escenario Optimista y Pesimista

Costo/Beneficio	\$2.16
-----------------	--------

Costo/Beneficio	\$1.10
-----------------	--------

ANEXO 32: TIR Escenario Optimista y Pesimista

TIR	29%
-----	-----

TIR	3%
-----	----

ANEXO 33: Requisitos Corporación Financiera Nacional



CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DEL CRÉDITO

Destino	Activo Fijo, Capital de Trabajo	
Sujeto de Crédito	Personas Naturales y Personas Jurídicas	
Porcentaje de Financiamiento	Proyecto Nuevo: CFN financia hasta el 70% del valor del proyecto y el 30% se financia el cliente	Proyecto de Ampliación: CFN financia hasta el 100% del valor del proyecto
Monto	El monto mínimo que CFN entrega es de USD 50.000 hasta 25'000.000 por sujeto de crédito o 50'000.000 por grupo económico	
Plazo	Hasta 10 años para Activo Fijo	Hasta 3 años para Capital de Trabajo
Gracia	Se fija en base al proyecto y al flujo de caja	
Tasa de Interés	Desde el 7.72% al 11.65% depende del monto, plazo y forma de pago	
Garantías	Debe existir una garantía que cubra el 125% del valor solicitado, puede ser hipotecaria, prendaria o combinada	

REQUISITOS PERSONA NATURAL

1. Solicitud de financiamiento
2. Cédula de ciudadanía, y copia a color de ciudadanía del deudor y conyugue legible. Certificado del CONADIS, de ser el caso.
3. Fotocopia de la escritura de liquidación de la sociedad conyugal, capitulaciones matrimoniales, debidamente inscritas en el Registro Civil, de ser el caso.
4. Copia del RUC o RISE
5. Referencias del deudor principal, (2 personales, 3 comerciales, bancarias) originales y actualizadas, con números de contactos para verificación.
6. INFORMACIÓN FINANCIERA (**No aplica para proyectos nuevos**):
 - a) Declaración de Impuesto a la Renta de los 3 últimos años; o pago del RISE
 - b) Estados financieros de los tres últimos ejercicios fiscales de la actividad y balance con corte a la fecha, los mismos que sirvieron de base para la presentación de las declaraciones de impuestos.
 - c) Declaraciones IVA tres últimos meses (semestral) 12 últimas declaraciones (mensual).
 - d) Estados de cuenta de la tarjetas de crédito del deudor de al menos los últimos 3 meses.
 - e) Certificado de ingresos personales o familiares de deudor, codeudor y garante según el caso
 - f) Flujo de caja de un año calendario y proyectado
7. Hoja de vida del solicitante detallando la experiencia en la actualidad, y, de ser el caso, del administrador del negocio.
8. Fotocopia del último pago de agua, luz o teléfono del domicilio del deudor u otro documento que certifique la dirección del solicitante.
9. Fotocopia de documentos que acrediten que el solicitante posee bienes (Ej. Matrícula de vehículo, matrícula de nave, pago de impuesto predial), de ser el caso.
10. Detalle y propuesta de garantía (carta explicativa de garantías) y copias simples de escritura o título de propiedad del bien a hipotecar o prendar, de ser el caso.
11. Plan de Negocios