

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO

“NUTRI-FRUIT”

PLAN TÉCNICO Y FINANCIERO

Elaborado Por:

PEÑA TABARES TATIANA JAZMIN

TUTORÍA POR: ERIKA TARANTO

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Guayaquil, Ecuador

Agosto, 2022

1 CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Tatiana Jazmín Peña Tabares** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio NUTRI-FRUIT: Gerencia de Estudio Técnico y Financiero**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**NUTRI-FRUIT**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes:

- **YENNIFER PAOLA APOLINARIO BENITES**
- **JULEXY ELIZABETH BARREZUETA BARREZUETA**
- **MIGUEL ANGEL SÁNCHEZ AGUIRRE**
- **TATIANA JAZMIN PEÑA TABARES**
- **JENIFFER ELIZABETH ZÚÑIGA MASABANDA**

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



Tatiana Jazmín Peña Tabares

0919558148

Declaro que:

Yo, Tatiana Jazmín Peña Tabares en calidad de autor y titular del trabajo de titulación **“Modelo de Negocio NUTRI-FRUIT: Gerencia de Estudio Técnico y Financiero”** de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



Tatiana Jazmín Peña Tabares

0919558148

Contenido

1	Resumen Ejecutivo	6
2	Palabras Claves	7
3	Consideraciones Éticas	8
4	Antecedentes y Justificación	9
5	Modelo de Negocio	11
6	Objetivo General y Específicos del Proyecto	11
6.1	Objetivo General	11
6.2	Objetivos Específicos	11
7	PLAN DE OPERACIONES	12
7.1	El espacio físico para usar:	12
7.1.1	Características principales del vehículo	12
7.1.2	Infraestructura del food Truck	13
7.1.3	Parte Interna del Food Truck	14
7.1.4	Parte Externa del Food Truck	15
7.1.5	Diseño completo del Food Truck	16
7.2	Flujograma de procesos	17
7.2.1	Procesos de Ventas	17
7.2.2	Procesos de Fabricación	18
7.2.3	Proceso de Ejecución	19
7.2.4	Sistemas de control	20
8	PLAN FINANCIERO	22
8.1	Inversión Inicial	22
8.1.1	Activos Fijos	24
8.1.2	Activos Diferidos	24
8.1.3	Capital de trabajo operativo	24
8.2	Estados de pérdidas y ganancias	25
8.2.1	Análisis del estado de resultados	26
8.2.2	Evaluación del proyecto	28
9	Conclusiones	30

10	Recomendaciones	31
11	Conclusión General	32
12	Referencia Bibliográfica	34

2 Resumen Ejecutivo

El modelo de negocio de Nutri-fruit nace con la finalidad de brindar a la sociedad la preparación de batidos adaptados a distintos perfiles o necesidad del cliente dependiendo de su estilo de vida, con la asesoría de una nutricionista y comercializado a través de un food truck en la ciudad de Guayaquil.

Este negocio de bebidas responde a la falta de tiempo de las personas que trabajan o estudian, lo que los lleva a consumir en la calle cualquier tipo de alimentos poco saludables generando como resultado sobrepeso, diabetes y otros problemas de salud.

Se realizó el análisis de las 5 C's de marketing, partiendo del estudio del contexto mediante el análisis PEST que permite determinar el entorno político, legal, económico, social y tecnológico del Ecuador, identificando las barreras o ventajas que se podrían presentar al modelo de negocio Nutri-fruit. Adicionalmente mediante el FODA se examinaron internamente las fortalezas, evaluando las amenazas y debilidades en las que se deberá trabajar y mejorar, y de manera externa las oportunidades que debemos de aprovechar como negocio.

Para el estudio de la competencia se empleó el análisis de las 5 Fuerzas de Porter, identificando que existe un gran nivel de competencia y una demanda de producto sustituto muy elevada; que el poder de negociación de los proveedores es bajo, debido a que la materia prima es producida en el Ecuador con un gran número de proveedores, y por último, identificamos que el poder de negociación de los cliente es alto debido que existe un aumento de la competencia en forma de diferentes tipo de bebida en el sector guayaquileño. Para determinar la aceptación de Nutri-fruit en el mercado, se utilizaron varias técnicas de investigación: entrevista a profundidad, grupo focales, encuesta, las cuales nos permitieron conocer mejor nuestro mercado y conocer los insights, necesidades para tomar una decisión sobre el producto que vamos a ofrecer y mejorar nuestro servicio para cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

Con la información obtenida de la investigación de mercado, se desarrolló el plan de Marketing con sus 4P de marketing para realizar el mix de la estrategia a utilizar en la comercialización y los medios de comunicación que vamos a emplear, para dar a conocer nuestro producto a los consumidores.

En el estudio administrativo presentamos nuestra misión, visión y valores de la empresa. El organigrama está compuesto por un Gerente General, asesoría de una nutricionista externa, contador externo, y personal de atención al cliente. Todos los cargos mencionados poseen una propuesta de indicadores de gestión para asegurar el cumplimiento de sus funciones acorde a lo que el modelo de negocio requiere y finalmente como parte de la estrategia de responsabilidad

social empresarial, se realizarán campañas nutricionales en centros educativos, gimnasios, centro de salud, espacios públicos.

También se consideraron aspectos operacionales para garantizar un mayor nivel de eficiencia en cuanto a los recursos y el tiempo de preparación del producto, determinando la capacidad productiva del negocio y los estándares de calidad en el servicio y en el producto que ofrecemos a los clientes.

Con el fin de conocer la viabilidad de la implementación del negocio de bebidas en un food truck se realizaron todos los estudios correspondientes, tales como estudio descriptivo, el análisis de mercado, análisis del producto y los aspectos relacionados a la producción. Se realizó un estudio de tipo descriptivo para determinar la viabilidad a partir del estudio del mercado, el análisis del producto se concluye respecto a, la definición de los aspectos técnicos para la su producción; y por último un análisis financiero que analiza el comportamiento contable del negocio, el cual fue proyectado a 5 años.

Se elaboró la proyección financiera del negocio en donde se consideró el funcionamiento, inversión, mantenimiento y utilidades que incurren en la creación y puesta en marcha del negocio. Teniendo en cuenta lo anterior, las proyecciones realizadas determinaron que si es viable la creación del negocio para la producción de batidos de frutas 100% sin procesar. La creación del negocio será posible gracias a la alianza con los proveedores de materia prima, los precios que se van a manejar y los canales por los cuales el negocio se va a promocionar.

Con todos estos antecedentes se logrará establecer un VAN de \$63,383.58 y un TIR de 70% los cuales representan viabilidad para el negocio y con la obtención de la recuperación de la inversión inicial durante los primeros 5 años.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de alumnos de la Universidad Casa Grande, de la modalidad profesionalizantes Miguel Sánchez Aguirre, Jeniffer Elizabeth Zúñiga, Julexy Barrezueta Barrezueta, Tatiana Peña Tabares Yennifer Apolinario Benites y explica el Plan de Negocios del Proyecto denominado "Nutri-fruit"; por tal razón los contenido están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

3 Palabras Claves

Alimentación sana, jugos, frutas, batidos, food truck, Salud, nutrición, estilo de vida.

4 Consideraciones Éticas

El proceso investigativo para la elaboración del modelo de negocio “Nutri-fruit” desde un comienzo ha pasado por un proceso de investigación y observación, se procedió al desarrollo del plan de negocio de batidos nutritivos y saludables, según el estilo de vida o necesidad del consumidor. El plan de negocios “Nutri-fruit” fue realizado por los estudiantes de la Universidad Casa Grande, manteniendo la parte ética, asumiendo la responsabilidad y compromiso de cada integrante. Dentro del modelo de negocio podemos encontrar evidencias y argumentos de otros autores, para dar crédito y validez a lo investigado, cabe mencionar que la idea surgió debido a la falta de tiempo de las personas, falta del cuidado personal, de la salud y la alimentación. Muchas veces le dedicamos tanto tiempo al trabajo o al estudio que terminamos consumiendo cualquier tipo de alimentos rápidos y poco saludables.

5 Antecedentes y Justificación

Problemática

Desde antes de la pandemia la sociedad llevaba una vida alimenticia inadecuada. Una de las consecuencias de vivir en un mundo globalizado y competitivo es la falta de tiempo para el cuidado de la salud y la alimentación, le dedicamos tanto tiempo al trabajo o al estudio, que terminamos consumiendo cualquier tipo de alimento rápido y poco saludable, generando como resultado sobrepeso, diabetes y otros problemas de salud. Uno de los consumos perjudiciales son las bebidas procesadas con altos niveles de azúcar, algunas elaboradas y vendidas en ciertos negocios, los cuales pueden ser formales o informales, donde la mayoría de este tipo de negocios no da ninguna garantía ni calidad del producto y mucho menos cuenta con registros sanitarios que exige la ley.

La pandemia del COVID-19 en el año 2020 generó varias incidencias en la dieta de las personas debido a la interrupción de los servicios de salud y nutrición, a las pérdidas de los ingresos y empleos, las perturbaciones en las cadenas de suministro de alimentos locales, y por el distanciamiento social y la cuarentena. Las políticas de cuarentena se mostraron eficaces en el control de la enfermedad COVID-1, sin embargo, llevó a un cambio en los hábitos no solo alimentarios, sino que también se ha aumentado las horas de sueño y disminuido las horas de actividad física, lo cual ha generado un incremento en el riesgo de sobrepeso y obesidad.

Durante la crisis de COVID-19, también se produjo un aumento del consumo de bebidas azucaradas (35%), snacks y dulces (32%), y comida rápida y productos precocinados (29%); y una disminución del consumo de frutas y verduras (33%) y agua (12%). (Karimen León & Juan Pablo Arguello, s/f)

“El consumo de azúcares libres, incluidas las bebidas azucaradas, es uno de los principales factores del incremento global de personas que sufren obesidad y diabetes”, indicó Douglas Bettcher, director de Prevención de Enfermedades no Infecciosas de la OMS. (Dr. Antoni Steve, s/f)

Según el Programa Mundial de Alimentos (WFP por sus siglas en inglés), la situación nutricional en la región empeorará a causa de la pandemia, al mismo tiempo, existen evidencias de que la venta de aperitivos y alimentos no perecibles está creciendo rápidamente, a expensas de los alimentos frescos, como las verduras y las frutas, y los alimentos ricos en proteínas, como las legumbres, el pescado y la carne. Según informes, los productores de comida chatarra ven la crisis como una oportunidad para ampliar su cuota de mercado.

Por otro lado, la tendencia en el consumo de bebidas en el Ecuador es principalmente de bebidas azucaradas y gaseosas, de hecho según estudios realizados por especialistas

indican que antes de la pandemia los ecuatorianos consideraban de escasa prioridad realizar ejercicios físicos, con el confinamiento social recomendado a nivel mundial por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y por el gobierno, la situación empeoró y aún más con la poca accesibilidad a los parques y gimnasios por el compromiso de quedarse en casa y cumplir con las disposiciones gubernamentales. La mala alimentación a causa de la pandemia contribuyó a agravar el problema, según un estudio de Dichter & Neira, empresa de investigación de mercado la lista de compras de los ecuatorianos está liderada por gaseosas y snacks. (Valverde Obando, 2019)

A pesar de que en el Ecuador la producción de alimentos es suficiente, se identifica que las personas siguen una dieta “poco diversa y baja en calidad nutricional como consecuencia de un limitado acceso a una alimentación variada por parte de la población y a la falta de conocimientos sobre hábitos de alimentación nutritiva y saludable que les permita cubrir sus requerimientos diarios”, indica la FAO, OPS, WFP y UNICEF. La alimentación tradicional de los ecuatorianos consiste principalmente en carbohidratos (arroz y fideo, sobre todo), siendo pobres nutricionalmente. Por todo lo mencionado anteriormente, se considera importante el poder resolver esta problemática cuya solución es ofrecer a la sociedad ecuatoriana una opción de bebidas saludables, elaborados de acuerdo con estilos de vida específicos, haciéndolo compatible con sus actividades diarias.

6 Modelo de Negocio

Nutri-fruit se basa en una propuesta de negocio innovadora y retadora que ofrece elaborar un producto que se alinea al estilo de vida o necesidad del cliente, ofreciendo varias opciones de batidos que aportan beneficios a la salud, por lo cual se consideran como una nueva alternativa de bebida saludable, sustituto de las gaseosas y los jugos procesados. Cada batido será diferente y otorgará beneficios específicos de acuerdo a sus actividades a cada uno de nuestros consumidores los cuales contarán con una cartilla en donde podrán escoger entre las alternativas de batidos de acuerdo a sus actividades con un producto dirigidos a la generación de bienestar y cuidado de salud personal, comercializado por medio de un food truck, el cual nos permite movilizarnos a varios puntos de la ciudad de Guayaquil y llegar hasta nuestro cliente objetivo.

7 Objetivo General y Específicos del Proyecto

7.1 Objetivo General

Realizar un plan de negocios para la preparación y comercialización de batidos de frutas frescas que se alinean a estilos de vida de los consumidores, a precios justos y competitivos, con un servicio de calidad en la Ciudad de Guayaquil en el período 2022.

7.2 Objetivos Específicos

1. Realizar una investigación de mercado sobre la comercialización de batidos para conocer nuevas necesidades que el consumidor tiene.
2. Diseñar constantemente un producto nutritivo y natural, según el estilo de vida del consumidor.
3. Identificar e implementar los canales de distribución y publicidad idóneos para introducir nuestro producto al mercado.
4. Elaborar un estudio financiero para establecer la viabilidad del proyecto.

8 PLAN DE OPERACIONES

8.1 El espacio físico para usar:

Nutri-fruit realizará la venta de sus productos de batidos nutritivos a través de un food truck como canal de distribución directo; es decir que los productos serán preparados en este lugar y se expendrán directamente al cliente. El food truck estará ubicado estratégicamente en espacios físicos acondicionados cerca de gimnasios, parques, hospitales y oficinas de la ciudad de Guayaquil.

El vehículo adquirido para la adaptación del negocio es de medio uso, de marca Dongfeng Captain E-613 valorado en \$ 12.000. Es un vehículo ligero con componentes de alta resistencia, con equipamientos y medidas de seguridad y lo más importante cumple con las normas de emisiones contaminantes euro IV. Este vehículo fue adquirido solo con el chasis y posteriormente se realizó la adaptación del furgón de acuerdo con el modelo y medidas requeridas lo cual tuvo una inversión de \$9000.

El food truck tendrá las siguientes dimensiones 1.980 mm de ancho, 5.995 mm de largo y 2.300 mm de alto. El espacio tendrá una capacidad interna para 5 personas.

8.1.1 Características principales del vehículo

Tabla 1 Características del vehículo.

Marca /Modelo	Capacidad de carga
Nissan ZD30D13-4N	3500 kg
Potencia	Longitud Total
130HP-3100rpm	5.995 mm
Sistema Combustible	Ancho Total
Inyección directa	1980 mm
Capacidad eje posterior	Alto Total
4680 kg	2300 mm

8.1.2 Infraestructura del food Truck

- Dimensiones: 1.980 mm de ancho x 5.995 mm de largo y 2.300 mm alto.
- Carrocería monocasco.
- Zócalo externo y detalles de terminación con chapa aluminio.
- Ventana lateral y Portón trasero de 3 hojas.
- Un eje rodado 14"
- Cubiertas y llantas 0 km
- Sistema de acople con bocha de 2".
- Forrado interior en acero inoxidable.
- Instalación eléctrica interior
- Barra mostradora
- Rueda de auxilio
- Piso forrado en goma.
- La unidad cuenta con toda la documentación para su funcionamiento.
- Dos tanques de agua de 78 litros cada uno, estructura de fijación al chasis, kit eléctrico que comprende: bomba 12v, transformador 220/12v, filtro, acoples, gabinete y conexión completa del sistema.

En la parte frontal se efectuará la atención y venta del producto, mientras que en la parte interna se desarrollará la producción y elaboración de los batidos. Asimismo, el Food Truck contará con todos los servicios básicos tales como agua, energía, drenajes, fregadero, tanque de aguas residuales, bodega para almacenamiento de desechos, bodega para el almacenamiento de materias primas refrigeradas.

De acuerdo con la ordenanza del municipio de Guayaquil el food truck contará con autorización o disposiciones emitidas por la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Guayaquil o su concesionaria Interagua. En cuanto al sitio en donde se deben vaciar las aguas servidas del vehículo gastronómico. También tendremos en la bodega de almacenamiento de residuos todos los desperdicios orgánicos generados de las frutas y los demás desechos, los cuales serán recolectados por Urvaseo,

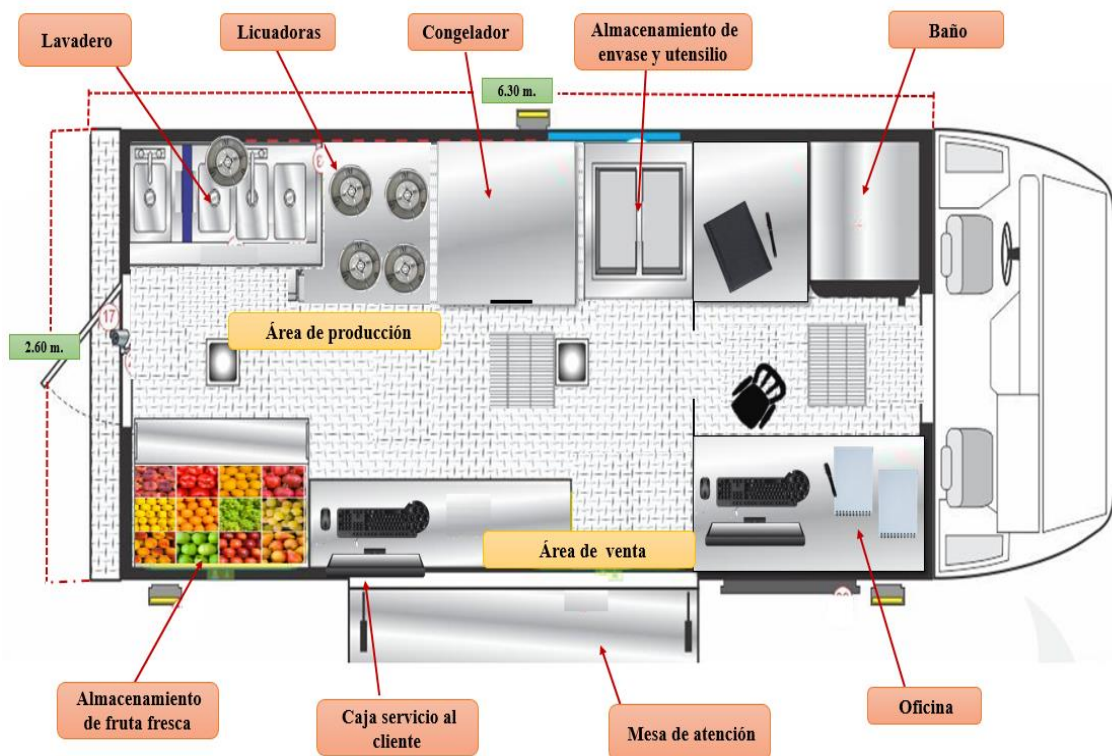
Urvaseo será el consorcio encargado del servicio de recolección de desechos sólidos no peligrosos que se manipulen en Nutri-fruit y de esta manera cumpliremos con el compromiso ciudadano de mantener la ciudad limpia.

Con respecto a la recolección de los desechos orgánicos haremos una recolección diferenciada la cual consiste en recolectar por separado los residuos de tipo orgánico estableciendo una frecuencia y horario de recolección por parte de los centros de acopio que hagan uso de estos residuos.

8.1.3 Parte Interna del Food Truck

En esta imagen, se muestra la parte interna de la distribución del espacio de nuestro food truck que contiene lo siguiente:

- Las partes internas tales como paredes, techo y pisos serán muy higiénicas. Se utilizará acero inoxidable ya que al no ser poroso garantiza una limpieza fácil y libre de residuos.
- Dentro del food truck habrá un espacio donde se almacenarán las frutas frescas, para su debido procesamiento.
- Contará con todos los utensilios y máquinas para la elaboración de los batidos.
- El vehículo tendrá botiquín de primeros auxilios con extintores de incendios debidamente autorizados.



8.1.4 Parte Externa del Food Truck

En la segunda figura, se muestra la parte externa del food truck, la cual se caracteriza por ser muy novedoso y atractivo, por lo tanto, se mantendrá en toda la fachada externa el color, el logotipo y el nombre del negocio

En la parte frontal se aprecia el área de ventas, la cual cuenta con asientos en el mostrador; y también se ubicará mesas y sillas alrededor del food truck para una mejor atención al cliente. Se ofrecerá la cartilla en físico y en digital por medio del código QR, así como también se colocará letreros con una breve descripción de los productos que se ofrecen para así generar distracción visual en el cliente.

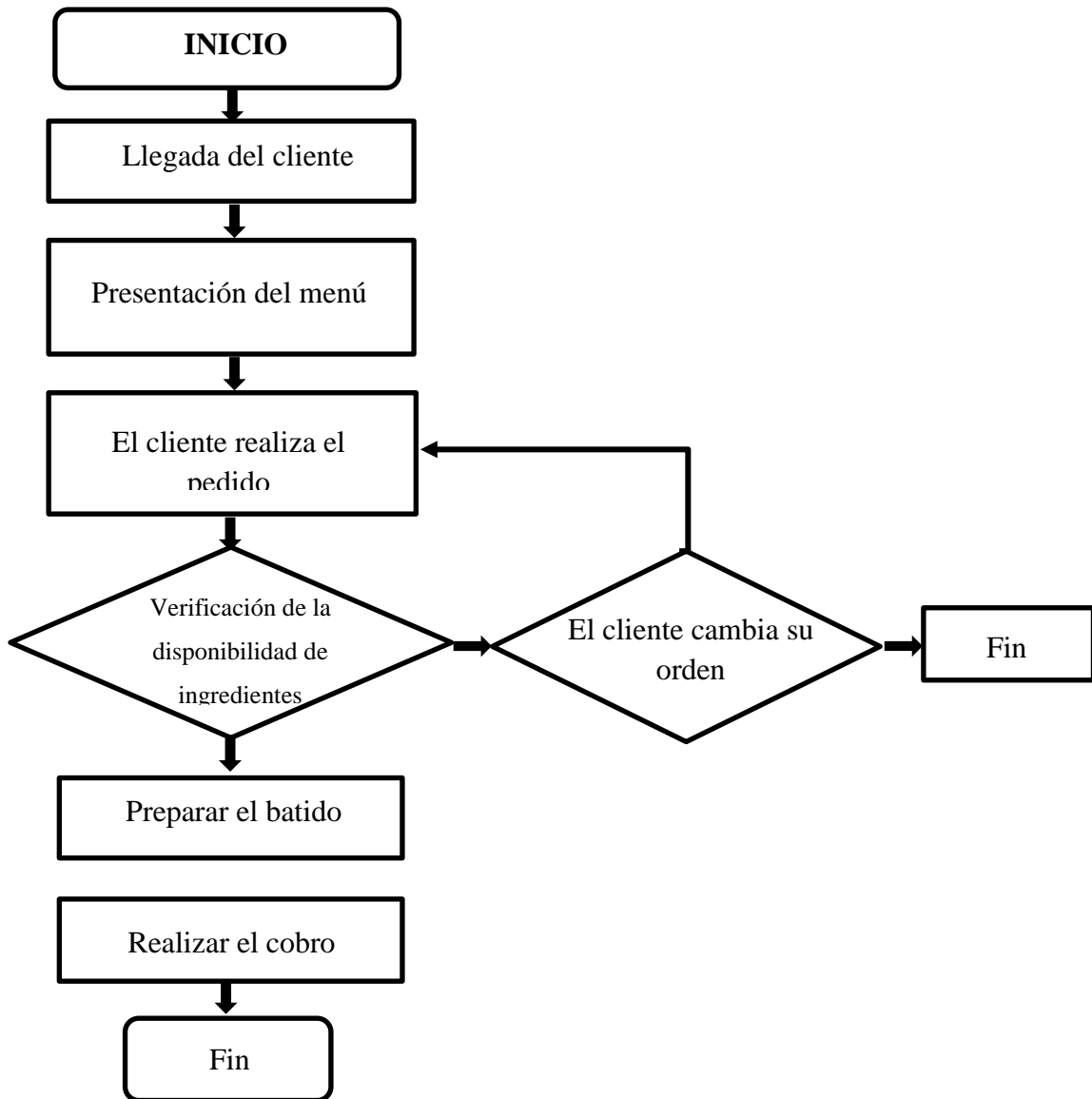


8.1.5 Diseño completo del Food Truck



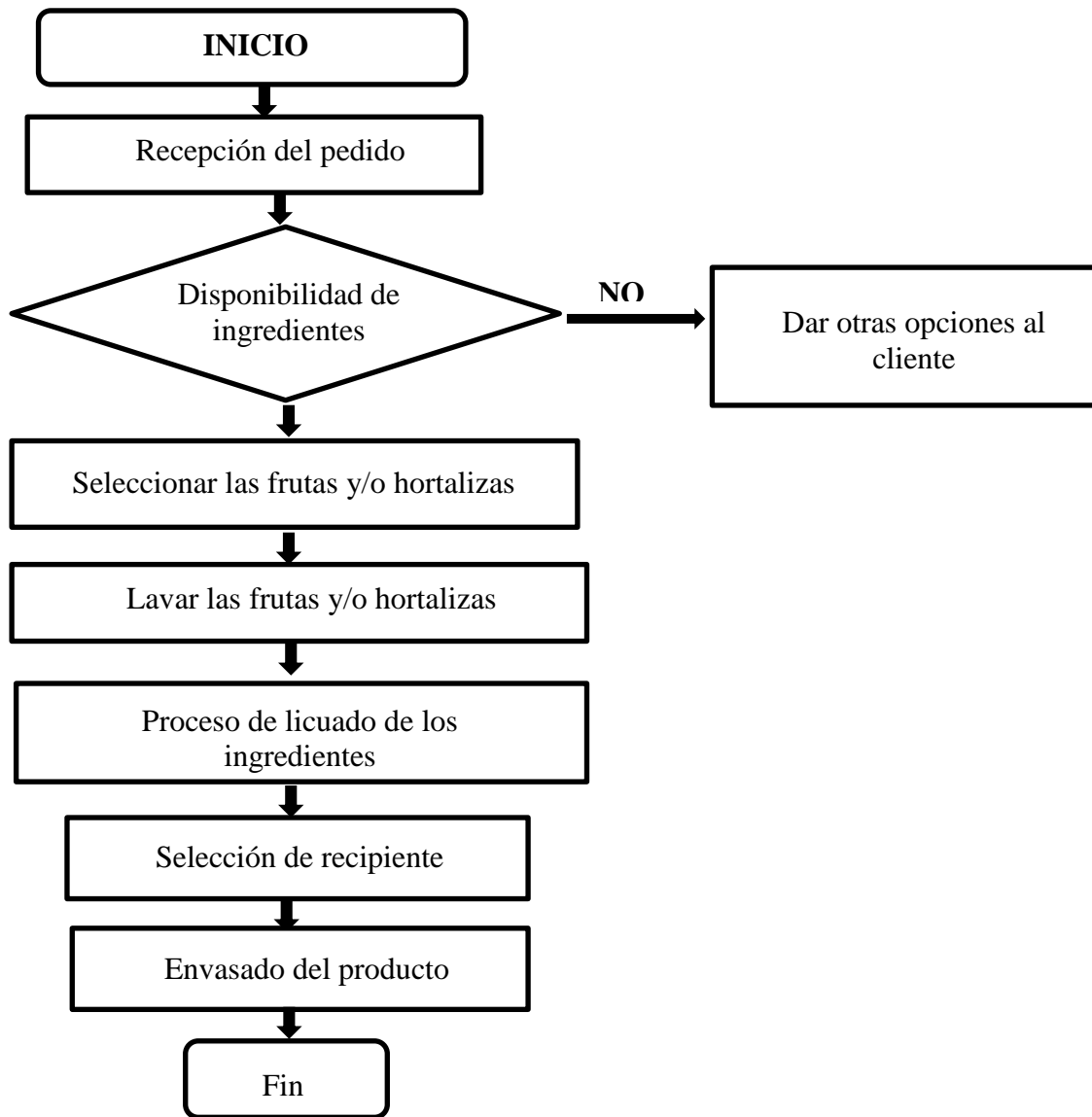
8.2 Flujograma de procesos

8.2.1 Procesos de Ventas



Análisis: La primera actividad del día consiste en recibir a cada uno de los clientes que se acercan al local, para que luego uno de los colaboradores tome su pedido. Se le entrega un menú con todas las opciones y de aquí escoge el que desee, una vez hecho el pedido el colaborador verifica que haya los ingredientes suficientes para luego preparar la orden, realiza el cobro y entregar el pedido. En el caso que no haya los ingredientes, esto se le comunica al cliente y este decidirá si pedir otra opción de bebida. En lo posible se tratará de siempre tener la disponibilidad de ingredientes para cumplir con lo ofrecido en el menú.

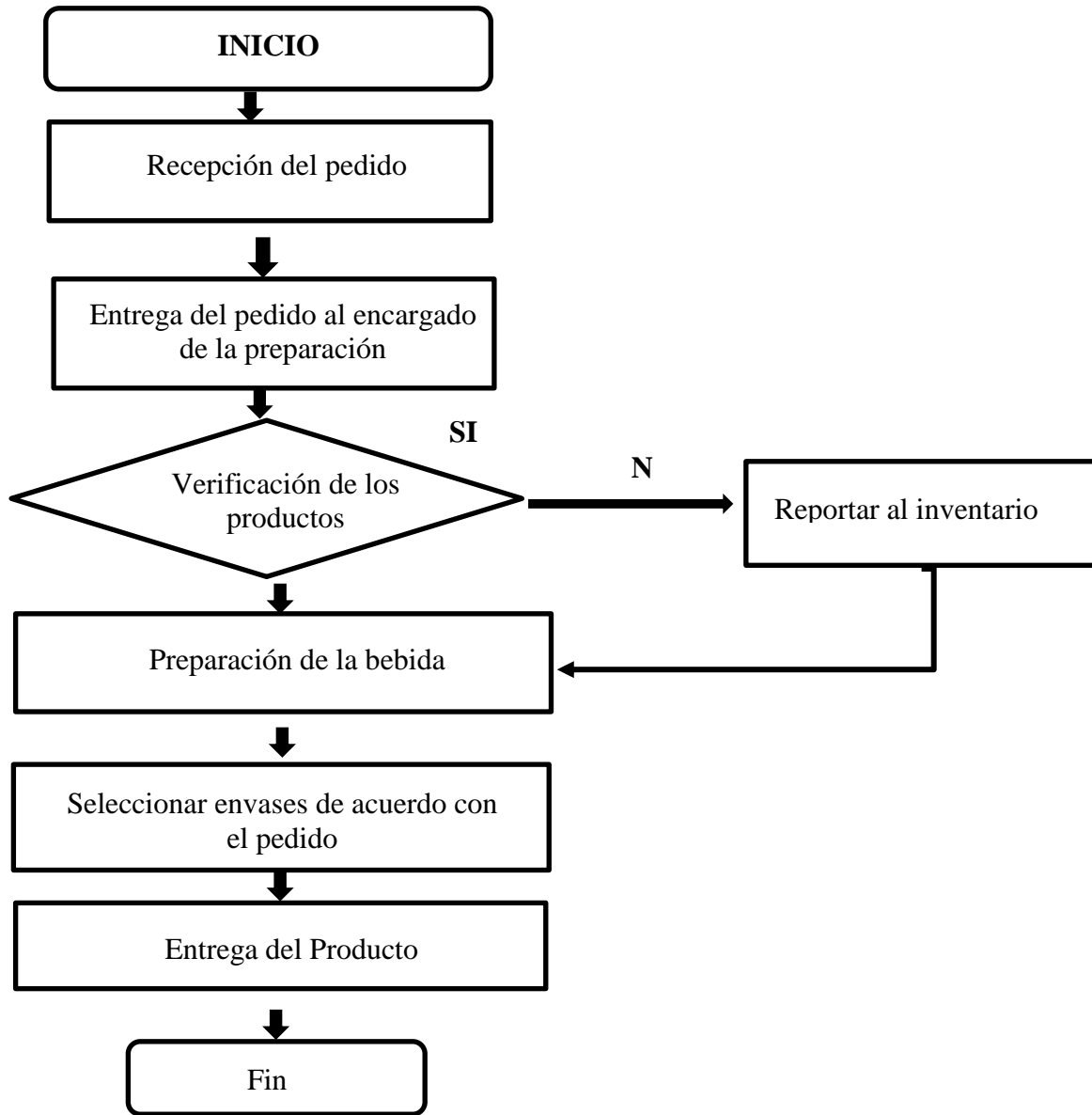
8.2.2 Procesos de Fabricación



Análisis: En este proceso lo primordial es la selección adecuada de los ingredientes, que todo sea fresco para garantizar un sabor inigualable y delicioso. Además, de la limpieza minuciosa de cada una de las frutas y hortalizas. Así como también la adecuada limpieza de los utensilios a usar para la preparación.

Cuando el pedido sea tomado, estos se pegarán en los utensilios a usar para evitar confusiones e iniciar con la preparación de la bebida de acuerdo con la receta previamente aprendida y memorizada con las cantidades adecuadas. Finalmente se entrega el pedido al cliente y se verifica que esté totalmente satisfecho.

8.2.3 Proceso de Ejecución



Análisis: En este proceso se ejecuta la preparación de las bebidas, en este se garantiza la calidad de la materia prima y de los demás ingredientes que se utilizan para dicha preparación.

Dentro de este proceso se cuida minuciosamente cada detalle de la preparación de las bebidas, tanto en cantidades como en tiempo de preparación. Aquí se receipta el pedido inicial, luego para la orden al encargado de la preparación el mismo que verifica el estado de cada producto y procede con la preparación. Una vez procesada la orden selecciona el envase de acuerdo con la cantidad solicitada y hace la entrega de la bebida. En caso de que no haya la materia prima para la preparación de alguna bebida se reporta al inventario y se ofrece otro menú al cliente.

8.2.4 Sistemas de control

Entrando un poco más en detalle con el control que se ejercerá en la preparación de las bebidas ofrecidas, se considerará el cumplimiento de las políticas de calidad de la siguiente manera:

8.2.4.1 Materia prima

Será adquirida a proveedores que cuenten con certificaciones de registros sanitarios obtenidos en la agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria

Los insumos considerados como materias primas deben estar debidamente etiquetados y con la información del tiempo de vida útil establecido

8.2.4.2 Sistema de refrigeración de los alimentos

Estará equipado de tal manera que la materia prima en general se conserve en buen estado dentro de su período de uso.

Se destinará a una persona que se encargue de las compras, la cual debe llevar un control de inventario que permita tener una rotación adecuada y que garantice la conservación de los productos

8.2.4.3 Inventario

Se realizarán inventarios diarios para manejar una rotación de la materia prima de manera adecuada. Este inventario se registrará en una bitácora de control y deberán ser reportados diariamente al administrador por la persona encargada del control de la misma.

8.2.4.4 La preparación

Será bajo las recetas establecidas y se les debe dar un manejo seguro por parte de la persona encargada de la preparación de las bebidas. Para el cálculo de las medidas se usarán medidores con las porciones correctas con el fin de evitar el desperdicio y con el fin de no evadir la información nutricional con las cantidades regularizadas.

Para controlar el consumo y desperdicio de la materia prima se hará un control estadístico de variable de peso el cual será calculado cada vez que se prepara una bebida, en el cual se pesará cada uno de los ingredientes de acuerdo con la receta preparada.

De acuerdo con el proceso de ejecución las frutas serán revisadas, picadas y en porciones para su respectiva preparación, este proceso se realizaría con la finalidad de manejar un menor tiempo en la preparación de las bebidas.

8.2.4.5 Satisfacción

Para garantizar el servicio y el producto se pretende realizar encuestas de manera aleatoria de tal forma que podamos conocer en que debemos mejorar y así tomar correctivos.

8.2.4.6 Mantenimientos y controles Mecánicos

Referente al control del vehículo, el cual es la cara principal del negocio se realizará los respectivos mantenimientos y controles del vehículo, así como también el mantenimiento de los equipos que se utilizan para la preparación de las bebidas, la limpieza e higiene necesaria dentro de los tiempos establecidos y fuera del horario de atención al cliente.

8.2.4.7 Habilitaciones y Permisos

El Food Truck estará inscripto en el municipio para poder iniciar su actividad comercial, además de contar con un certificado sanitario, así como también respetar las leyes laborales vigentes con relación a los empleados que contraten y cumplir todas las normativas.

9 PLAN FINANCIERO

El plan financiero es un documento que sirve para calcular los gastos de un negocio y verificar la rentabilidad de operar. Una de las características por las que el plan financiero es útil para los pequeños y medianos negocios es que debe incluir una proyección estimada de ventas.

Para realizar el análisis financiero primero se realiza una clasificación de costos el cual permite diferenciar cada uno de los rubros presentes en el negocio, así como los ingresos esperados. Para calcular la mano de obra se revisa el manual de funciones y perfiles de cada colaborador identificado anteriormente.

9.1 Inversión Inicial

La inversión inicial se define como la cantidad de dinero o capital necesario que se debe emplear para conseguir el funcionamiento de un negocio, mediante recursos o servicios.

En otras palabras, este dinero inicial se utiliza para el desarrollo de la actividad empresarial, cubriendo los costos iniciales, bien sea, compra de la propiedad o edificio, compra de maquinarias y equipos, suministros y la contratación de empleados y prestadores de servicio. (Lawrence J. Witman, CFP)

Este proyecto tendrá una inversión inicial de \$32.693.42, lo cual comprende la adquisición de los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo operativo los cuales están contemplados para el primer mes; razón por la cual se solicitará un préstamo bancario equivalente al 70% de la inversión total debido a que se cuenta con un capital propio del 30% del valor total. Dicho préstamo bancario será destinado para cubrir todos los gastos operativos por apertura del negocio.

A continuación, se detalla el plan de inversión inicial que se requiere para poner en marcha el proyecto de batidos saludables conocido como Nutri-Fruit.

Tabla 2 Inversión Inicial.

INVERSIÓN INICIAL	
ACTIVOS FIJOS	
CAMION (Food Truck)	\$21.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.000,00
MAQUINARIAS (Despulpadora y otras)	\$ 2.500,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y TECNOLOGÍA	\$ 1.700,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$26.200,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
REGISTRO DE MARCA	\$ 200,00
DESARROLLO PÁGINA WEB/APP	\$ 300,00
HOSTING/DOMINIO	\$ 156,75
PERMISOS (RUC - MUNICIPAL)	\$ 350,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ 1.006,75
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	
MANO DE OBRA	\$ 1.775,00
MATERIA PRIMA E INSUMOS	\$ 1.434,84
SERVICIO Y OTROS PAGOS (Capacitaciones, IESS, Etc)	\$ 720,00
IMPREVISTOS (5%)	\$ 1.553,86
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	\$ 3.929,84
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$31.136,59

Fuente: Elaboración Propia

Una vez adquirido el préstamo para la adquisición de los activos fijos y los activos diferidos, se destina una parte para cubrir los gastos por capital de trabajo, correspondientes a compra de materia prima, nómina, operación, administración y compra de otros activos para el funcionamiento del negocio.

Para todos estos gastos de constitución del negocio se lo financiará de la siguiente manera:

Tabla 3 Forma de financiamiento.

FORMA DE FINANCIAMIENTO		
Financiamiento	%	Monto
Préstamo	70%	\$ 22.807,00
Propio	30%	\$ 9.886,42
Socios	0%	0
Inversión Inicial	100%	\$32.693,42

Fuente: Elaboración Propia

9.1.1 Activos Fijos

9.1.1.1 Vehículo

Este valor si fue considerado en la inversión inicial debido a que el centro del negocio es el food truck, por lo cual hubo que invertir en la compra del vehículo para arrancar con el proyecto de la venta de batidos saludables.

9.1.1.2 Muebles y enseres

Dado que se tiene pensado acondicionar un espacio dentro del food truck que funcione como especie de oficina, se ha considerado la adquisición de ciertos muebles y enseres destinados como uso administrativo.

9.1.1.3 Equipos y Maquinarias.

Se contempla la compra de dos laptops para la facturación y para el registro de inventario y de información referente al negocio. Así como también la adquisición de un teléfono móvil para receptar pedidos entre otras necesidades. Los equipos serán de uso exclusivo del trabajo que se realice en el negocio. Así mismo las maquinas que se adquieran serán para uso exclusivo de la preparación de las bebidas realizadas en el food truck.

9.1.2 Activos Diferidos

9.1.2.1 Estructura Legal del negocio.

Para el correcto funcionamiento del negocio se procederá a sacar todos los permisos correspondientes tales como Ruc, permisos municipales, registro de marca y otros que sean necesarios para su ejecución.

Así como también se considera dentro de estos activos la elaboración de la página web, perfiles en redes sociales y el hosting/dominio.

9.1.3 Capital de trabajo operativo

9.1.3.1 Materia prima e insumos

Para el cálculo de los precios de la materia prima se consideró los precios ofrecidos en el mercado de la ciudad de Guayaquil y un aproximado mensual de inventario.

9.1.3.2 Mano de obra y otros servicios.

Para el análisis de la mano de obra se tomó en cuenta todos los cálculos correspondientes a los gastos necesarios para iniciar con las operaciones, es decir, los gastos operativos y el personal necesario para el funcionamiento. Como otros servicios hemos contemplado los gastos de certificaciones que realizarán las personas involucradas directa o indirectamente en la elaboración, procesamiento, fraccionamiento, empaquetado y almacenamiento de los productos alimenticios que vamos a usar para la preparación de las bebidas.

9.2 Estados de pérdidas y ganancias

El Estado de Pérdidas y Ganancias es un informe financiero que permite identificar el nivel de eficiencia de la empresa, es decir, muestra que tan rentable (utilidad o pérdida) ha sido a lo largo de un período determinado y con esa información poder analizar su situación financiera, su estructura de ingresos, y costos. (Calzada Humberto, 2020)

El estado de pérdidas y ganancias o también conocido como estado de resultados nos va a permitir medir los logros alcanzados durante los periodos que hemos considerado.

Podremos evaluar la rentabilidad del negocio y así determinar la viabilidad de este, evidenciando que cuenta con potencial financiero, tanto para la adquisición de algún nuevo crédito bancario o para alguna línea de crédito con los proveedores y así podremos expandir.

De acuerdo al estado de resultados realizado se evidencia que, en el primer año de funcionamiento, realizando un análisis vertical, el negocio tiene una utilidad positiva y se mantiene por 5 años con un margen de utilidad positiva con un incremento de hasta 15% durante los 5 años.

Para establecer los ingresos fue necesario determinar la demanda estimada que se tendrá mensualmente. A partir del estudio de mercado, se determinó que el mercado objetivo consumirá batidos con una frecuencia de 2 a 3 veces por semana.

A continuación, presentamos el estado de resultados proyectado a 5 años.

Tabla 4 Estado de Resultados.

BEBIGRANIFRUTI					
Estado de Resultado Proyectado					
Al 31 de Diciembre					
Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas totales	\$ 83.782,61	\$ 92.160,87	\$101.376,96	\$116.583,50	\$134.071,03
Costo de ventas	\$ 43.652,04	\$ 47.144,21	\$ 51.858,63	\$ 57.044,49	\$ 62.748,94
Utilidad Bruta	\$ 40.130,57	\$ 45.016,66	\$ 49.518,33	\$ 59.539,01	\$ 71.322,09
Gastos operativos	\$ 8.640,00	\$ 9.331,20	\$ 10.264,32	\$ 11.290,75	\$ 12.419,83
Utilidad de la operación	\$ 31.490,57	\$ 35.685,46	\$ 39.254,01	\$ 48.248,26	\$ 58.902,26
Gastos financieros	\$ 6.111,12	\$ 6.111,12	\$ 6.111,12	\$ 6.111,12	\$ 6.111,12
Utilidad antes de los impuestos	\$ 25.379,45	\$ 29.574,34	\$ 33.142,89	\$ 42.137,14	\$ 52.791,14
Impuesto sobre la renta (25%)	\$ 6.344,86	\$ 7.393,59	\$ 8.285,72	\$ 10.534,28	\$ 13.197,78
Utilidad después de impuesto	\$ 19.034,58	\$ 22.180,76	\$ 24.857,17	\$ 31.602,85	\$ 39.593,35
Participación de los trabajadores en las utilidades (15%)	\$3.806,92	\$ 4.436,15	\$ 4.971,43	\$ 6.320,57	\$ 7.918,67
Utilidad neta	\$ 15.227,67	\$ 17.744,61	\$ 19.885,73	\$ 25.282,28	\$ 31.674,68

Fuente: Elaboración Propia

9.2.1 Análisis del estado de resultados

9.2.1.1 Ventas totales

Se realizó la proyección de las ventas estimadas por cada año, considerando todos los productos o variedades que se ofrecerán. La proyección de ventas fue considerada progresivamente hasta llegar a un incremento del 15% en el quinto año.

Tabla 5 Proyección de Ventas anual.

PROYECCIÓN DE VENTAS		
	Unidades	Monetarias
Año 1	34558	\$83.782,61
Año 2	38014	\$92.160,87
Año 3	41815	\$101.376,96
Año 4	48087	\$116.583,50
Año 5	55301	\$134.071,03

Fuente: Elaboración Propia

9.2.1.2 Costo de Ventas

Para determinar el costo de venta se considera el costo de la materia prima y la producción del producto final. Esta parte del estado de resultados es la más representativa para el negocio debido a con esta información se podrá tener el dato correcto sobre la utilidad bruta y así conocer que tan rentable resulta este proyecto. La proyección se estimó con un incremento del 10% anual.

Tabla 6 Costo de Ventas anual.

Costo de Ventas anual	
Año 1	\$43.652,04
Año 2	\$47.144,21
Año 3	\$51.858,63
Año 4	\$57.044,49
Año 5	\$62.748,94

Fuente: Elaboración Propia

9.2.1.3 Gastos operativos

Los gastos de operación considerados en el estado de resultados fueron aquellos desembolsos que se realizarán por actividades propias del negocio tales como gastos de servicios básicos, publicidad, movilización entre otras necesidades que fueron consideradas y se estimó un aumento del 10% por cada año.

Tabla 7 Gastos Operativos anual.

GASTOS OPERATIVOS ANUALES	
PERIODO	VALOR
Año 1	\$8.640,00
Año 2	\$9.331,20
Año 3	\$10.264,32
Año 4	\$11.290,75
Año 5	\$12.419,83

Fuente: Elaboración Propia

9.2.1.4 Gastos Financieros

En los gastos financieros se consideró los valores adquiridos por un préstamo bancario solicitado para poner en marcha el proyecto, el mismo que esta diferido a cinco años y con una tabla de amortización de cuota fija por lo cual está considerado en nuestro estado de resultados proyectado a 5 años.

Tabla 8 Gastos Financieros anual.

GASTOS FINANCIEROS ANUALES	
PERIODO	VALOR
Año 1	\$6.111,12
Año 2	\$6.111,12
Año 3	\$6.111,12
Año 4	\$6.111,12
Año 5	\$6.111,12

Fuente: Elaboración Propia

9.2.2 Evaluación del proyecto

9.2.2.1 Viabilidad financiera

Un estudio de viabilidad es un estudio en profundidad que trata de determinar la rentabilidad de una idea de negocio. Este tipo de investigación también trata de determinar si es posible convertir la idea en una empresa comercial. (QuestionPro, 2022)

Este análisis se realizó para saber si existen suficientes ingresos para los gastos y las inversiones necesarias para poner en marcha el proyecto de batidos saludables.

9.2.2.2 VAN - TIR

Tanto el VAN como la TIR son dos herramientas financieras muy utilizadas por los profesionales. Brindan la opción de analizar la rentabilidad de un proyecto de inversión. El valor actual neto (VAN) es la diferencia entre el dinero que ingresa a una empresa y el monto que se invierte en un mismo proyecto; su objetivo es conocer si este proyecto da realmente beneficios. Por otro lado, la tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de descuento de un proyecto que se analiza para considerarlo como apto. (Esan Business, 2019)

A partir del análisis realizado con estos indicadores, hemos podido evaluar la inversión realizada en este proyecto y el flujo de fondos en determinado tiempo.

Tabla 9 Flujo de efectivo anual.

FLUJO DE EFECTIVO ANUAL						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Total de ingresos	0	\$ 83.782,61	\$ 92.160,87	\$ 101.376,96	\$ 116.583,50	\$ 134.071,03
EGRESOS						
Costos		\$ 43.652,04	\$ 47.144,21	\$ 51.858,63	\$ 57.044,49	\$ 62.748,94
Gastos		\$ 14.751,12	\$ 15.442,32	\$ 16.375,44	\$ 17.401,87	\$ 18.530,95
Inversión	\$ 32.693,42					
Financiamiento		\$ 6.111,12	\$ 6.111,12	\$ 6.111,12	\$ 6.111,12	\$ 6.110,47
Total de egresos	\$ 32.693,42	\$ 64.514,28	\$ 68.697,65	\$ 74.345,19	\$ 80.557,48	\$ 87.390,36
SALDO DE FLUJO	\$ -32.693,42	\$ 19.268,33	\$ 23.463,22	\$ 27.031,77	\$ 36.026,02	\$ 46.680,67

Tasa de descuento **15%**

VAN	\$ 63.383,58
TIR	70%

Análisis: De acuerdo con las ventas proyectadas a 5 años hubo un incremento en volúmenes mayores durante cada año. Por lo cual aplicamos una tasa de descuento de 15% obteniendo un VAN positivo y generándose un beneficio adicional a la inversión, con una tasa interna de retorno (TIR) de 70% lo que quiere decir que durante la vida útil del proyecto recuperamos la inversión inicial y un poco más.

10 Conclusiones

- Finalmente, después de realizar la evaluación del ámbito financiero, se puede determinar que la implementación del Food Truck en el cantón Guayaquil – provincia del Guayas, es un proyecto viable en lo económico.
- Con este análisis realizado se puede concluir la idea de llevar a cabo la apertura del negocio, el mismo que puede generar excelentes niveles de rentabilidad. Para poner en marcha el proyecto es muy importante que se manejen todos los parámetros y lineamientos que se plantearon en este documento el mismo que sirve para su eficaz ejecución.
- Este es un proyecto que se podría adaptar a cualquier otra ciudad para ir expandiendo la marca y el posicionamiento en los consumidores debido a que viabilidad durante los cinco primeros años es rentable consiguiendo un VAN de \$63,383.58 y un TIR del 70%. Lo que significa que este proyecto creará valor al momento de realizar la inversión.
- La Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 70%, la cual es mayor al coste de capital, esto significa que el proyecto se debería aceptar ya que estima un rendimiento mayor a la inversión inicial.
- El Periodo de Recuperación de la Inversión será de 2 años, el cual se considera un tiempo realmente corto para su recuperación, y así mismo es menos riesgos de perdidas, al asegurarse el retorno de la inversión inicial y las utilidades serán más crecientes durante los siguientes años.
- Como conclusión de este análisis financiero realizado, se evidencia la factibilidad para desarrollar este modelo de negocio e incluirlo en el mercado guayaquileño. Así mismo con la implementación de este modelo de negocio estamos generando oportunidades laborales a más de una familia.

11 Recomendaciones

- Se recomienda documentar todo el proceso de inventario para ver las variaciones de rotación, tiempo y precios, así como también reportarlas al administrador del negocio.
- Seguimiento continuo en los procesos de producción para no decaer con la calidad, preparación y atención de los clientes.
- Así mismo poner énfasis en la proyección de ventas, la cual no puede tener variación considerable de acuerdo con lo que ya se encuentra proyectado, ya que podría entrar en estado de declive y ser perjudicial para la continuidad del proyecto.
- Teniendo en cuenta la acogida de las bebidas se recomienda una sociedad con agricultores para de esa manera disponer de una mejor calidad de las frutas a un menor precio y generando trabajo e ingresos a las personas que viven en el campo y se dedican a esta actividad.
- Capacitaciones continuas y certificaciones en general que garanticen el conocimiento de los empleados con respecto al negocio, eso genera confianza y prestigio al momento de una evaluación general sobre la actividad del negocio.
- De acuerdo los estados financieros se recomienda incrementar las ventas para que el negocio sea más productivo y se pueda expandir.

12 Conclusión General

- El consumo de bebidas gaseosas o carbonatadas continuaron disminuyendo en el año 2019, impulsadas por la tendencia de salud y bienestar que hace que los consumidores busquen opciones de alimentos y bebidas que sean naturalmente saludables, bajas en grasas, bajas en azúcar o que tengan beneficios nutricionales adicionales.
- El sector de elaboración de bebidas no alcohólicas presentó un excelente desempeño registrando en el año 2020 un total de \$148.85 MM de valor agregado bruto, lo que representó una participación del 0.22% sobre el PIB total del país.
- En la industria de las bebidas en el sector guayaquileño existe una gran variedad de producto sustituto muy elevada la mayoría de las bebidas no aportan un valor nutritivo y contienen un alto contenido de azúcar y preservantes, mientras otras bebidas son naturales sin preservante que son consumidos y apetecidos por los clientes, donde se le presentan más oportunidades de elegir productos de la misma clase según sea su presentación, tamaño y precio logrando que cliente se sienta satisfecho.
- Con base en la investigación de mercado, se identificó que el 95.50% de los guayaquileños encuestados tienden a consumir batidos, mientras un 4,50% no consume batidos.
- La estrategia principal del negocio Nutri-fruit que se logró identificar por toda la información identificada, es ofrecer al consumidor guayaquileño una bebida nutritiva según su estilo de vida o necesidad en donde cada bimestre identificaremos una nueva necesidad o estilo de vida y desarrollar un producto innovador y/o exótico para ese nuevo segmento de cliente, que se completamente en el gusto de los consumidores, siendo saludables, naturales y con sabores agradables ubicándonos en puntos estratégicos cerca de centros educativos, oficinas y hospitales que nos permitan dar a conocer nuestro producto y aportar con lo que necesitan para mejorar o mantener su estilo de vida, convirtiéndonos en su canal de ventas directo.
- Finalmente, para validar la aceptación del proyecto se ha considerado los aspectos de la investigación y propuesta del negocio, así como el análisis financiero para evaluar su rentabilidad. El resultado del análisis financiero o estado de resultados es viable, presenta incrementos en cada año de tal manera que la inversión inicial es recuperada en el segundo año de inicio del negocio.
- Se determinó un TIR de 70% y un VAN de \$63,383.58 proyectado a 5 años que es la vida útil del negocio.

- Con todos estos aspectos se puede concluir que es rentable iniciar con el negocio de batido de frutas, manteniendo la proyección de ventas establecida para su proceso de inicio.
- En conclusión, Nutri-fruit es una idea de negocio rentable y atractivo para el mercado guayaquileño, con visión de líder en preparación de batidos de acuerdo con el estilo de vida o necesidad del consumidor.

13 Referencia Bibliográfica

- Calzada Humberto. (31 de 07 de 2020). *Rankia*. Obtenido de <https://www.rankia.mx/blog/como-comenzar-invertir-bolsa/3714698-que-estado-perdidas-ganancias>
- Científica, C. S. (S/N de S/N de S/N). *Consejo Superior de Investigación Científica*. Obtenido de <https://www.csic.es/es/el-csic/etica/etica-en-la-investigacion>
- Correo, D. e. (9 de Noviembre de 2021). *DIARIO EL CORREO*. Obtenido de DIARIO EL CORREO: <https://diariocorreo.com.ec/63216/portada/inflacion-de-octubre-de-2021-llego-a-021--segun-reporte-del-inec>
- Dr. Antoni Steve. (s/f). *La OMS pide un impuesto del 20% a las bebidas azucaradas para "salvar vidas"*. Obtenido de [steve.org: https://www.esteve.org/sin-categoria/materia-bebidas-azucaradas/#:~:text=%E2%80%9CEI%20consumo%20de%20az%C3%BAcares%20libres,no%20Infecciosas%20de%20la%20OMS](https://www.esteve.org/sin-categoria/materia-bebidas-azucaradas/#:~:text=%E2%80%9CEI%20consumo%20de%20az%C3%BAcares%20libres,no%20Infecciosas%20de%20la%20OMS).
- Ecuador, B. C. (31 de Marzo de 2021). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1421-la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8>
- ESAN, C. (01 de Agosto de 2019). *Esan Business*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/van-y-tir-para-que-sirven-y-cuando-usarlos>
- Inversiones, F. d. (s.f.). *Lawrence J. Witman, CFP*. Obtenido de <https://www.uv.mx/personal/clelanda/files/2016/03/Gitman-y-Joehnk-2009-Fundamentos-de-inversiones.pdf>
- Karimen León , & Juan Pablo Arguello. (s/f). *Nutrición y actividad física durante el COVID-19*. Obtenido de Unicef: <https://www.unicef.org/lac/efectos-de-la-pandemia-por-la-covid-19-en-la-nutricion-y-actividad-fisica-de-adolescentes-y-jovenes>
- Liam Fahey y V.K. Narayanan. (1968). *Análisis macro-ambiental en gestión estratégica*. St Paul: West Publishing.
- Oxfam Intermón. (01 de Marzo de 2015). *Ingredientes que suman*. Obtenido de https://blog.oxfamintermon.org/los-diferentes-tipos-de-responsabilidad-social-del-ambito-individual-a-la-acciones-gubernamentales/#2_Responsabilidad_social_empresarial
- Porter, M. (1985). *IMF*. Obtenido de https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/michael-porter-cinco-fuerzas/#8220Estrategia_Competitiva_Tecnicas_para_el_analisis_de_los_sectores_industriales_y_de_la_competencia8221
- QuestionPro. (2022). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/estudio-de-viabilidad/>

Roncancio, G. (2022). *Pensemos.com*. Obtenido de Pensemos.com: <https://gestion.pensemos.com/que-son-indicadores-de-gestion-o-desempeno-kpi-y-para-que-sirven>

Valverde Obando, A. (2019). *Bebidas azucaradas y su importancia en la legislación ecuatoriana*. Obtenido de Universidad Politécnica Estatal del Carchi: <https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/visionempresarial/article/view/872/946>