



Tecnología Superior en Administración de Empresas.

TEMA:

“Estudio de factibilidad para la fabricación y comercialización de licor de Arazá en la ciudad de Nueva Loja.”

Proyecto de Plan de Negocios previo a la aprobación del tema de proyecto integrador de grado

Autor: Edgar Albán Verdezoto.

Tutor: Msc. Byron Báez.

Nueva Loja, 19 de septiembre de 2021.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este logro académico a mi esposa, hijos y familia en general que me han apoyado incondicionalmente en todos los momentos de mi vida, han sido un soporte fundamental, sin el apoyo de cada uno de ellos no sería posible conseguir este sueño que ha sido arduo y enriquecedor a la vez.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a dios por darme la oportunidad de vivir.

A mis padres y familiares que constantemente me dan fuerzas y energías para continuar hacia adelante.

A mis tutores que han contribuido con sus conocimientos experiencias y consejos para orientarnos en el campo laboral y profesional.

A mis amigos que me han apoyado arduamente en el proceso de formación académica, me han contribuido desde su experiencia y su conocimiento.

AUTORÍA

Yo, Édgar Albán autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente.

Edgar Albán

Nueva Loja, 19 de septiembre de 2021.

MSc. Byron Báez.

Tutor de Trabajo de Titulación.

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MSc. Byron Baez.

Nueva Loja 19 de septiembre de 2021.

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **MSc. Byron Báez** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr Edgar Albán por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- El Sr. Édgar Albán realizó el trabajo fin de carrera titulado: “**Estudio de factibilidad para la fabricación y comercialización de licor de Arazá en la ciudad de Nueva Loja.**”, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MSc. Byron Báez**.

DOS.- Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Byron Báez** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y el Sr. Édgar Albán, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: “**Estudio de factibilidad para la fabricación y comercialización de licor de Arazá en la ciudad de Nueva Loja.**”, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

MSc. Byron Báez.

Édgar Albán Verdezoto

Nueva Loja, 19 de septiembre de 2021

Índice de contenido

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO	II
AUTORÍA	III
CERTIFICACIÓN.....	IV
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	V
ÍNDICE DE ILUSTRACION.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
RESUMEN	- 1 -
Organización empresarial.....	- 1 -
Estudio de mercado	- 1 -
Derecho empresarial.....	- 2 -
Análisis financiero.....	- 2 -
1 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	- 3 -
1.1 Creación de la empresa	- 3 -
1.2 Descripción de la empresa	- 3 -
1.2.1 Importancia.....	- 3 -
1.2.2 Características.....	- 3 -
1.2.3 Actividad.....	- 4 -
1.2.4 Tamaño de la empresa.....	- 4 -
1.2.5 Necesidades que satisfacer.....	- 5 -
1.2.6 Localización de la empresa.....	- 6 -
1.2.7 Filosofía empresarial.....	- 7 -
1.2.8 Políticas.....	- 8 -
1.3 FODA.....	- 10 -
1.4 Desarrollo organizacional	- 11 -
1.4.1 Tipo de Estructura.....	- 11 -

1.4.2	Formalización.	- 12 -
1.4.3	Centralización – Descentralización.....	- 12 -
1.4.4	Integración.	- 12 -
1.4.5	Organigrama Empresarial	- 13 -
1.4.6	Funciones del Personal	- 14 -
2	PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING-	18 -
2.1	Objetivo de mercadotecnia	- 18 -
2.2	Investigación de mercado	- 18 -
2.3	Modalidad.	- 19 -
2.4	Plan de Muestreo.....	- 19 -
2.5	Análisis de las encuestas	- 21 -
2.5.1	Pregunta 1.	- 21 -
2.5.2	Pregunta 2	- 22 -
2.5.3	Pregunta 3	- 23 -
2.5.4	Pregunta 4	- 24 -
2.5.5	Pregunta 5	- 25 -
2.5.6	Pregunta 6	- 26 -
2.5.7	Pregunta 7	- 27 -
2.5.8	Pregunta 8	- 28 -
2.5.9	Pregunta 9	- 29 -
2.5.10	Pregunta 10	- 30 -
2.6	Análisis General.....	- 31 -
2.7	Entorno empresarial	- 32 -
2.7.1	Microentorno.....	- 32 -
2.7.2	Macroentorno.....	- 37 -
2.8	Producto y servicio	- 40 -
2.8.1	Producto Esencial.....	- 40 -

2.8.2	Producto real.....	- 40 -
2.8.3	Características.....	- 41 -
2.8.4	Calidad.....	- 41 -
2.8.5	Estilo.....	- 42 -
2.8.6	Marca.....	- 42 -
2.8.7	Producto aumentado.....	- 42 -
2.9	Plan de introducción al mercado.....	- 43 -
2.9.1	Distintivos y Uniformes.....	- 43 -
2.9.2	Materiales de identificación.....	- 45 -
2.9.3	Canal de distribución y puntos de ventas.....	- 51 -
2.9.4	Financiamiento.....	- 52 -
2.9.5	Riesgo y oportunidades del negocio.....	- 52 -
2.10	Fijación de Precios.....	- 52 -
2.10.1	Fijación de precios por producto.....	- 52 -
2.11	Implementación del negocio.....	- 56 -
2.11.1	Arriendo del local.....	- 56 -
2.11.2	Equipos Industriales.....	- 56 -
2.11.3	Equipos de computación.....	- 56 -
2.11.4	Muebles y Enseres.....	- 57 -
2.11.5	Equipos Industriales de Seguridad.....	- 57 -
2.11.6	Suministros de oficina.....	- 57 -
2.11.7	Servicios básicos.....	- 58 -
2.11.8	Materiales de limpieza.....	- 58 -
2.12	Estudio arquitectónico.....	- 58 -
2.12.1	Estructura interna de Edalv.....	- 59 -
3	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	- 60 -
3.1	Servicios de Rentas Internas.....	- 60 -

3.2	Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos	- 60 -
3.3	Patente Municipal	- 60 -
3.4	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)	- 61 -
3.5	Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual	- 61 -
3.6	Permiso de funcionamiento del Ministerio del Interior o P.A.F. (Permisos Anuales de Funcionamiento)	- 62 -
3.7	Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)	- 63 -
4	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	- 64 -
4.1	Objetivo de área	- 64 -
4.2	Impacto ambiental	- 64 -
4.2.1	Contaminación que ocasiona la basura:	- 64 -
4.2.2	Contaminación en los procesos de elaboración:	- 65 -
4.2.3	Consumo de electricidad:	- 65 -
4.2.4	Consumo de agua	- 65 -
4.2.5	Impacto social	- 66 -
5	PROCESO FINANCIERO	- 67 -
5.1	Introducción	- 67 -
5.2	Inversiones	- 67 -
5.3	Activos Fijos	- 67 -
5.4	Activos diferidos	- 68 -
5.5	Capital de trabajo	- 68 -
5.6	Sueldos	- 69 -
5.7	Depreciación activos fijos	- 70 -
5.8	Amortizaciones	- 71 -
5.9	Estructura capital	- 71 -
5.10	Tabla de Amortización	- 72 -
5.11	Punto de equilibrio	- 72 -

5.12	Estado de Resultados.....	- 73 -
5.13	Flujo de caja	- 74 -
5.14	Cálculo del TIR y el VAN.....	- 75 -
5.15	VAN (Valor Actual Neto)	- 75 -
5.16	TIR (Tasa Interna de Retorno)	- 76 -
	CONCLUSIONES.....	- 77 -
	RECOMENDACIONES	- 78 -
	ANEXOS	- 79 -
	Referencias	- 82 -

ÍNDICE DE ILUSTRACION

Ilustración 1	Pirámide de Maslow	- 5 -
Ilustración 2	Ubicación Geográfica de Edalv	- 7 -
Ilustración 3	Organigrama empresarial Edalv	- 13 -
Ilustración 4	Pregunta 1, gráfico circular	- 21 -
Ilustración 5	Pregunta 2, gráfico circular	- 22 -
Ilustración 6	Pregunta 3, gráfico circular.	- 23 -
Ilustración 7	Pregunta 4, gráfico circular.	- 24 -
Ilustración 8	Pregunta 5, gráfico circular	- 25 -
Ilustración 10	Pregunta 6, gráfico circular.	- 26 -
Ilustración 11	Pregunta 7, gráfico circular.	- 27 -
Ilustración 12	Pregunta 8, gráfico circular	- 28 -
Ilustración 13	Pregunta 9, gráfico circular.	- 29 -
Ilustración 14	Pregunta 10, gráfico en barra horizontal	- 30 -
Ilustración 15	Esquema microentorno Edalv.....	- 32 -
Ilustración 16	Ubicación geográfica Edalv	- 33 -
Ilustración 17	Esquema macroentorno Edalv	- 37 -
Ilustración 18	Diseño uniforme administrador	- 43 -
Ilustración 19	Diseño uniforme Licoristas	- 44 -
Ilustración 20	Imagotipo Edalv	- 45 -
Ilustración 21	Anverso tarjeta de presentación.....	- 46 -
Ilustración 22	Reverso de la tarjeta de presentación, Edalv	- 47 -
Ilustración 23	Hoja membretada, Edalv	- 48 -
Ilustración 24	Envase de vidrio, Edalv	- 49 -
Ilustración 25	Presentación en cartón.....	- 50 -
Ilustración 26	Estructura de Edalv.....	- 59 -
Ilustración 27	Contenedores para el reciclaje.....	- 65 -
Ilustración 28	Equipos industriales (Congelador)	- 79 -
Ilustración 29	Equipos industriales (Barriles para madurar el licor).....	- 79 -
Ilustración 30	Equipos industriales (Mesa de acero inoxidable).....	- 80 -
Ilustración 31	Equipos de computación (Laptop e impresora HP).....	- 80 -
Ilustración 32	Muebles y enseres de oficina.....	- 81 -
Ilustración 33	Herramientas de producción.....	- 81 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Puesto de Administrador	- 14 -
Tabla 2	Méritos aspectos a considerar, Administrador	- 15 -
Tabla 3	Puesto de Licorista	- 16 -
Tabla 4	Méritos aspectos a considerar, Licorista	- 17 -
Tabla 5	Pregunta 1	- 21 -
Tabla 6	Pregunta 2	- 22 -
Tabla 7	Pregunta 3	- 23 -
Tabla 8	Pregunta 4	- 24 -
Tabla 9	Pregunta 5	- 25 -
Tabla 10	Pregunta 6	- 26 -
Tabla 11	Pregunta 7	- 27 -
Tabla 12	Pregunta 8	- 28 -
Tabla 13	Pregunta 9	- 29 -
Tabla 14	Pregunta 10	- 30 -
Tabla 15	Proveedores.	- 35 -
Tabla 16	Financiamiento publicidad	- 52 -
Tabla 17	Licor de Arazá (envase de vidrio), estándar de costos.	- 54 -
Tabla 18	Licor de Arazá (envase de cartón), estándar de costos.	- 55 -
Tabla 19	Arriendo del local.	- 56 -
Tabla 20	Equipos industriales.	- 56 -
Tabla 21	Equipos de computación.	- 56 -
Tabla 22	Muebles y enseres.	- 57 -
Tabla 23	Equipos industriales de seguridad.	- 57 -
Tabla 24	Suministros de oficina	- 57 -
Tabla 25	Servicios básicos	- 58 -
Tabla 26	Materiales de limpieza.	- 58 -
Tabla 27	Activos Fijos.	- 67 -
Tabla 28	Activos diferidos	- 68 -
Tabla 29	Capital de trabajo.	- 69 -
Tabla 30	Total inversión.	- 69 -
Tabla 31	Sueldos	- 69 -
Tabla 32	Décimos.	- 70 -

Tabla 33	Total décimos	- 70 -
Tabla 34	Depreciación Activos fijos	- 70 -
Tabla 35	Amortizaciones.....	- 71 -
Tabla 36	Estructura de capital	- 71 -
Tabla 37	Tabla de amortización	- 72 -
Tabla 38	Costos fijos	- 72 -
Tabla 39	Margen de contribución.....	- 72 -
Tabla 40	Punto de equilibrio	- 73 -
Tabla 41	Ventas proyectadas	- 73 -
Tabla 42	Estado de Resultados	- 74 -
Tabla 43	Flujo de caja	- 75 -
Tabla 44	Cálculo del TIR y el VAN.....	- 76 -

“Estudio de factibilidad para la fabricación y comercialización de licor de Arazá en la ciudad de Nueva Loja.”

Edgar Albán Verdezoto

MSc. Byron Báez

Nueva Loja 19 de septiembre de 2021

RESUMEN

La presente tesis contiene información académica obtenida de diferentes fuentes que son sustento del desarrollo del proyecto, partiendo desde conceptualizaciones generales para luego acoplar a las necesidades que van surgiendo para darle cuerpo y forma al proyecto planteado.

Además, el proyecto está dividido en varios capítulos, cada uno de ellos detalla información relevante y sistematizada.

Organización empresarial

El primer capítulo contiene información respecto a la estructura de la empresa, funcionamientos, políticas de trabajo entre colaboradores y el trato hacia los clientes, como también se detalla las actividades, funciones y requisitos que debe cumplir cada colaborador para ser considerado en el puesto de trabajo. Adicionalmente se realiza un análisis FODA para determinar áreas donde la empresa tiene ventajas y desventajas ya sea por el contorno externo que no depende de la empresa pero que si puede afectar su funcionamiento y el factor interno que si depende de la empresa y es determinante para competir con otras empresas que oferten productos similares que tengan como fin satisfacer una misma necesidad.

Estudio de mercado

Este capítulo parte del análisis del mercado local a través de una encuesta que arroja detalles e información de las preferencias y gustos del cliente, es en torno a la

información obtenida que se determina las características que debe cumplir el licor para ser consumido por el público objetivo.

Adicionalmente se establece elementos distintivos de la empresa como nombre, marca, uniforme, estrategias de comercialización y los costos de producción para determinar el valor de la venta del producto para obtener ganancias económicas.

Derecho empresarial

Se realizará una recopilación de información de la normativa vigente en la ciudad de Nueva Loja y requisitos obligatorios que se debe cumplir para la constitución, apertura y posterior operación de la empresa bajo el criterio de producción y comercialización que licor artesanal.

Análisis financiero

En este último capítulo se consolida toda la información adquirida en forma teórica y estadística mediante un análisis económico para determinar si los indicadores utilizados como el VAN y la TIR son aceptables para implementar y ejecutar el plan de negocio.

Además, utilizaremos dos hojas de trabajo contable como el Estado de resultados y el Flujo de Efectivo, en donde recopilaremos toda la información financiera para determinar los niveles de efectivos necesarios para la operación y el resultado neto de la rentabilidad en dólares abstraídos a valor actual.

1 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

1.1 Creación de la empresa

Edalv se crea como una microempresa que elabora y comercializa licor de arazá a nivel local y nacional bajo estándares de calidad.

Edalv además de elaborar y comercializar el licor de arazá, plantea cultivar y tratar la fruta en sus primeros años de gestión y posteriormente trabajar coordinadamente con fincas agrícolas una vez que la demanda haya aumentado y la capacidad de producción de la finca de la microempresa no abastezca, Edalv únicamente comprará los envases de cartón y vidrio para la producción del licor

Edalv abre sus puertas como una empresa sucumbiense con el fin de crecer progresivamente y expandir su producto a nivel nacional e internacional.

Edalv es un producto que puede ser adquirido por personas mayores de edad.

1.2 Descripción de la empresa

1.2.1 Importancia.

La importancia de estudio de este proyecto de factibilidad radica en identificar el grado de aceptación y rentabilidad del licor de arazá dentro y fuera del país. Esta información obtenida aportará a la toma de decisiones para el diseño estructural de la empresa, determinar el mercado y el dinamismo económico generado dentro de la población local. Además, con el estudio de factibilidad se logrará identificar los procesos de calidad que se deben cumplir para su operación, producción y exportación.

1.2.2 Características.

Responsabilidad social: Edalv propone ser una empresa que trabaja con organizaciones productoras diversifique la economía y genere mejores ingresos, para ello

considera importante desarrollar acuerdos mutuos donde se pague un precio justo por el producto y ambas partes resulten beneficiadas. La responsabilidad de Edalv también estará enmarcada con el cliente donde se le oferte un producto de calidad mediante la utilización de recursos sanos y libres de pesticidas cumpliendo todas las normas de bioseguridad.

Investigación e innovación: Edalv será una empresa que esté comprometida a cumplir con los procesos de calidad mediante la tecnificación progresiva de las tecnologías.

Responsabilidad ambiental: Edalv contribuirá a dinamizar el agro y evitar el desgaste de los suelos mediante el cultivo del arazá puesto que esta no requiere de mayores nutrientes, como tampoco requiere de pesticidas para producir la fruta. Edalv trabaja con personas que tienen una gran calidez humana, apasionadas por el servicio y comprometidas por mejorar día a día.

1.2.3 Actividad.

Edalv se dedicará a la elaboración y comercialización de licor de arazá a través del cultivo de la materia prima (arazá) y la adquisición o compra de productos complementarios para su elaboración tales como: barriles y aguardiente.

1.2.4 Tamaño de la empresa.

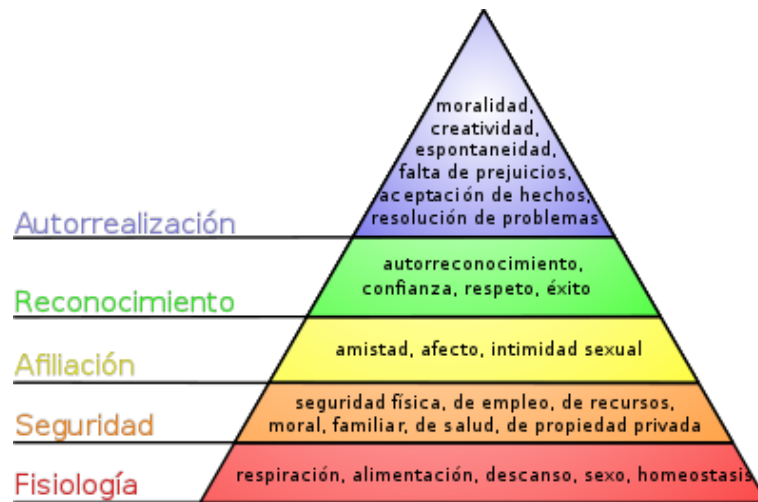
Edalv es una microempresa que contará con 2 áreas básicas: área de gerencia y área de producción.

La empresa contará con:

- Administrador
- Licorista

1.2.5 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1 Pirámide de Maslow



Invalid source specified.. Pirámide de Maslow. Recuperado de: <https://psicologiymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>.

1.2.1.5 Necesidad Fisiológica.

Al ser una empresa de bebida alcohólica, la necesidad fisiológica que cubre está relacionada con la relajación y la salud debido que el alcohol en dosis moderadas produce bienestar para el cuerpo, reduciendo el riesgo de padecer ciertas enfermedades.

1.2.2.5 Necesidad de Seguridad.

La seguridad que oferta Edalv al cliente es la calidad de productos utilizados para la elaboración del licor y el cumplimiento con los protocolos de bioseguridad. Finalmente está la seguridad hacia los trabajadores de la empresa, esta se va a garantizar mediante el cumplimiento de todas las leyes y reglamentos del trabajo vigentes en Ecuador, respetando los derechos de los trabajadores, velando por su seguridad física y mental, mediante la firma de un contrato donde especifique lo dicho anteriormente.

1.2.3.5 Necesidad Social – Afiliación.

La primera necesidad social es interna y trata sobre propiciar un buen ambiente de trabajo, en el que las habilidades y cualidades de cada empleado sean consideradas igual de valiosas y necesarias para la empresa, sintiéndose así parte de un todo y no piezas individuales que pueden ser descartables en algún momento, además de esto, es necesario incentivar la creatividad y habilidades individuales de cada uno de los trabajadores.

La siguiente es externa y se trata de la relación empresa-clientes. Edalv busca siempre mantener relaciones de confianza y solidaridad con sus clientes y proveedores a través de una comunicación clara, un proceso de supervisión y control de la producción para garantizar calidad del licor, además de una capacitación semestral a nuestro personal, y así poder brindar un servicio de calidad.

1.2.4.5 Necesidad de Reconocimiento.

A través de la investigación de la elaboración de licores y el aprovechamiento de tecnologías para la producción más tecnificada se busca acaparar un mercado adulto mediante el cumplimiento de las normas de calidad (ISO9 001), mismas que son indicadores de calidad a nivel mundial.

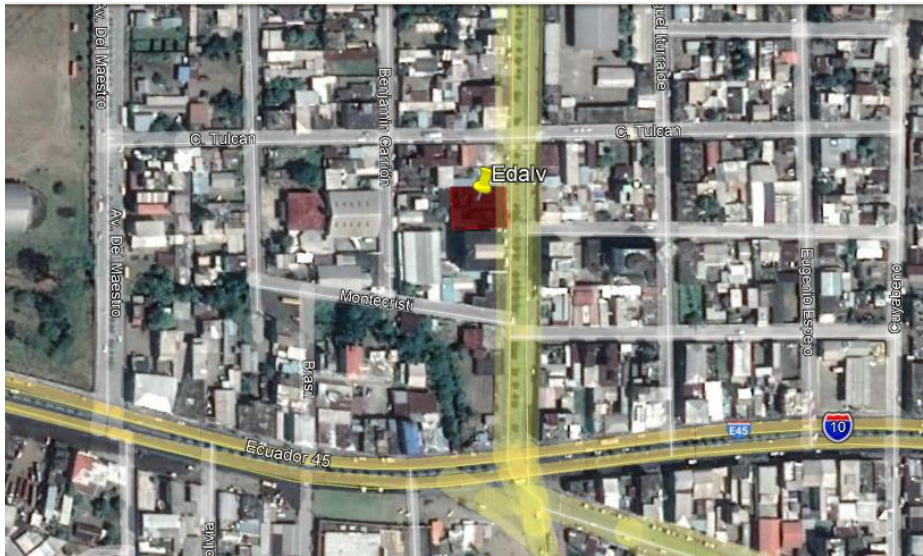
1.2.5.5 Necesidad de Autorrealización.

Edalv llegará a ser una empresa reconocida no solo por producción e innovación del licor, sino por su compromiso social dentro del sector agrario y con sus trabajadores.

1.2.6 Localización de la empresa

Edalv estará ubicado en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos, Ecuador, en el noreste de la ciudad, Av. Circunvalación y Tulcán, barrio Simón Bolívar.

Ilustración 2 Ubicación Geográfica de Edalv



Invalid source specified. Ubicación. Recuperado de <https://goo.gl/maps/8NtTiMFScHdHgWc4A>

1.2.7 Filosofía empresarial

“La filosofía empresarial es un conjunto de principios y creencias que guían todas las decisiones de una organización. Su objetivo es sentar las bases sobre las que un negocio construirá sus productos y relaciones.” (Douglas da Silva, 2021)

1.2.1.7 Misión.

Elaborar licores de arazá orgánicos de excelente sabor y aroma.

1.2.2.7 Visión.

Ser empresa líder en la provincia de Sucumbíos en la elaboración de licor artesanal.

1.2.3.7 Objetivos.

General

- Realizar un estudio de factibilidad para la fabricación y comercialización de licor de Arazá en la ciudad de Nueva Loja.

Específicos

- Fundamentar teórica y científicamente el desarrollo del Proyecto mediante la recopilación de información en base a fuentes documentales.
- Diagnosticar la situación actual en torno a las nuevas tendencias de consumo de licor en la ciudad de Nueva Loja.
- Plantear la propuesta factibilidad para fabricación y comercialización de licor de Arazá en la ciudad de Nueva Loja, mediante los procesos de investigación.

1.2.4.7 Meta.

Ser la empresa pionera en producción de licor artesanal en la provincia de Sucumbíos.

1.2.5.7 Estrategias.

- Estudiar las distintas preferencias, sugerencias y necesidades de los clientes potenciales en torno al sabor del licor de arazá.
- Analizar el diseño de presentación (envase, tamaño, color) del licor de arazá en base a las sugerencias y criterios del mercado.
- Desarrollar un plan de marketing.

1.2.8 Políticas.

1.2.1.8 Los trabajadores.

- Ser puntuales y responsables con la empresa, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidas por el restaurante.
- Ser respetuosos con los compañeros, la empresa y los clientes.
- Cuidar de su aseo y presentación personal.

- Cumplir estrictamente con las tareas que les sean asignadas.
- Mantener relaciones estrictamente laborales dentro de la empresa, toda relación de índole amorosa está prohibida dentro de las instalaciones.
- No podrán fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones de la empresa.
- No podrán llegar al trabajo con aliento a licor o ningún tipo de sustancia estupefaciente.

1.2.2.8 La empresa.

- Respetar las libertades individuales de los trabajadores siempre y cuando estas no violenten contra las libertades o derechos de terceros y la misma empresa.
- Es responsable de la seguridad integral de los trabajadores y clientes de la empresa.
- Debe siempre cumplir con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados, con los proveedores y con el estado.
- Es responsable de capacitar a todo su personal semestralmente para que pueda brindar a los clientes un servicio de calidad.
- Mantendrá un alto estándar de calidad constante en sus productos a través de la innovación constante.

1.2.3.8 El cliente

- Mantendrá el respeto con trabajadores y la empresa.
- Podrá ejercer su libre ejercicio de presentar una queja ante un mal servicio o un producto adquirido de mala calidad, pero bajo ninguna circunstancia podrá menospreciar ni denigrar a algún trabajador de la empresa.
- Puede interactuar y sugerir a trabajadores o la empresa ideas de colaboración mutua, mejoramiento de procesos y detalles del licor.

1.3 FODA.

“Es una herramienta de diagnóstico de una determinada entidad (persona, comunidad, empresa u organización), a fin de evaluar su estado actual y, al mismo tiempo, calcular escenarios eventuales que puedan comprometer el desarrollo de planes futuros.”
(Imaginario, 2021)

1.3.1.1 Fortalezas.

- Personal tienen el conocimiento técnico para la operación de la misma.
- Cuenta con local propio.
- No requiere mayor inversión en infraestructura, equipos y materiales para la producción del licor.

1.3.2.1 Oportunidades.

- No hay empresas locales competentes que oferten productos similares.
- Apoyo de asociaciones agrícolas.
- Se ubica en una zona de paso entre Lago Agrio – Quito.
- Nuevas tendencias de consumo de productos orgánicos.
- Alto índice de consumo de alcohol en el país.

1.3.3.1 Debilidades.

- Baja capacidad de inversión.
- Acceso a crédito financiero.
- Poca experiencia en la administración empresarial.
- Marca desconocida en el mercado local y nacional.

1.3.4.1 Amenazas.

- Crisis económica.
- Cercanía con el vecino país de Colombia.
- Alza de precios en maquinarias, mobiliario y materia prima.
- La creciente delincuencia nacional a raíz de la emergencia sanitaria.

1.4 Desarrollo organizacional

“El desarrollo organizacional es el progreso que experimentan las organizaciones por medio de procesos que mejoran su gestión interna.” (Orellana, 2020)

1.4.1 Tipo de Estructura.

1.4.1.1 Diferenciación.

En Edalv la comunicación será de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se hará para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos, con el fin de satisfacer al cliente.

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

Nivel Gerencial.

- Administrador (propietario)

Nivel Operativo.

- Licorista

1.4.2 Formalización.

La empresa se regirá a manuales de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, creada para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos, cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, teniendo así el respectivo permiso de funcionamiento.

1.4.3 Centralización – Descentralización.

Edalv centrará sus actividades en las áreas de producción y comercialización; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa a nivel nacional e internacional.

La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el reconocimiento de la empresa.

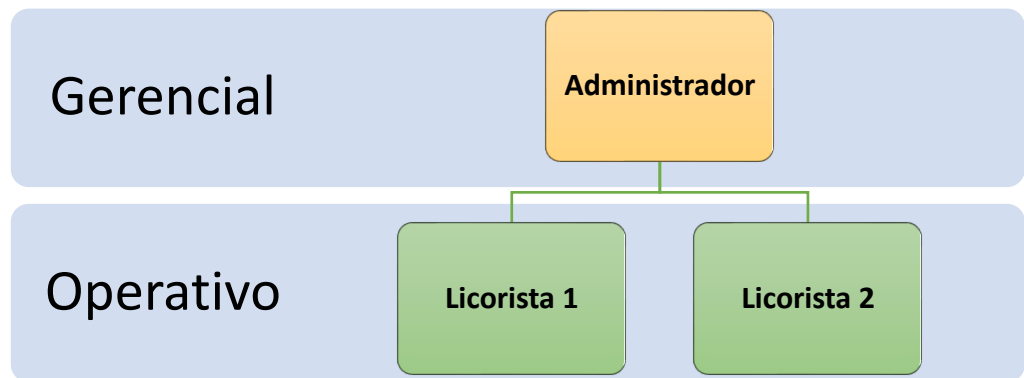
1.4.4 Integración.

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de compras, ventas, producción y comercialización, este sistema permitirá llevar un control completo de entradas y salidas con los productos correspondientes en cada una de las áreas, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria.

1.4.5 Organigrama Empresarial

“Es un esquema gráfico que representa la estructura interna de una organización, reflejando las relaciones jerárquicas y las competencias de la misma. Este esquema brinda información esencial sobre las estructuras departamentales y la organización de una empresa para comprenderla de un vistazo.” (ESERP, 2021)

Ilustración 3 Organigrama empresarial Edalv



Albán, E. (2021). Organigrama empresarial Edalv. Nueva Loja

1.4.6 Funciones del Personal

Tabla 1 Puesto de Administrador

Detalles generales del puesto Administrador.	
Empresa	Edalv
Unidad Administrativa	Área Gerencial
Misión del puesto	Supervisar las funciones delegadas a los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, solucionar anomalías e inconvenientes presentados en la empresa, atender las quejas que se presenten por parte de los empleados y clientes, responsabilizarse de la dirección de la empresa, distribución del trabajo para los empleados del establecimiento, compra de materia, planificación de actividades estratégicas de la empresa
Denominación del puesto	Administrador
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos de producción Desarrollo de plan estratégico empresarial Desarrollo de plan de marketing de la empresa Llevar el sistema contable de la empresa
Remuneración	675\$

Albán, E. (2021). Puesto de Administrador, Empresa Edalv. Nueva Loja

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2 Méritos aspectos a considerar, Administrador

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Administración de empresas.	Mínima 2 años en el cargo de Administrador en empresas de producción. 2 años como Administrador en establecimientos de bares y restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing Digital • Procesos de calidad • Gestión de Talento Humano • Sistema contable 	<ul style="list-style-type: none"> • Puntualidad • Respeto • Adaptabilidad. • Trabajo bajo presión • Creatividad. • Comunicación • Liderazgo. • Iniciativa. • Integridad.

Albán, E. (2021). *Méritos aspectos a considerar, Administrador*. Nueva Loja.

Tabla 3 Puesto de Licorista

Detalles generales del puesto Licorista	
Empresa	Edalv
Unidad administrativa	Operativo
Misión del puesto	Tratar la pulpa del arazá y almacenarla en los congeladores a 2°. Tratar el alcohol y almacenarlo en los barriles, proceder con el maceramiento y elaboración del licor
Denominación del puesto	Licorista
Rol del puesto	Separar las semillas del arazá de la pulpa Desinfectar y limpiar correctamente los mesones de tratamiento del arazá Colocar la pulpa del arazá en congeladores Verter el alcohol en los barriles Realizar el proceso de macerado de la pulpa de arazá con el alcohol Seleccionar las especias para el maceramiento y endulzamiento del licor Medición de cantidad de licor para cada envase Embotellamiento y etiquetado de los envases de licor
Remuneración	550\$

Albán, E. (2021). *Organigrama empresarial Edalv. Nueva Loja*

Méritos aspectos a considerar

Tabla 4 Méritos aspectos a considerar, Licorista

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía superior. Curso de Bartender	2 años como bartender en bares y restaurantes. 1 año como licorista principal	<ul style="list-style-type: none"> • Bromatología • Bartender • Coctelería. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptabilidad. • Creatividad. • Respeto • Comunicación. • Compromiso. • Decisión. • Puntualidad • Solidaridad. • Iniciativa. • Integridad. • Sociabilidad. • Trabajo en equipo. • Responsabilidad. • Innovador

Albán, E. (2021). Organigrama empresarial Edalv. Nueva Loja

2 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

2.1 Objetivo de mercadotecnia

“Mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual, grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. Se trata de entender todo lo que hay detrás de una venta, para motivarla e incentivarla.” (Jaimes, 2018)

Posicionar la marca Licor Edalv en la población local como un producto hecho con productos orgánicos de la zona y bajo normas internacionales ambientales y productos de calidad, donde la producción es de amigable con el ambiente.

2.2 Investigación de mercado

“Es el proceso que comprende las acciones de identificación, recopilación, análisis y difusión de información con el propósito de mejorar la toma de decisiones de marketing.

Su implementación se produce, básicamente, por dos razones: (1) Para resolver problemas; (2) para identificar problemas. En esencia, se busca conocer al cliente cumpliendo así con la primera premisa del marketing.” (Gestiopolis, 2021)

Licor Edalv consideró la investigación aplicada, documental, de campo y de laboratorio en la elaboración de la investigación de mercado. En la primera se realizó el estudio del consumo de bebidas alcohólicas artesanales en los distintos eventos sociales de la ciudad de Nueva Loja. Para ello se llevó a cabo una investigación documental recurriendo a fuentes primarias y secundarias, recolectando información sobre métodos de destilación del licor, tratamiento de las frutas, endulzantes, y maceración.

Por otro lado, se recurrió a la investigación de campo para obtener información del entorno en el que se desenvolverá la empresa, aplicando una técnica de obtención de

información la cual es una encuesta. Finalmente, se llevará a cabo una investigación de laboratorio en donde se realizará los procesos propuestos para la elaboración del licor, en donde se comprobará su sabor, presentación, aromas, color y costo.

2.3 Modalidad.

“Se refiere al tipo de estudio que se llevará a cabo con la finalidad de recoger los fundamentos necesarios de la investigación.” (Tesis de Investigadores, 2018)

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma virtual durante una semana compartiendo los links de la encuesta a propietarios de licorerías, tiendas y personas que habitan en el barrio, Amazonas esta encuesta consta de 10 preguntas cerradas, 1 de ellas es de opción múltiple y las restantes requieren solamente seleccionar una opción.

2.4 Plan de Muestreo

“Es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.” (Melissa J, 2010)

En este trabajo existe un universo definido, se tomó como sujetos de estudio a personas de mayores de edad tanto hombres como mujeres, se considera solamente mayores de edad porque es la edad legal en la que las personas pueden comprar alcohol, por tanto, no se considera a personas menores de edad en este estudio, además se considera a personas que son propietarias de tiendas, licorerías quienes conocen más detalles respecto a los licores. Se toma en cuenta a este target puesto a que este emprendimiento va dirigido a las personas que legalmente pueden adquirir el producto ya sea para consumirlo o comercializarlo:

$$n = \frac{N * (Z)^2 * P * Q}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{800 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (135 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{768,32}{2,957}$$

$$n = 260$$

Formula obtenida del documento.(Torres, Paz, & Salazar)

2.5 Análisis de las encuestas

2.5.1 Pregunta 1.

Tabla 5 Pregunta 1

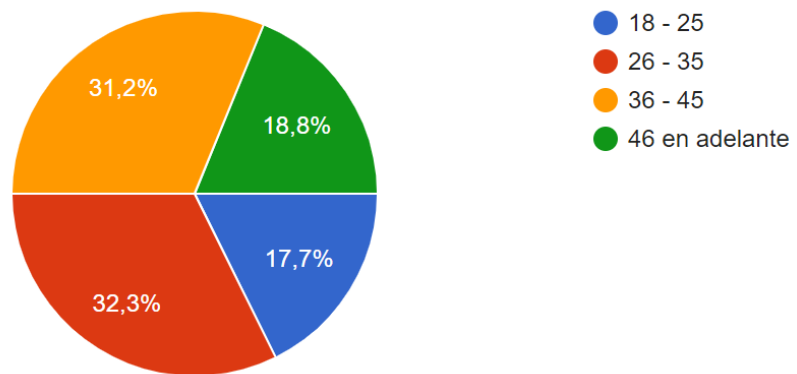
1. Rango de Edad		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
18 – 25	46	17.7
26 – 35	84	32.3
36 – 45	81	36.1
45 en adelante	49	18.8
TOTAL	260	100%

Albán. E. (2021). ¿ Rango de Edad?. Nueva Loja.

Ilustración 4 Pregunta 1, gráfico circular

1. Rango de Edad

260 respuestas



Albán. E. (2021). Pregunta 1, gráfico circular. Nueva Loja.

Análisis: La diferencia de un rango de edad hacia otro relativamente es bajo, siendo la población sobre los 46 años de edad que, con menor número de participantes, mientras que la edad joven y adulta relativamente hablando es alta, situación que favorece a la microempresa porque es un sector que se puede consumir el producto y se puede fidelizar al cliente a través de diferentes estrategias.

2.5.2 Pregunta 2

Tabla 6 Pregunta 2

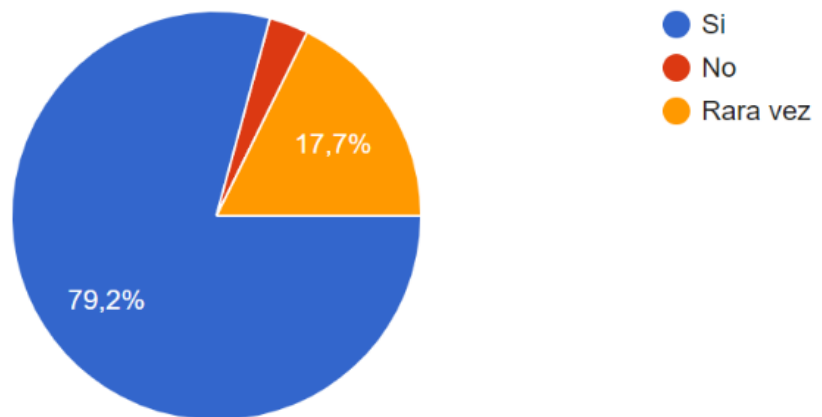
¿Usted consume alcohol?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	206	79.2
No	8	3.1
Rara vez	46	17.7
TOTAL	260	100%

Albán. E. (2021). *¿Consume comida rápida?*. Nueva Loja.

Ilustración 5 Pregunta 2, gráfico circular

2. ¿Usted consume alcohol?

260 respuestas



Albán. E. (2021). *Pregunta 2, gráfico circular*. Nueva Loja.

Análisis: De los 260 encuestados el 79.2% manifestaron que, si consumen alcohol, mientras que otro grupo que también es consumidor, pero en menor escala representa el 17.7% y solo un porcentaje del 3.1% menciona no consumir alcohol. En términos generales se puede decir que existe un mercado grande que consume alcohol, para lograr captar la atención del mercado es necesario conocer los detalles específicos que logre satisfacer sus necesidades.

2.5.3 Pregunta 3

Tabla 7 Pregunta 3

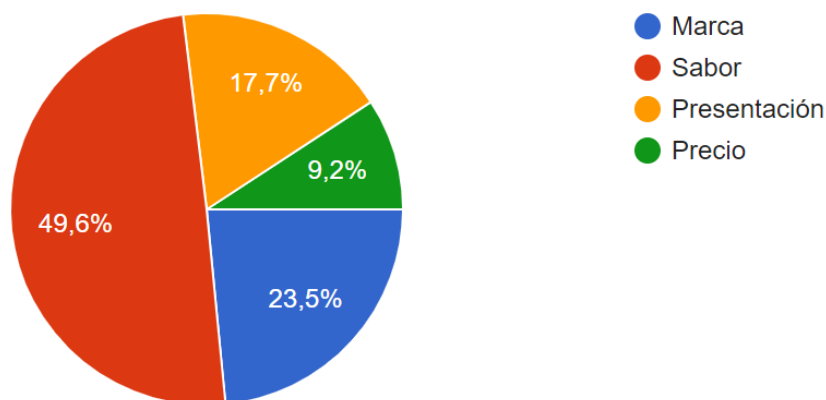
3. ¿Qué considera más importante en una bebida alcohólica?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Marca	61	23.5
Sabor	129	49.6
Presentación	46	17.7
Precio	24	9.2
TOTAL	260	100%

Albán. E. (2021). ¿ 3. ¿Qué considera más importante en una bebida alcohólica?. Nueva Loja.

Ilustración 6 Pregunta 3, gráfico circular.

3. ¿Qué considera más importante en una bebida alcohólica?

260 respuestas



Albán. E. (2021). Pregunta 3, gráfico circular. Nueva Loja.

Análisis: De los 260 encuestados un 49.6% considera que lo más importante de una bebida alcohólica es el sabor antes que la marca, presentación y precio, esta situación se presenta como una oportunidad dado que si la respuesta hubiera sido selección por marca sería más complicado competir con la competencia porque existen marcas grandes que ya están posesionadas en el mercado con las cuales es difícil competir. Con estos resultados se entiende que el Edalv debe trabajar en elaborar un licor agradable para el cliente considerando la presentación que sea agradable y el precio.

2.5.4 Pregunta 4

Tabla 8 Pregunta 4

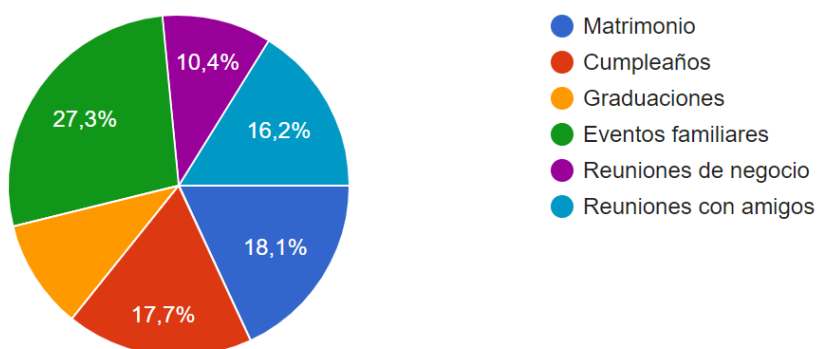
4. ¿Cuál es la ocasión en la que usted consume mayor cantidad el licor?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Matrimonio	47	18.1
Cumpleaños	46	17.7
Graduaciones	27	10.4
Eventos familiares	71	27.3
Reuniones de negocio	27	10.4
Reuniones con amigos	42	16.2
TOTAL	260	100%

Albán. E. (2021). ¿ 4. ¿Cuál es la ocasión en la que usted consume mayor cantidad el licor. Nueva Loja.

Ilustración 7 Pregunta 4, gráfico circular.

4. ¿Cuál es la ocasión en la que usted consume mayor cantidad el licor?

260 respuestas



Albán. E. (2021). Pregunta 4, gráfico circular. Nueva Loja.

Análisis: De los datos obtenidos se puede evidenciar que el consumo de alcohol es similar en todos los eventos sociales, sin embargo, el evento social donde más se consume alcohol es en eventos familiares, con estos detalles se puede generar diferentes estrategias y programas de marketing con el fin que el producto sea consumido en los diferentes eventos sociales.

2.5.5 Pregunta 5

Tabla 9 Pregunta 5

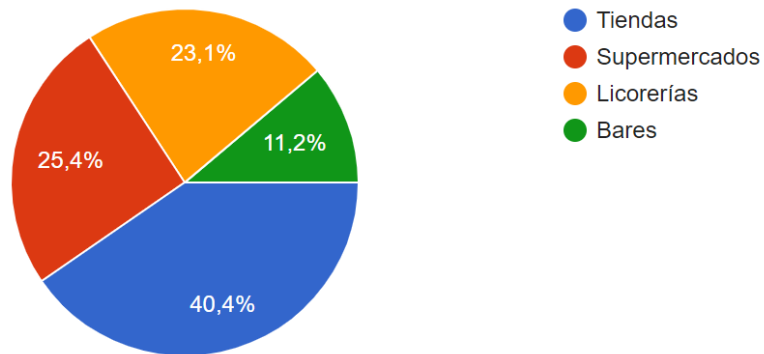
5. ¿En qué lugares compra con más frecuencia bebidas alcohólicas?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Tiendas	105	40.4
Supermercados	66	25.4
Licorerías	60	23.1
Bares	29	11.2
TOTAL	260	100%

Albán, E. (2020). *¿En qué lugares compra con más frecuencia bebidas alcohólicas?*. Nueva Loja.

Ilustración 8 Pregunta 5, gráfico circular

5. ¿En qué lugares compra con más frecuencia bebidas alcohólicas?

260 respuestas



Albán, E. (2021). *Pregunta 5, gráfico circular*. Nueva Loja.

Análisis: De los 260 encuestados el 40.4% mencionan que las bebidas alcohólicas las adquieren en tiendas, un 25% en supermercados, el 23.1% en licorerías y el 11.2% en Bares. Esta información obtenida permite identificar los puntos principales para que el cliente conozca del producto y lo consuma.

2.5.6 Pregunta 6

Tabla 10 Pregunta 6

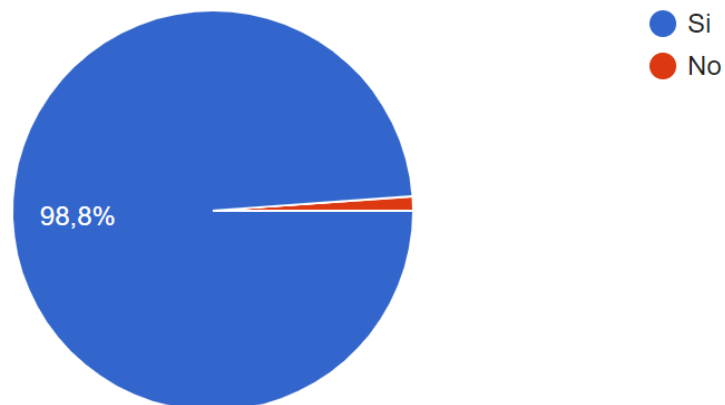
6. ¿Le gustaría consumir licor artesanal en base a la fruta del arazá?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	257	98.8
No	3	16
TOTAL	260	100%

Albán E. (2021). ¿Le gustaría consumir licor artesanal en base a la fruta del arazá?. Nueva Loja.

Ilustración 9 Pregunta 6, gráfico circular.

6. ¿Le gustaría consumir licor artesanal en base a la fruta del arazá?

260 respuestas



Albán E. (2021). Pregunta 6, gráfico circular. Nueva Loja.

Análisis: De los 260 encuestados el 98.8% está de acuerdo en consumir el licor de arazá, es necesario precisar y recordar que los participantes en la encuesta son personas mayores de edad, con lo cual se deduce que el licor de arazá tiene gran aceptación en el mercado.

2.5.7 Pregunta 7

Tabla 11 Pregunta 7

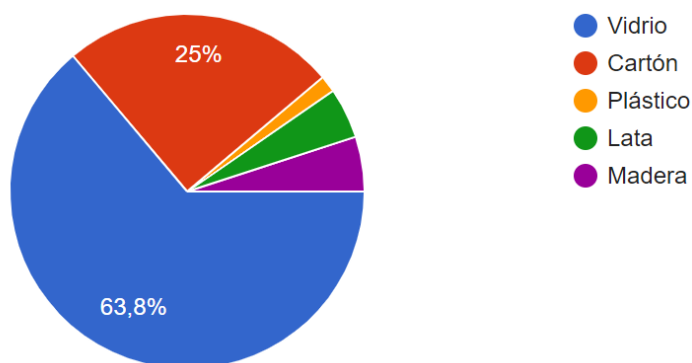
7. ¿Qué presentación sería la más cómoda para consumir este producto?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Vidrio	166	63.8
Cartón	65	25
Plástico	4	1.5
Lata	12	4.6
Madera	13	5
TOTAL	260	100%

Albán E. (2021). 7. ¿Qué presentación sería la más cómoda para consumir este producto?. Nueva Loja.

Ilustración 10 Pregunta 7, gráfico circular.

7. ¿Qué presentación sería la más cómoda para consumir este producto?

260 respuestas



Albán E. (2021). Pregunta 7, gráfico circular. Nueva Loja.

Análisis: De los 260 encuestados el 63% prefiere que el envase del licor sea de vidrio, mientras que un 25% lo prefiere en cartón. Estas son las opciones más requeridas por el cliente, situación que se puede estudiar, analizar y determinar precios para captar a ambos consumidores que desean una presentación distinta. Hay que precisar que los materiales de presentación pueden ser elementos distintivos para determinar el costo, calidad y sabor del producto.

2.5.8 Pregunta 8

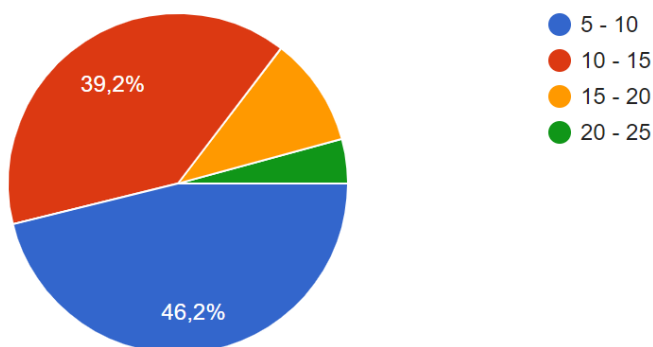
Tabla 12 Pregunta 8

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una botella de licor en base al arazá?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
5 – 10	120	46.2
10 – 15	102	39.2
15 – 20	27	10.4
20 – 25	11	4.2
TOTAL	260	100%

Albán, E. (2021). 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una botella de licor en base al arazá?. Nueva Loja.

Ilustración 11 Pregunta 8, gráfico circular

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una botella de licor en base al arazá?
260 respuestas



Albán, E. (2021). Pregunta 8, gráfico circular. Nueva Loja.

Análisis: Con estos datos se puede notar que el cliente no precisa en gastar una cantidad alta de dinero por un licor nuevo, sin embargo, se puede considerar la creación de licor de arazá en dos presentaciones, mismas que serían en cartón y botella de vidrio, al hacer esto se atendería a ambos grupos que desean el licor, pero su capacidad de gasto no es la misma.

2.5.9 Pregunta 9

Tabla 13 Pregunta 9

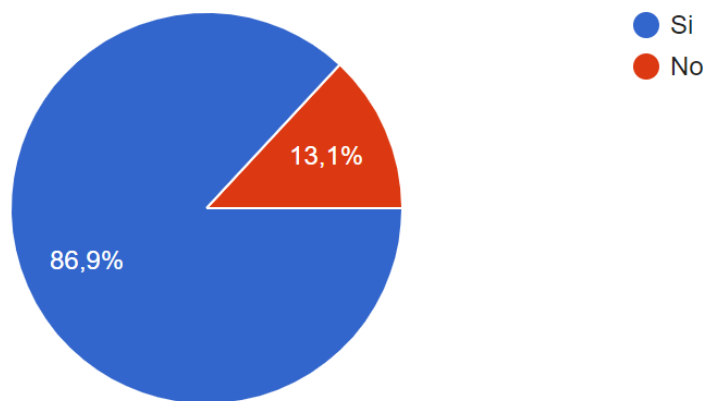
9. ¿Usted realiza compras a domicilio?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	226	86.9
No	34	13.1
TOTAL	260	100%

Albán, E. (2021). 9. ¿Usted realiza compras a domicilio?. Nueva

Ilustración 12 Pregunta 9, gráfico circular.

9. ¿Usted realiza compras a domicilio?

260 respuestas



Albán, E. (2021). Pregunta 9, gráfico circular. Nueva Loja.

Análisis: El 89.9% menciona que si realiza compras a domicilio, lo cual genera una idea de distribución y comercialización directa con el cliente, evitando que el costo sea inferior al que se vende en otros puestos de distribución como tiendas, licorerías, y bares.

2.5.10 Pregunta 10

Tabla 14 Pregunta 10

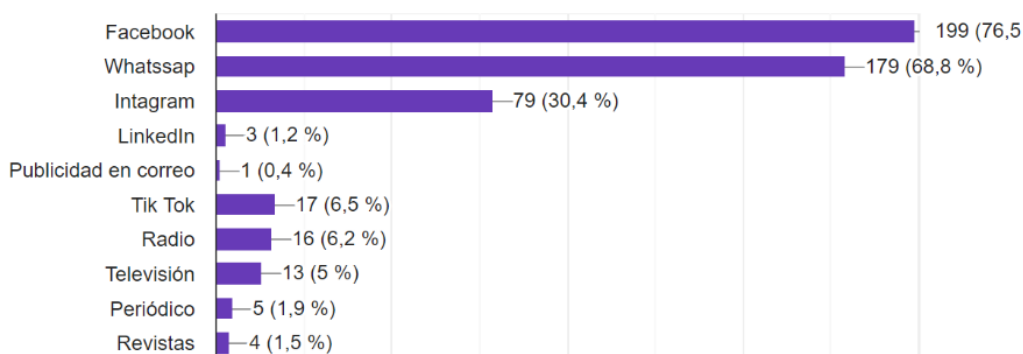
10. ¿Cuáles son los medios que más utiliza para informarse respecto a productos u ofertas?				
Medio	Porcentaje	f	fr	%
Facebook	76,5	199	0,39	38,57
Whatssap	68,8	179	0,35	34,69
Instagram	30,4	79	0,15	15,31
LinkedIn	1,2	3	0,01	0,58
P- Correo	0,4	1	0,00	0,19
Tik Tok	6,5	17	0,03	3,29
Radio	6,2	16	0,03	3,10
Televisión	5	13	0,03	2,52
Periódico	1,9	5	0,01	0,97
Revistas	1,5	4	0,01	0,78
		516	1,00	100,00

Tabla 15. Albán, E. (2021). 10. ¿Cuáles son los medios que más utiliza para informarse respecto a productos u ofertas?. Nueva Loja.

Ilustración 13 Pregunta 10, gráfico en barra horizontal

10. ¿Cuáles son los medios que más utiliza para informarse respecto a productos u ofertas?

260 respuestas



Albán, E. (2020). Pregunta 10, gráfico en barra horizontal. Nueva Loja.

Análisis: Debido que esta pregunta fue de múltiple opción para los participantes se hizo un regla de tres para establecer los porcentajes, mediante esta pregunta se logra evidenciar que los medios digitales en general son más utilizados por las personas para informarse, de los medios digitales que más se utilizan por la población son Facebook, WhatsApp e Instagram, situación que permite a la empresa conocer los medios donde

realizar publicidad para captar al cliente, en menor grado existe un grupo de personas que utiliza medios tradicionales como televisión, radio y periódico, situación que hay que analizarla detenidamente porque la publicidad en estos medios es costosa y por lo que se evidencia no resultaría rentable invertir en estos medios a menos que se quiera llegar a zonas alejadas de la ciudad donde la radio es el medio de comunicación más utilizado.

2.6 Análisis General.

Con el desarrollo de las encuestas a un mercado adulto se ha logrado evidenciar que gran parte de la población es consumidora de alcohol, esta población considera más importante el sabor de la bebida alcohólica, situación que favorece a la microempresa porque dependerá de la capacidad de crear el producto que guste a la población estos factores estarán determinados por el grado de alcohol, y la cantidad de fruta que se utilice para la elaboración de cada licor.

Hay que considerar que en todos los eventos sociales se consume alcohol por lo cual la microempresa debe estar pendiente de las fechas especiales que son de carácter social donde se comparte con amigos, familiares y eventos protocolarios para generar campañas de publicidad o promociones para que el target conozca del producto que está ofertando la microempresa.

Conjuntamente con los planes de campañas publicitarias se tiene previsto distribuir el producto a diferentes establecimientos donde los clientes se proveen en mayor cantidad del producto como también se planea generar un acercamiento con el cliente para que el producto le llegue directamente de la empresa pero con el mismo precio que lo consigue en las tiendas o supermercados, puesto que los demás negocios son un punto de distribución y necesitan generar ingresos, para ello deben elevar el costo de venta del que fue adquirido el producto.

Entre otros detalles a considerarse es la presentación del producto donde se destaca que lo más aceptado son envases de vidrio y cartón, debido que existe una diferencia en cuanto a la capacidad de gasto de los clientes, se puede optar por realizar ambas presentaciones para captar ambos mercados.

2.7 Entorno empresarial

“El entorno empresarial es el conjunto de factores que influyen en la actividad de una compañía. Pueden tener un origen interno o externo y son de distinta naturaleza.

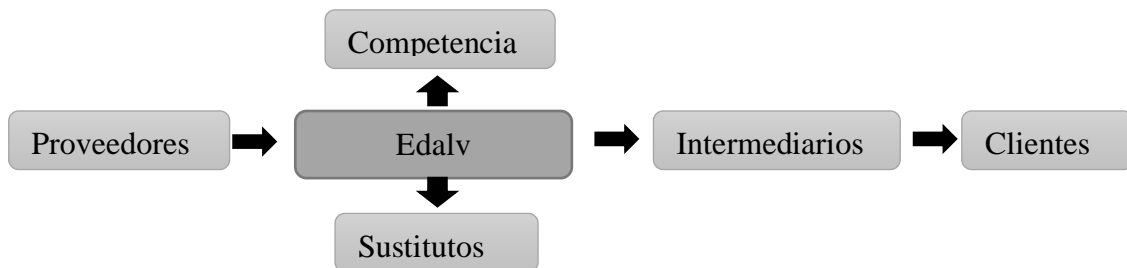
Este entorno además se caracteriza por ser cambiante en el tiempo y muchas veces difícil de predecir.” (Westreicher, 2020)

2.7.1 Microentorno.

“El microentorno se utiliza para definir a aquellas fuerzas externas y cercanas a la empresa, que tienen un impacto directo en su capacidad de servir su producto o servicio al cliente final.” (Ranís, Miconentorno, 2016)

Licor Edalv considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 14 Esquema microentorno Edalv



Albán, E. (2021). *Esquema microentorno Edalv*. Nueva Loja.

Ilustración 15 Ubicación geográfica Edalv



Invalid source specified. Ubicación. Recuperado de Ubicación. Recuperado de <https://goo.gl/maps/8NtTiMFSchHdHgWc4A>

2.7.1.1 Competencia directa.

“Es aquella que se produce entre empresas que compiten en un mismo mercado, con productos iguales o similares y que se dirigen a un mismo público objetivo”
(Asesorías, 2020)

Luego de realizar un recorrido en el sector donde se planea la ubicación de Licor Edalv, no se encontró ningún establecimiento como competencia directa en un área de 400 m a la redonda, Para evaluar la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que se vendían.

A 600m aproximadamente se encuentran los comerciales Akí y la Favorita, mismos que venden varios tipos de licor, y sobrepasando esas distancias se encuentran un promedio de 3 licorerías y 7 tiendas.

Hay que precisar que en el perímetro urbano de Nueva Loja no existe ninguna empresa productora de licor, pero si hay una a 5 km de distancia, misma que se basa en el chocolate (cacao)

2.7.2.1 Competencia indirecta.

“Es aquella que se da entre empresas que buscan satisfacer las mismas necesidades de los clientes con productos diferentes o sustitutivos” (Asesorías, 2020)

- En el perímetro urbano no existen empresas productoras que se las pueda considerar como indirectas, pero si existen negocios que comercializan bebidas alcohólicas como cerveza, vino, aguardiente y entre otros productos que cumplen la misma función que Licor Edalv.
- En la periferia existen emprendimientos que producen aguardiente artesanal, estos al ser productores sería competencia indirecta pero solo si se los considera como competencia a nivel provincial porque están localizados en otros cantones.

2.7.3.1 Sustitutos.

“Son aquellos bienes que pueden ser consumidos en el lugar de otros. Su característica principal es que tienen demandas relacionadas entre sí, es decir, que el consumidor sabe que puede sustituir uno por otro cuando lo crea oportuno.” (FMK, 2021)

El sustituto sería El Sinchicara, un producto que realmente es medicinal basado los productos naturales, orgánicos pero las personas en Nueva Loja lo consumen como bebida alcohólica.

2.7.4.1 Proveedores.

“Puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias y bienes, artículos principalmente, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o que directamente se compran para su venta. Un proveedor también ofrece servicios profesionales intangibles como horas de consultoría, formación, etc.” (Circulante, 2021)

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabaja Licor Edalv, se considera que la materia utilizada sea orgánica y los recursos utilizados para la producción del licor sean óptimos.

Tabla 15 Proveedores.

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Asociación de productores de caña de aguardiente Salinas	La Asociación tiene más de 10 años de experiencia en la producción de aguardiente artesanal	Aguardiente.
Eldav y Asociación de productores de Lago Agrio	Edalv tendrá su propio cultivo de arazás y trabajará coordinadamente con la Asociación de productores de Lago Agrio para que un grupo de productores provea la materia prima en el tiempo basándose en normas ISO	Arazá.
Tventas	Tiene años de experiencia en el mercado y provee productos de buena calidad con garantía	Barriles. Elementos de medición y cocina Congelador Plancha de acero inoxidable
Pinar Alto	Ofrece productos de buena calidad	Corchos.
Envases Quito	Tiene experiencia en diseño de calidad del material, es uno de los principales proveedores a diferentes empresas a nivel nacional.	Botellas de vidrio

Imprenta América	Experiencia en diseño y comercialización de etiquetas para productos	Etiquetas
Tetrapack	Cuenta con experiencia en la elaboración de envases de cartón para productos de bebidas	Cartón para envase de líquidos

Albán, E. (2021). *Proveedores*. Nueva Loja.

2.7.5.1 Intermediarios.

“Un intermediario es un agente que vincula o comunica a dos o más partes interesadas en hacer una transacción o negociación.” (Roldán, Intermediario, 2018)

Edalv comercializará sus productos al por mayor y menor, es decir se vendrá a consumidores directos y propietarios de bares, licorerías, tiendas y diferentes almacenes con precios diferenciales para los consumidores y propietarios de negocios

2.7.6.1 Clientes.

“Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.” (Thompson, 2021)

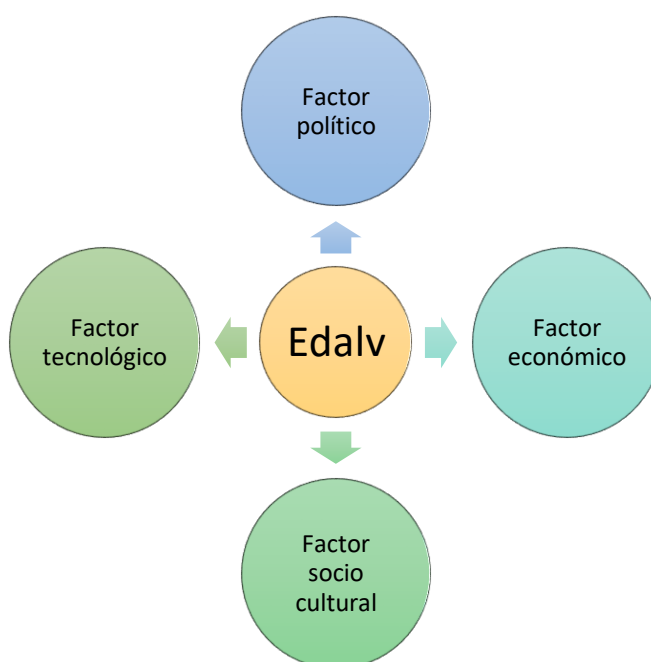
Licor Edalv es una microempresa que dirige su producto a un público adulto tanto masculino como femenino que consume alcohol artesanal.

2.7.2 Macroentorno

“Define aquellas fuerzas externas que van a tener un impacto indirecto sobre la organización, y que existen independientemente de que haya actividad comercial o no. Debemos tener en cuenta también, que la empresa no podrá ejercer ninguna influencia sobre el macroentorno.” (Ranís, Macroentorno, 2016)

Son aquellos factores sobre los que Licor Edalv no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Ilustración 16 Esquema macroentorno Edalv



Albán, E. (2021). *Esquema macroentorno. Edalv*. Nueva Loja.

2.7.1.2 Factor Político

El Ministerio de Salud Pública (MSP) y consejos ministeriales, a través de leyes y reglamentos y la propia Constitución, tienen la responsabilidad de garantizar a las personas el acceso seguro a alimentos sanos y nutritivos. (El Universo, 2011)

A pesar que en el Ecuador existen varias entidades del Estado que regulan y controlan tanto la producción del alcohol, así como sus procesos de calidad han existido

casos donde un grupo de personas han resultado intoxicadas y en muchas ocasiones han perdido la vida a causa del consumo de bebidas alcohólicas adulteradas.

2.7.2.2 Factor Económico

Para 2021 se estima que la economía se recupere y crezca 3,1%, equivalente a un Producto Interno Bruto (PIB) de USD 67.539 millones en valores constantes (Tabla 1 y Gráfico 1). Esta recuperación de la economía ecuatoriana será dinamizada principalmente por el Gasto de los Hogares, que se incrementaría en USD 3.441 millones, por mayores importaciones de bienes de consumo (USD 136,2 millones) y un incremento en las remesas recibidas (USD 272,5 millones).

Las exportaciones de bienes y servicios aumentarían USD 1.095,2 millones, con la expectativa de recuperación en la venta de petróleo crudo y derivados, así como de los productos no petroleros, en particular banano y plátano, camarón y cacao, que mantendrían la dinámica de crecimiento.

Por su parte, las importaciones de bienes y servicios crecerían en 3,2% frente a 2020, porcentaje que corresponde a USD 936,6 millones. Esto se explicaría por una mejora en el dinamismo de la economía interna.

En cuanto a la Formación Bruta de Capital Fijo para 2021 se prevé una reducción en la inversión pública de USD 171,2 millones, mientras que la privada subiría en USD 114 millones.

Actualmente el Ecuador y el mundo están atravesando una etapa de recuperación económica, para lograrlo cada gobernante de turno ha tomado medidas diferentes para conseguir resultados positivos para sus naciones sin embargo no siempre estas medidas han sido aceptadas por la población local. (Banco Central del Ecuador (BCE), 2021)

En el Ecuador con el nuevo mandatario (Guillermo Lasso) se ha optado por disminuir el subsidio del combustible y eliminar impuestos de varios productos importados, situación que no ha sido bien vista por diferentes grupos sociales y partidos políticos opositores.

La situación económica del Ecuador empieza a recuperarse después de un largo periodo de estancamiento a causa de la pandemia mundial (COVID - 19).

2.7.3.2 Factor Sociocultural

Los datos estadísticos sobre el consumo de bebidas alcohólicas en Ecuador dan cuenta de una sociedad sumida en una cultura del alcohol, cuyo empleo está legitimado en la vida cotidiana, atravesando todas las capas sociales, desde aquellos hogares con ingresos salariales mínimos hasta máximos.

El consumo total de alcohol por habitante en la población mundial de más de 15 años aumentó de 5,5 litros de alcohol puro en el 2005 a 6,4 litros en el 2010, y se mantuvo en el nivel de 6,4 litros en el 2016. Los niveles más altos de consumo de alcohol por habitante se observan en países de la Región de Europa de la OMS.

En todo el mundo, 44,8% del total de alcohol registrado se consume en forma de licores y aguardientes (también conocidos como bebidas espirituosas o bebidas blancas). El segundo tipo de bebida más consumida es la cerveza (34,3%), seguida del vino (11,7%). En el mundo solo ha habido pequeños cambios en las preferencias de bebidas desde el 2010. Los mayores cambios se produjeron en Europa, donde la proporción del consumo total registrado de licores y aguardientes disminuyó un 3% mientras que la del vino y la cerveza aumentó. (Organización Panamericana de la Salud, 2018)

En 2013, la Organización Mundial de la Salud (OMS) publicó un estudio que indica que Ecuador ocupa el segundo lugar en América Latina con mayor consumo de bebidas alcohólicas. Se ingiere 9,4 litros de alcohol por habitante al año. (Ecuador en cifras, 2020)

2.7.4.2 Factor Tecnológico

“Es la primera vez en la historia que una innovación avanza tan rápidamente como lo han hecho las tecnologías digitales: en apenas veinte años han llegado a cerca del 50 % de la población del mundo en desarrollo, y han transformado las sociedades. Al mejorar

la conectividad, la inclusión financiera, el acceso al comercio y a los servicios públicos, la tecnología puede ser un gran elemento igualador.” (ONU, 2020)

Hoy en día la automatización de servicios y aplicación de sistemas tecnológicos para la producción de bienes y servicios es un punto elemental y diferenciador de la competencia. Con su aplicación se logra tener mayor efectividad en los procesos, se economiza recursos que generalmente están destinados al pago de personal y se consigue optimizar tiempo, donde la espera del cliente es menor para ser atendido.

2.8 Producto y servicio

Edalv es una microempresa que elabora licor con aguardiente producido localmente por la asociación Salinas de Guaranda y la fruta es cultivada por la misma microempresa, el producto está dirigido a un mercado adulto en dos presentaciones, envase de vidrio y cartón

2.8.1 Producto Esencial.

“Hace referencia a qué es lo que realmente compra el cliente, es decir el beneficio o servicio básico del producto” (Hidalgo, 2014)

El producto esencial que oferta Edalv es la bebida alcohólica, misma que es elaborada con arazá.

2.8.2 Producto real.

“Se refiere a la forma como el producto se presenta al mercado.” (Quiroa, 2019)

Edalv se especializa en la elaboración de licor de arazá, mismo que tiene las siguientes características:

- Calidad: los productos utilizados son orgánicos y amigables con el ambiente, no se utiliza pesticidas para la producción del arazá ni el aguardiente

- **Funcionalidad:** El licor puede ser utilizado en diferentes eventos sociales con diversos fines sean estos formales o informales
- **Presentación:** Envase de vidrio y cartón
- **Tamaño:** Tanto el envase de vidrio como el de cartón contendrán una cantidad de 500ml
- **Marca:** La presentación en vidrio y cartón llevarán consigo la Marca Edalv.

2.8.3 Características.

Para la elaboración del licor de arazá existe un arduo trabajo por parte de los productores del aguardiente como del personal que trabaja y trata la fruta del arazá.

Para que el licor de arazá tenga un buen sabor y color es necesario que el aguardiente hay sido bien tratado, es decir las cañas estén en buenas condiciones y el arazá se encuentre en su punto exacto de maduración para luego ser cosecha, extraer la pulpa y ponerla en congeladores para que esta no se dañe

2.8.4 Calidad.

Para la elaboración del licor se tiene en cuenta los Manuales de BPA (Buenas Prácticas Ambientales) adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de frío de la materia prima.
- Temperaturas de almacenamiento y preparación del arazá.
- Tiempos de maduración del licor producto.
- Aseo personal de los empleados.
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- Limpieza y desinfección de utensilios y máquinas en el área de elaboración de licor
- Bromatología (manipulación de los alimentos).

2.8.5 Estilo.

Edalv tiene un estilo semi-formal, debido que la idea es que el producto tenga aceptación en los diferentes eventos sociales, por tanto, las personas puedan disfrutar de un licor sano, libre de pesticidas y bioquímicos que puedan dañar la salud del consumidor.

2.8.6 Marca.

“Es el identificador comercial de los bienes y servicios que ofrece una empresa y los diferencia de los de la competencia.” (Roldán, Marca, 2016)

Edalv es un término que hace referencia a persona creadora de la idea de negocio. La palabra está compuesta por letras y vocales extraídos del nombre del autor siendo de esta manera que. Edalv proviene de Edgar Albán Verdezoto.

2.8.7 Producto aumentado.

“Es aquel que supera las expectativas que los consumidores habían depositado en él. El producto va adquiriendo valor para convertirse en el objeto favorito de los consumidores.” (Diccionario de Marketing, 2021)

Lo que diferencia a Edalv de la competencia es que el licor está realizado con el arazá misma que es una fruta local, además Edalv para la comercialización directa con el cliente se considera dar el servicio delivery

2.9 Plan de introducción al mercado

2.9.1 Distintivos y Uniformes

2.9.1.1 Área Gerencial.

El administrador usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- **Administrador.**
 - Camiseta verde con líneas azules en los puños y cuello
 - En el costado izquierdo de la camisa tendrá un borde de la marca de la empresa

Ilustración 17Diseño uniforme administrador



Albán, E. (2021). Diseño uniforme administrador. Nueva Loja.

2.9.2.1 Operativo.

- Delantal color azul, con bolsillos y bordes de color azul
- En el bolsillo principal, ubicado a la altura del pecho se estampará la marca de la empresa Edalv

Ilustración 18 Diseño uniforme Licoristas

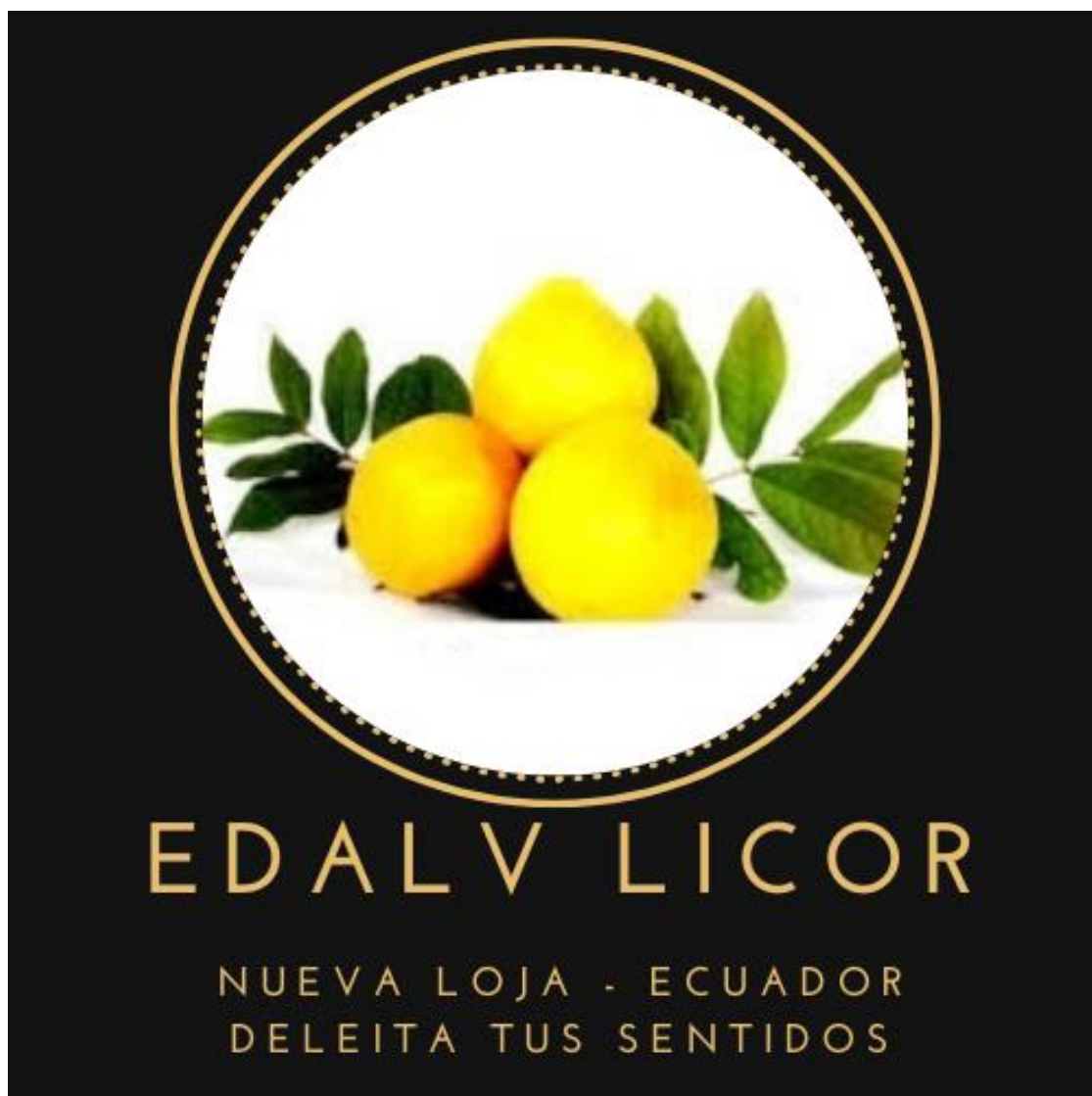


Albán, E. (2021). Diseño uniforme ayudante de cocina. Nueva Loja.

2.9.2 Materiales de identificación.

2.9.1.2 *Imagotipo.*

Ilustración 19 Imagotipo Edalv



Alban, E. (2021). Imagotipo Edalv. Nueva Loja.

Elementos a destacar:

- En el centro se visualiza la fruta del arazá, la cual es la esencia central que dará el sabor y aroma al licor.
- El logotipo del establecimiento “Edalv”
- El eslogan de la microempresa es “Deleita tus sentidos”
- Los colores usados:
 - * Color negro de fondo.
 - * Color am.
 - * Amarillo (ffc340) este color es signo de riqueza.
 - * El fondo blanco donde se encuentra la fruta es para focalizar la atención en la fruta.
- El Isotipo resalta la fruta (arazá), ubicándola en el centro del círculo.

2.9.2.2 Tarjetas de presentación

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Ilustración 20 Anverso tarjeta de presentación



Albán, E. (2021). Anverso tarjeta de presentación. Nueva Loja.

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del administrador, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa

Ilustración 21 Reverso de la tarjeta de presentación, Edalv

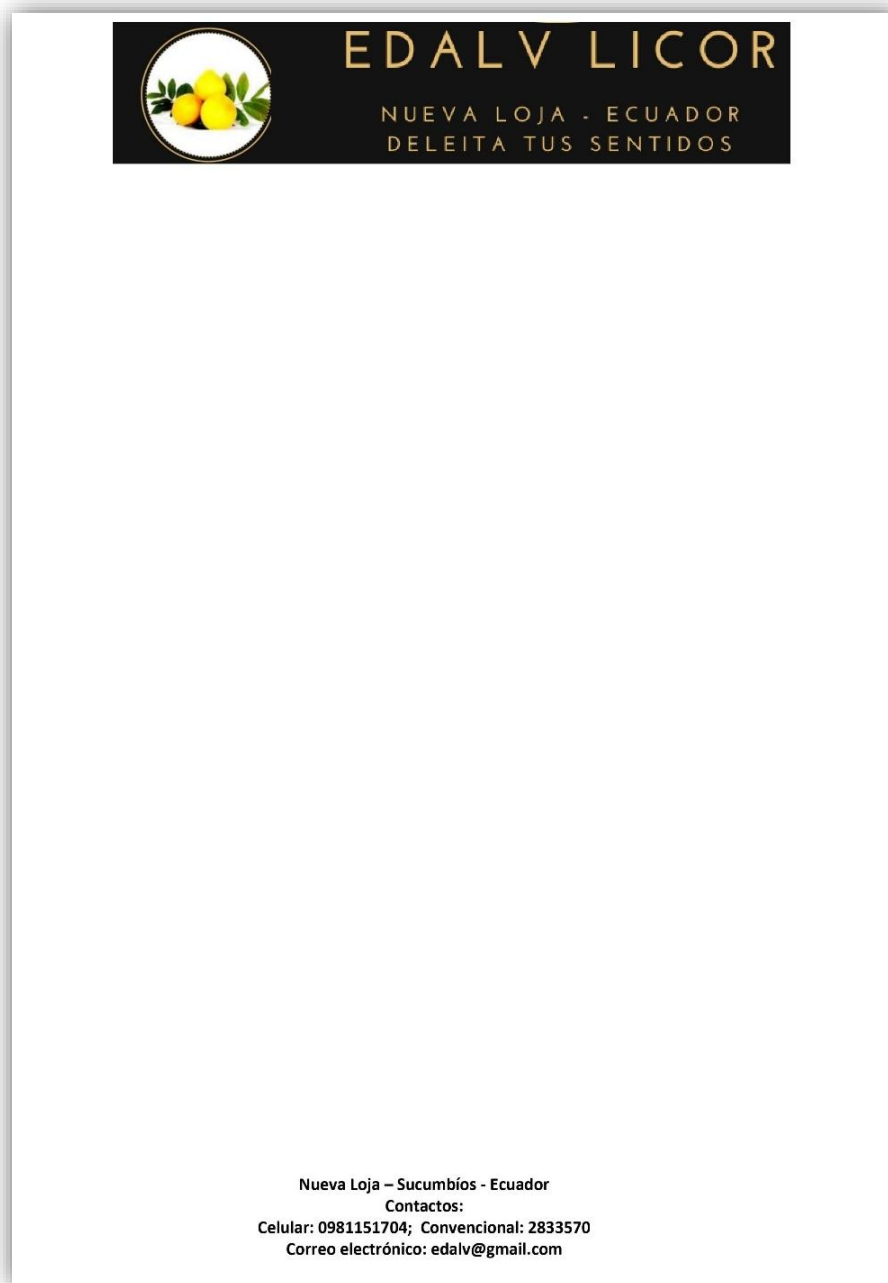


Albán. E. (2021). Reverso tarjeta de presentación. Nueva Loja.

2.9.3.2 *Hoja membretada.*

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración 22 Hoja membretada, Edalv



Albán, E. (2021). Hoja membretada. Nueva Loja.

2.9.4.2 Envase de Vidrio.

Otro elemento de la identidad corporativa será presentación del licor, donde estará visible la marca de la empresa:

Ilustración 23 Envase de vidrio, Edalv



Albán, E. (2021). Envase de vidrio. Nueva Loja.

2.9.5.2 Envase de cartón.

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración 24 Presentación en cartón



Albán, E. (2021). Presentacion en cartón. Nueva Loja.

2.9.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Edalv es su establecimiento ubicado en la ciudad de Nueva Loja, en Avenida Circunvalación y Tulcán en el Barrio Simón Bolívar.

2.9.1.3 Promoción.

El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp. Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado local, se optará por desarrollar un plan de marketing a nivel nacional.

2.9.2.3 Contacto.

- Tarjetas de presentación.
- E-mail.
- WhatsApp.
- Facebook.
- Instagram
- YouTube

2.9.3.3 Correspondencia.

- A través de mail corporativo.

2.9.4.3 Negociación.

- Directa en el establecimiento.
- Telemercadeo.
- Venta en línea.

2.9.4 Financiamiento

Tabla 16 Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	8,00
Publicidad en Facebook	4 veces por semana	50,00
Publicidad en YouTube	4 veces por semana	10,00
TOTAL		88,00
TOTAL ANUAL		1.056,00

2.9.5 Riesgo y oportunidades del negocio

Edalv afronta como riesgo el posible estancamiento y retroceso de la economía nacional, debido a los cambios que trae cada gobierno nuevo.

Si bien el actual gobierno se está abriendo al mercado internacional los movimientos sociales y políticos opositores al gobierno muestran rechazo por las medidas tomadas, en caso que estos grupos logren liderar marchas o movimientos en contra de las medidas se puede generar una paralización económica.

Además, la actual pandemia que se va controlando de forma progresiva aún no está erradicada en forma completa, las posibles amenazas que esta trae consigo es una posible mutación del virus que sea más fuerte y resistente a las vacunas o antibióticos.

2.10 Fijación de Precios

2.10.1 Fijación de precios por producto.

Para determinar los precios del licor en sus dos presentaciones (envase de vidrio y cartón), se toma en cuenta el costo de los productos usados para la elaboración del mismo, la referencia es el costo por kilogramo y miligramo de los productos más importantes (arazá y aguardiente). A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos

- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio

En la descripción se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del plato.

A continuación, se presentan los costos del licor en sus dos presentaciones:

- Envase de vidrio
- Envase de cartón.

2.10.1.1 Licor de Arazá envase de vidrio



Tabla 17 Licor de Arazá (envase de vidrio), estándar de costos.

 Tecnológico Internacional			FICHA TÉCNICA DE SERVICIOS	
			SERVICIO ESTÁNDAR DE COSTOS	
NOMBRE DEL SERVICIO:	Licor de Arazá (envase de vidrio)		Código	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN			Licorista	
MATERIALES/HERRAMIENTAS	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD UTILIZABLE	TOTAL
Arazá Kg 1	Kg	1	0,5	0,00
Alcohol (aguardiente 3785ml)	Unidad	4	750,00	0,79
Envase vidrio (55)	ml	50	5,00	4,55
Etiqueta (100 unidades)	Unidad	10	1,00	0,10
Corcho Paquete 100)	Unidad	23	1,00	0,23
Esencia de frutas (108)	ml	1	1,00	0,01
			Total neto	6,25
			Gasto de fab. 15%	0,94
			Factor costo 33,33%	2,06
			G. Admin 12%	0,75
			40% utilidad	2,50
			Subtotal	12,49
			12% IVA	0,75
			Total	13,24

Albán, E. (2021). Licor de Arazá (envase de vidrio) estándar de costos, Nueva Loja.

2.10.2.1 Licor de Arazá envase de cartón

Tabla 18 Licor de Arazá (envase de cartón), estándar de costos.

			FICHA TÉCNICA DE SERVICIOS	
			SERVICIO ESTÁNDAR DE COSTOS	
NOMBRE DEL SERVICIO:	Licor de Arazá (envase de cartón)		Código	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN			Licorista	
MATERIALES/HERRAMIENTAS	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD UTILIZABLE	TOTAL
Arazá Kg 1	Kg	1	0,5	0,00
Alcohol (aguardiente 3785ml)	Unidad	4	750,00	0,79
Envase de cartón (100)	ml	50	5,00	2,50
Etiqueta (100 unidades)	Unidad	10	1,00	0,10
Esencia de frutas (108)	ml	1	1,00	0,01
			Total neto	3,74
			Gasto de fab. 15%	0,56
			Factor costo 33,33%	1,24
			G. Admin 12%	0,45
			40% utilidad	1,50
			Subtotal	7,49
			12% IVA	0,45
Total	7,93			

Albán, E. (2021). Licor de Arazá (envase de cartón) estándar de costos, Nueva Loja.

2.11 Implementación del negocio

2.11.1 Arriendo del local.

Tabla 19 Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$175,00	\$1.050,00	\$2.100,00

Albán Édgar. (2021). Arriendo del local. Nueva Loja.

2.11.2 Equipos Industriales

Tabla 20 Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Congelador	2	\$300,00	\$600,00
Barriles	10	\$75,00	\$750,00
Mesa de acero	3	\$180,00	\$540,00
Contenedores biodegradables	2	\$168,00	\$336,00
TOTAL			\$2.645,00

Albán, E. (2021). Equipos industriales. Nueva Loja.

2.11.3 Equipos de computación

Tabla 21 Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP Core I5	1	\$300.00	\$300.00
Impresora EPSON Stylus	1	\$45.00	\$45.00
TOTAL			\$345.00

Albán, E. (2021). Equipos de computación. Nueva Loja.

2.11.4 Muebles y Enseres

Tabla 22 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Silla	5	25,00	\$125,00
Escritorio	2	\$150,00	\$300,00
Archivador	2	\$45,00	\$90,00
Cuchillo	4	\$4,00	\$16,00
Tabla	3	\$2,00	\$6,00
Embudo	4	\$1,50	\$3,00
Jarras medidoras	4	\$5,00	\$15,00
Gotero medidor	6	\$1,50	\$9,00
TOTAL			\$564,00

Albán, E. (2021). Muebles y enseres. Nueva Loja.

2.11.5 Equipos Industriales de Seguridad

Tabla 23 Equipos industriales de seguridad.

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor 10 Lb	2	\$20,00	\$40,00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2,00	\$10,00
TOTAL			\$50,00

Albán, E. (2021). Equipos industriales de seguridad. Nueva Loja.

2.11.6 Suministros de oficina

Tabla 24 Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, paquete	1	\$5,00	\$3,40
Folder	1	\$1,50	\$4,50
Grapas (caja)	1	\$1,15	\$1,15
Resaltador	1	\$1,25	\$1,25
Esferos BIC	3	\$0,40	\$1,20
Libreta	1	\$0,75	\$1,50
Carpeta de cartón	3	\$0,35	\$1,05
Tijera	1	\$0,45	\$0,45
TOTAL			\$14,50
TOTAL ANUAL			\$174,00

Albán, E. (2021). Suministros de oficina. Nueva Loja.

2.11.7 Servicios básicos

Tabla 25 Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$12,00
Luz	\$20,00
Teléfono	\$10,00
Internet	\$15,00
TOTAL	\$57,00
TOTAL ANUAL	\$684,00

Albán, E. (2021). Servicios básicos. Nueva Loja.

2.11.8 Materiales de limpieza

Tabla 26 Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	1	\$3.50	\$3.50
Trapeador	1	\$4,50	\$7.00
Cloro 1 Gal	1	\$4,00	\$4.95
Desinfectante amonio cuaternario Gal	1	\$12.00	\$12.00
Esponja lavaplatos	2	\$1.40	\$2.80
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.75	\$1.75
Lavavajillas líquido 500ml	2	\$1.40	\$2.80
Pala recogedora	1	\$2.50	\$2.50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.99	\$5.99
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9.50	\$9.50
TOTAL			\$52,79
TOTAL ANUAL			\$633,48

Albán E. (2021). Materiales de limpieza. Nueva Loja.

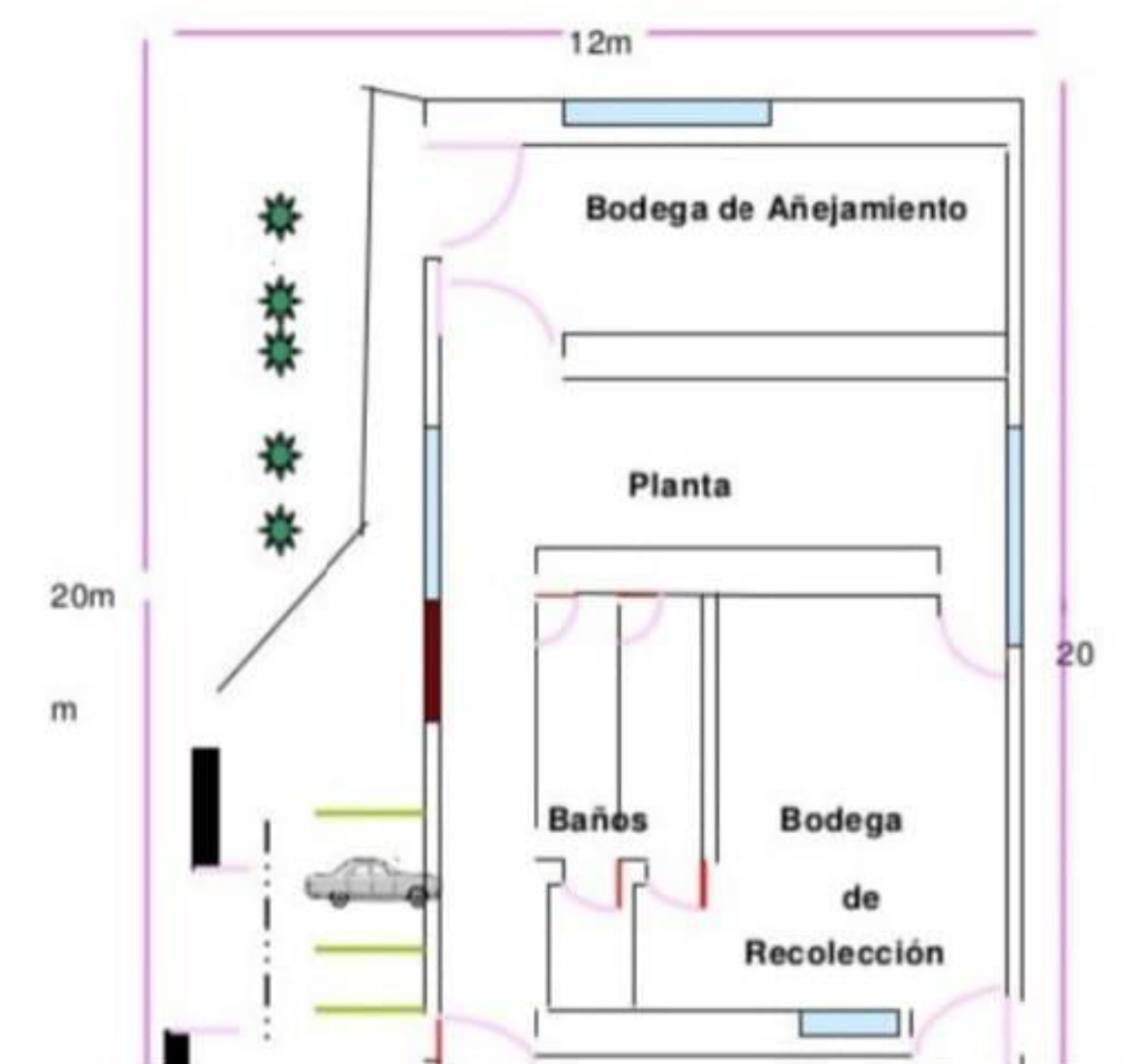
2.12 Estudio arquitectónico

“El estudio de arquitectura es el espacio de trabajo destinado para que los arquitectos y diseñadores elaboren proyectos y reuniones para construir todo tipo de estructuras edilicias y paisajes exteriores.” (BRV Arquitectura, 2019)

Se toma en cuenta para el diseño del restaurante la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa la capacidad de producción.

2.12.1 Estructura interna de Edalv.

Ilustración 25 Estructura de Edalv



Albán, E. (2021). Estructura de Edalv. Nueva Loja.

3 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los tramites y permisos pertinentes.

3.1 Servicios de Rentas Internas

En esta entidad obtener el RISE (Régimen Impositivo Simplificado) no tiene ningún costo (SRI, 2020).

- Para obtener el RISE se necesita:
- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado.
- Documento que certifique el lugar donde se realizará la actividad económica, como planilla de agua, luz, teléfono u otros servicios; contrato de arriendo; pago de Impuesto Predial.

3.2 Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos

Para obtener el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del cantón lago Agrio se requiere:

- Copia de certificado del SRI, con este documento se procede a realizar la inspección

3.3 Patente Municipal

Para obtener la patente municipal del Municipio de Lago Agrio se debe presentar los siguientes requisitos:

- Copia de cedula y papeleta de votación.
- Copia del RUC o RISE.
- Copia del pago de impuesto predial.

- Copia del permiso de bomberos.
- Copia de guía de buenas prácticas ambientales. (GAD Lago Agrio, 2021)

3.4 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

3.5 Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas \$ 208,00. La protección de la marca tiene una duración de 10 años y puede ser renovada indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento. El procedimiento que se debe realizar es el siguiente (SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES, 2021):

- Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
- Seleccione (programa/servicios)

- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
- Llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
- Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
- Ingrese con su usuario y contraseña
- Ingrese a la opción PAGOS
- Opción TRAMITES NO EN LINEA
- Opción GENERAR COMPROBANTE
- Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
- Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
- Imprima el comprobante
- Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea (Manual de uso)
- Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
- Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.
- Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

3.6 Permiso de funcionamiento del Ministerio del Interior o P.A.F. (Permisos Anuales de Funcionamiento)

Para obtener el Permisos Anuales de Funcionamiento (P.A.F.), se debe seguir los siguientes pasos:

- Ingresar a la página:
http://www.mdi.gob.ec/app.sitmint7/logueo/login_ms_pf.php
- Regístrese como usuario del sistema P.A.F.
- Registre su establecimiento
- Ingrese un trámite de nuevo permiso
- Generar trámite
- Verificación de requisitos: Aquí se debe adjuntar la Patente y LUAE.
- Notificaciones recibidas: para conocer la fecha de pago del permiso en el Banco del Pacífico.
- Cancela el comprobante de pago.
- Ingresar al portal para imprimir el Permiso Anual de Funcionamiento. (Medina, 2021)

3.7 Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)

Para obtener el permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), se debe seguir los siguientes pasos.

Ingresar a la página: <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>

- Crear el usuario y contraseña.
- Declarar el año en curso.
- Llenar datos de Establecimiento.
- Buscar actividad económica de su establecimiento.
- Aceptar y declarar
- Acercarse al Banco del Pacífico o BanEcuador con el comprobante de ARCSA después de 24 horas.
- Al cabo de 48 horas revisar el portal del ARCSA para obtener su permiso de funcionamiento. (Medina, 2021)

4 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

4.1 Objetivo de área

La industria de bebidas alcohólicas genera desechos inorgánicos por la utilización de botellas de vidrio, plásticos y cartones.

Una de las mayores problemáticas que afronta esta industria está asociada con la adulteración de las bebidas alcohólicas con elementos químicos que causan problemas de salud en las personas y en muchas ocasiones ha causado la muerte en personas que han consumido bebidas

En el aspecto social, el consumo de alcohol de manera irresponsable ha dado como resultado accidentes de tránsito, problemas familiares, adicción y entre otras circunstancias que no traen consigo buenas notificaciones.

En el Ecuador el alcohol es utilizado como un medio para interactuar y socializar.

4.2 Impacto ambiental

Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar la producción de licor.

4.2.1 Contaminación que ocasiona la basura:

Los materiales utilizados para comercializar el licor sean estos el vidrio y cartón y las etiquetas que van en el producto como elemento distintivo de la empresa.

Una de las medidas para mitigar o contrarrestar los efectos de contaminación causados por parte de la empresa es clasificar los desechos orgánicos e inorgánicos en contenedores de diferentes colores, donde se separe los materiales que si se pueden reciclar. Además, se plantea trabajar con empresas recicladoras de vidrio y cartón a quienes se les venderá el material reciclado.



4.2.2 Contaminación en los procesos de elaboración:

La contaminación generada durante el proceso de elaboración es más de tipo orgánico, estos residuos orgánicos se pueden aprovechar como abono para la tierra.

4.2.3 Consumo de electricidad:

Los frigoríficos donde se congelan la fruta (arazá) mucha energía

Consumo de energía por parte de los equipos tecnológicos (computadora, impresora)

4.2.4 Consumo de agua

Al momento de realizar la limpieza del establecimiento y los utensilios para la elaboración del licor.

Medidas para contrarrestar los impactos generados la microempresa de licor.

- Se colocarán contenedores para separar los desechos orgánicos e inorgánicos.
- Comprobar que la tubería que desemboca en el alcantarillado este en buen estado.
- Utilizar productos amigables para el medio ambiente.
- Mantener las refrigeradoras y congeladoras conectadas a un adaptador de consumo de energía.
- Utilizar los recursos energéticos únicamente cuando sea necesario

4.2.5 Impacto social

4.2.1.5 Trabajo

Edalv desarrollara un plan de gestión de talento humano con el fin de garantizar que el trabajador se sienta parte de la empresa, tenga la posibilidad de ascender de puesto y sus opiniones serán valoradas considerando, que el trabajador realmente es un colaborador que busca mejorar sus condiciones y las de la empresa con el fin de lograr un desarrollo colectivo.

4.2.2.5 Dinamización económica

Edalv propone que los agricultores diversifiquen la producción mediante el cultivo de recursos locales que no deterioran el suelo.

La ejecución del emprendimiento permitirá que otras ideas surjan y se innove día a día servicios o productos que existen en la localidad y son poco aprovechados.

5 PROCESO FINANCIERO

5.1 Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero del proyecto Edalv Licor, donde se indica la perspectiva del punto de vista económico y en donde se estudia cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para lograr posesionar la marca dentro del mercado gastronómico del Cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos.

5.2 Inversiones

Una inversión determina recursos con el objetivo de obtener un beneficio de compra o creación de activos o de capital, es decir el acto de no consumir esos recursos ahora para satisfacer necesidades en el presente, sino de destinarlos a satisfacer necesidades en el futuro.

5.3 Activos Fijos

Abarca equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$3.604,00.

Tabla 27 Activos Fijos

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0
Vehículo	0
Equipos Ind.	2695,00
Equipos de Computación	345,00
Muebles / Enseres	564,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	3604,00

Albán, E. (2021). Estructura Activos Fijos de Edalv. Nueva Loja.

5.4 Activos diferidos

Concierne en todos los gastos o inversión para la creación de la empresa.

Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$150 en lo que determina pagar la obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla 28 Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	150
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	150

Albán, E. (2021) Activos diferidos de Edalv. Nueva Loja.

5.5 Capital de trabajo

Son todos los recursos a utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, etc.

En lo que concierne al establecimiento, en el periodo de un año se dispone a pagar un total en sueldos de veinticuatro mil ochocientos cincuenta dólares con diez centavos, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de seiscientos ochenta y cuatro dólares, material de oficina (papelería, lápiz, etc) ciento setenta y cuatro dólares, material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc) seiscientos treinta y tres dólares con cuarenta y ocho centavos, el alquiler de local dos mil cien dólares, publicidad con mil cincuenta y seis dólares, costo de materia prima de tres mil quinientos dólares , gastos financieros dos mil cien dólares, dándonos un total de treinta y cinco mil noventa y siete dólares con cincuenta y ocho centavos

Tabla 29 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	24850,10
Servicios Básicos	684,00
Material oficina	174,00
Material limpieza	633,48
Servicio auto	0,00
Alquiler local	2100,00
Publicidad	1056,00
Materia Prima	3500,00
Gastos financieros	2100,00
TOTAL INVERSION	35097,58

Albán, E. (2021) Capital de trabajo de Edalv. Nueva Loja.

Tabla 30 Total inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	3604,00
Total Activos Diferidos	1800,00
Total Capital de Trabajo	35.097,58
TOTAL INVERSION	40.501,58

Albán, E. (2021) Total inversión de Edalv. Nueva Loja.

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de 40.501,58

5.6 Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales.

Tabla 31 Sueldos

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Administrador	675	8100	765,45	984,15	8318,70
Licorista 1	550	6600	623,7	801,9	6778,20
Licorista 2	550	6600	623,7	801,9	6778,20
TOTAL	1775	21300	2012,85	2587,95	21875,10

Albán, E. (2021) Sueldos de Edalv. Nueva Loja.

Tabla 32 Décimos

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL DECIMOS
Administrador	675	400	675	1075,00
Licorista	550	400	550	950,00
Licorista	550	400	550	950,00
TOTAL	1775	1200	1775	2975,00

Albán, E. (2021) Décimos de Edalv. Nueva Loja.

Tabla 33 Total décimos

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
21875,1	2975	24850,10

Albán, E. (2021) Total décimos de Edalv. Nueva Loja.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$24.850,10 anual.

5.7 Depreciación activos fijos.

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$440,89.

Tabla 34 Depreciación Activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	2695,00	10%	269,50
Edificio	0	20%	0,00
Vehículos	0	5%	0,00
Equipos de Computación	345,00	33,33%	114,99
Muebles y Enseres	564,00	10%	56,40
TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			440,89

Albán, E. (2021) Depreciación Activos fijos de Edalv. Nueva Loja.

5.8 Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a ciento treinta dólares, ya que el monto por constitución equivale a ciento cincuenta dólares.

Tabla 35 Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitution	150	20%	30

Albán, E. (2021) Amortizaciones de Edalv. Nueva Loja.

5.9 Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$25.501,58 que equivale a una estructura del 63%; costo 12% con una tasa de descuento de 7,6 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$15.000,00 con una estructura del 37% , el costo es del 14 % que otorga el 5,2% de tasa de descuento; con un Total Inversión de \$ 40.501,58 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 12,7% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 36 Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	25.501,58	63%	12%	7,6%	
Capital Financiero	15.000,00	37%	14%	5,2%	
TOTAL INVERSION	40.501,58	100%		12,7%	TMAR

Albán, E. (2021) Estructura de Capital de Edalv. Nueva Loja.

5.10 Tabla de Amortización

Tabla 37 Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	15000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	15000
1	4369,25	2.100,00	2.269,25	12.730,75
2	4369,25	1.782,30	2.586,95	10.143,80
3	4369,25	1.420,13	2.949,12	7.194,68
4	4369,25	1.007,25	3.362,00	3.832,68
5	4369,25	536,57	3.832,68	0,00

Albán, E. (2021) Tabla de Amortización de Edalv. Nueva Loja.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 15.000,00 con una tasa del 14 % en un plazo de cinco con años; lo que con lleva al pago de interés de 536,57 y a su vez el pago capital de 3.832,68, de que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

5.11 Punto de equilibrio

Tabla 38 Costos fijos

Costos fijos	
Materia prima	291,67
Arriendo	175,00
Sueldos	2070,84
Servicios Básicos	57
	2594,51

Albán, E. (2021) Costos fijos de Edalv. Nueva Loja.

Tabla 39 Margen de contribución

Producto	BOTELLA	CARTON	Total Producto	VALOR BRUTO
Precio	7,49	12,49	19,98	
Costo	3,4	5,84	9,24	
Ganancia	4,09	6,65	10,74	
G. Total	10,74			

Albán, E. (2021) Margen de contribución de Edalv. Nueva Loja.

Tabla 40 Punto de equilibrio

VENTA	242	19,98	4826,7
COSTO	242	9,24	2232,1
GASTO			2594,5
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Albán, E. (2021) Punto de Equilibrio de Edalv. Nueva Loja.

En el punto de equilibrio se indica la cantidad de ventas que alcanza a cubrir todos los costos donde no existe pérdida ni ganancia, de acuerdo a los análisis realizados se determina que la empresa debe realizar una venta de 8,1 unidades diariamente, lo cual representa en el mes 242 unidades a vender.

Para proyectar las ventas en base a la pregunta 7 de nuestra encuesta que nos indica que los consumidores prefieren las presentaciones en vidrio y cartón con un 86% aproximadamente y ese será nuestro porcentaje de proyección de ventas y se enfocará la producción inicialmente en esas dos presentaciones.

242 PE x 86% proyección de ventas

$$242 * 0,86 = 208,12$$

$$242 + 208,12 = 450,12 = \mathbf{450}$$
 en valores absolutos

Tabla 41 Ventas proyectadas

VENTAS PROYECTADAS			
450	8991	107892	ventas
450	4158	49896	costo

Albán, E. (2021) Ventas proyectadas de Edalv. Nueva Loja.

5.12 Estado de Resultados

El Estado de Resultados se basa en un periodo de cinco años, en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto de utilidad en el primer año y proyectarlas para los 5 años de análisis económico.

Tabla 42 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		107892,00	111139,55	114484,85	117930,84	121480,56
COSTO DE VENTAS		49896,00	51397,87	52944,95	54538,59	56180,20
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		57996,00	59741,68	61539,90	63392,26	65300,36
GASTOS ADMINISTRATIVOS		24850,10	25598,09	26368,59	27162,29	27979,87
SERVICIOS BASICOS		684,00	704,59	725,80	747,64	770,15
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		807,48	831,79	856,82	882,61	909,18
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		2100,00	2163,21	2228,32	2295,40	2364,49
PUBLICIDAD		1056,00	1087,79	1120,53	1154,26	1189,00
DEPRECIACIONES		440,89	440,89	440,89	440,89	440,89
AMORTIZACIONES		30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
UTILIDAD OPERATIVA		28027,53	28885,33	29768,96	30679,18	31616,79
GASTOS FINANCIEROS		2100,00	1782,30	1420,13	1007,25	536,57
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		25927,53	27103,03	28348,82	29671,92	31080,22
BASE IMPOSITIVA		9398,73	9824,85	10276,45	10756,07	11266,58
UTILIDAD NETA		16528,80	17278,18	18072,38	18915,85	19813,64

Albán, E. (2021) Costo de ventas de Edalv. Nueva Loja.

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$16.528,80 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$19813,64.

5.13 Flujo de caja

El flujo de caja corresponde en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado, accediendo llevar el control de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de fluidez que posee la empresa.

Tabla 43 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		28027,53	28885,33	29768,96	30679,18	31616,79
DEPRECIACION		440,89	440,89	440,89	440,89	440,89
AMORTIZACION		30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
- BASE IMPOSITIVA		9398,73	9824,85	10276,45	10756,07	11266,58
- GASTOS FINANCIEROS		2100,00	1782,30	1420,13	1007,25	536,57
- PAGO CAPITAL		2.269,25	2.586,95	2.949,12	3.362,00	3.832,68
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-40501,58	14.730,44	15.162,12	15.594,14	16.024,74	16.451,85

Albán, E. (2021) Flujo de caja de Edalv. Nueva Loja.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$14.730,44, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$16.451,85

5.14 Cálculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

5.15 VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el van es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$14.109,39.

5.16 TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 26,09 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 12,74 % con el TMAR.

Tabla 44 Cálculo del TIR y el VAN

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	14.109,39
TIR	26,09%
TMAR	12,74%

Albán, E. (2021) Cálculo del TIR y el VAN de Edalv. Nueva Loja.

CONCLUSIONES

- A través del análisis técnico realizado en cuanto a la fundamentación teórica y los datos recopilados a través de encuestas se determina que la elaboración y comercialización de licor de arazá en la ciudad de Nueva Loja si es factible, debido que existe un alto consumo de alcohol en el Ecuador.
- Los licores o cualquier otra bebida alcohólica tienen mayor aceptación cuanto el sabor es muy agradable y se lo elabora con bajos grados de alcohol ese es un factor a considerar para poner énfasis en la elaboración inicialmente en la presentación de cartón y vidrio.
- El arazá por su parte al ser un fruto que crece en tierras pobres y es resistente a todo tipo de plagas es factible el cultivo de la fruta para la elaboración del licor, considerando que la fruta tiene un aroma agradable y además la cosecha de arazá se puede realizar hasta tres veces en el año.
- El precio que oferta Edalv en sus dos presentaciones de licor de arazá con respeto competencia es factible, estas dos presentaciones seleccionadas están basadas en las preferencias del consumidor realizada en la encuesta de demanda.
- Las ganancias que representa la venta del licor artesanal no permitirán sostener el negocio e ir aumentando la variedad de sabores y presentaciones para ampliar nuestro mercado de consumidores.

RECOMENDACIONES

- Para llevar a cabo el proyecto se debe considerar que es necesario que se trabaje coordinadamente con organismos y propietarios de fincas o haciendas para el cultivo de arazá, debido que al no ser una fruta que se encuentra durante toda la época del año.
- Se debe optar por almacenar y aprovechar en épocas de abundancia de cosecha para evitar escasez de la materia prima durante el período de producción, además se debe invertir en estudios biológicos respecto a la fruta para mejorar su calidad y producción.
- Es recomendable mantener un estudio de mercado para establecer y comportamiento y preferencia del cliente para lograr satisfacer sus necesidades.
- Es necesario desarrollar un plan de marketing más agresivo al inicio de las operaciones para introducir aceleradamente el producto, como también generar estrategias para fidelizar el cliente.
- Es recomendable ir ampliando el mercado de consumidores hacia otras provincias para incrementar el margen de rentabilidad y la sustentabilidad del negocio.

ANEXOS

Ilustración 27 Equipos industriales (Congelador)



Ilustración 28 Equipos industriales (Barriles para madurar el licor)



Ilustración 29 Equipos industriales (Mesa de acero inoxidable)



Ilustración 30 Equipos de computación (Laptop e impresora HP)



Ilustración 31 Muebles y enseres de oficina



Ilustración 32 Herramientas de producción



Referencias

- Asesorías. (2020). *Competencia directa. Definición, características y ejemplos*. Obtenido de [Página web asesrías.com: https://asesorias.com/empresas/normativas/mercantil/competencia-directa/](https://asesorias.com/empresas/normativas/mercantil/competencia-directa/)
- Asesorías. (2020). *Competencia indirecta. Características y ejemplos*. Obtenido de [Página web asesorias.com: https://asesorias.com/empresas/normativas/mercantil/competencia-indirecta/](https://asesorias.com/empresas/normativas/mercantil/competencia-indirecta/)
- Banco Central del Ecuador (BCE). (30 de Noviembre de 2021). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA SE RECUPERARÁ 3,1% EN 2021*. Obtenido de [Página Banco Central del Ecuador: https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1394-la-economia-ecuatorial-se-recuperara-3-1-en-2021](https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1394-la-economia-ecuatorial-se-recuperara-3-1-en-2021)
- BODEGACHORRO. (s.f.). <http://www.bodegachorro.com>. Obtenido de [http://www.bodegachorro.com: http://www.bodegachorro.com/licores.html](http://www.bodegachorro.com/licores.html)
- BRV Arquitectura. (2019). *¿Qué es un estudio de arquitectura?* Obtenido de [Blog BRV: https://www.brv-arquitectura.com.ar/que-es-un-estudio-de-arquitectura/](https://www.brv-arquitectura.com.ar/que-es-un-estudio-de-arquitectura/)
- Circulante. (2021). *¿Qué es un proveedor?* Obtenido de [Blog Financiero: https://circulante.com/finanzas-corporativas/que-es-un-proveedor/](https://circulante.com/finanzas-corporativas/que-es-un-proveedor/)
- Deborah. (25 de Julio de 2015). <https://www.definicion.co>. Obtenido de [https://www.definicion.co: https://www.definicion.co/comercializacion/](https://www.definicion.co/comercializacion/)
- Diccionario de Marketing. (16 de Abril de 2021). *Producto aumentado*. Obtenido de [Dircomfidencial: https://dircomfidencial.com/diccionario/producto-aumentado-20161011-1638/](https://dircomfidencial.com/diccionario/producto-aumentado-20161011-1638/)
- Douglas da Silva. (26 de Abril de 2021). *¿Cómo hacer una filosofía empresarial en 5 pasos?* Obtenido de [Página web Zendesk: https://www.zendesk.com.mx/blog/filosofia-empresarial/](https://www.zendesk.com.mx/blog/filosofia-empresarial/)
- ECONOMIPEDIA. (05 de Febrero de 2017). <https://economipedia.com>. Obtenido de [https://economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html](https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html)
- Ecuador en cifras. (2020). *Consumo de alcohol en el Ecuador*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Revistas/Postdata/postdata01/files/assets/downloads/page0006.pdf>
- EDUCALINGO. (s.f.). <https://educalingo.com>. Obtenido de [https://educalingo.com: https://educalingo.com/es/dic-es/factibilidad](https://educalingo.com/es/dic-es/factibilidad)

- El Universo. (28 de Agosto de 2011). *Licor con metanol, que deja hasta ahora 48 muertes, circulaba sin ningún control. En la mayoría de casos, los envases tenían inscritos registros falsos o adulterados*. Obtenido de Página Web El Universo: <https://www.eluniverso.com/2011/08/28/1/1447/4-ministerios-manejan-control-sanitario-escaso-resultado.html/>
- ESERP. (2021). *Que es el organigrama de una empresa*. Obtenido de Página web Eserp Bussines & Law School: https://es.eserp.com/articulos/organigrama-empresa/?_adin=02021864894#que-es-un-organigrama-empresarial
- FMK. (10 de Septiembre de 2021). *Productos sustitutivos*. Obtenido de Página web foromrketing: <https://www.foromarketing.com/diccionario/productos-sustitutivos/>
- GAD Lago Agrio. (2021). Requisitos para obtener la patente municipal en el Cantón Lago Agrio. *Requisitos del GAD Lago Agrio (Facilitado en la Ventanilla)*. Nueva Loja, Sucumbíos, Ecuador: Gobierno Autónomo Descentralizado del Canton Lago Agrio.
- Gestiopolis. (2021). *Investigación de mercados. Qué es, importancia, tipos, beneficios*. Obtenido de Página weg gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/que-es-la-investigacion-de-mercados/>
- IESS. (11 de 01 de 2021). *IESS*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/home-preguntas-frecuentes/>
- Imaginario, A. (2021). *Significado de FODA*. Obtenido de Página web Significados.com: <https://www.significados.com/foda/>
- Jaimes, J. (23 de Abril de 2018). *¿Qué es Mercadotecnia? Ejemplos prácticos, reales y geniales con los que puedes responder a esta pregunta*. Obtenido de Página web rdstation: <https://www.rdstation.com/es/blog/mercadotecnia/>
- ONU. (2020). *Influencia de las tecnologías digitales*. Obtenido de Página web Organización de las Naciones Unidas: <https://www.un.org/es/un75/impact-digital-technologies>
- Orellana, P. (07 de Abril de 2020). *Desarrollo Organizacional*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo-organizacional.html>
- Pucio, P. (s.f.). <https://www.monaconatureencyclopedia.com/>. Obtenido de <https://www.monaconatureencyclopedia.com/>: <https://www.monaconatureencyclopedia.com/eugenia-stipitata-2/?lang=es>

Quiroa, M. (11 de Septiembre de 2019). *Producto Real*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/producto-real.html>

Ramírez, N. (2017). <http://www.alambiques.com>. Obtenido de <http://www.alambiques.com>: <http://www.alambiques.com/licores.htm>

Ranís, A. (20 de Diciembre de 2016). *Macroentorno*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/macroentorno.html>

Ranís, A. (04 de Diciembre de 2016). *Miconentorno*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/microentorno.html#:~:text=El%20microentorno%20se%20utiliza%20para,que%20exista%20la%20actividad%20comercial>.

Rey, U. (s.f.). <https://www.monografias.com>. Obtenido de <https://www.monografias.com>: <https://www.monografias.com/trabajos/comercializa/comercializa.shtml#:~:text=La%20funciones%20universales%20de%20la,y%20evaluar%20bienes%20y%20servicios>.

Roldán, P. (23 de Noviembre de 2016). *Marca*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/marca.html>

Roldán, P. (04 de Noviembre de 2018). *Intermediario*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/intermediario.html#:~:text=Un%20intermediario%20es%20un%20agente,o%20comisi%C3%B3n%20por%20su%20labor>.

SE. (s.f.). <http://www.2006-2012.economia.gob.mx>. Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx>: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion>

SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES. (12 de 01 de 2021). *SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>

SRI. (16 de 12 de 2020). *SRI*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/regimen-impositivo-simplificado-rise>

SUPERCAMARERO. (06 de Diciembre de 2019). <https://www.supercamarero.com>. Obtenido de <https://www.supercamarero.com>: <https://www.supercamarero.com/2019/12/que-son-los-licores-y-sus.html#:~:text=los%20licores%20son%20aguardientes%20compuestos,diferentes%20respecto%20al%20destilado%20original>.

- Tesis de Investigadores. (13 de Junio de 2018). *Tipo y Modalidad de la Investigación. Ejemplo.* Obtenido de Blog Tesis de investigación: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2013/06/tipo-y-modalidad-de-la-investigacion.html>
- Thompson, I. (2021). *Definición de cliente.* Obtenido de Página promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Torres, M., Paz, K., & Salazar, F. (s.f.). *Tamaño de una muestra para una investigación de mercado.* Obtenido de Universidad Rafael Landívar: http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL_02_BAS02%20DETERMINACION%20TAMA%20C3%91O%20MUESTRA.pdf
- Ucha, F. (Marzo de 2010). <https://www.definicionabc.com>. Obtenido de <https://www.definicionabc.com>: <https://www.definicionabc.com/general/fabricacion.php>
- Westreicher, G. (30 de Mayo de 2020). *Entorno empresarial.* Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/entorno-empresarial.html#:~:text=El%20entorno%20empresarial%20es%20el,la%20actividad%20de%20una%20compa%C3%B1a%20C3%ADa.&text=El%20entorno%20empresarial%20engloba%20entonces,a%20lo%20cual%20debe%20desenvolverse>.