



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de  
emprendimiento previo a la obtención del Título de  
Licenciada de Empresas**

**TEMA: “Creación de una microempresa productora y  
comercializadora de licores artesanales a base de frutas  
exóticas producidas en la ciudad de Ambato,  
Tungurahua”**

**AUTORA: Vanessa Alexandra Mera Salazar**

**TUTOR: Ing. Washington Marcelo Gallardo Medina, Mg.**

**AMBATO-ECUADOR**

**Julio 2023**



## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Ing. Washington Marcelo Gallardo Medina, Mg.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Creación de una microempresa productora y comercializadora de licores artesanales a base de frutas exóticas producidas en la ciudad de Ambato, Tungurahua**” presentado por el señorita **Vanessa Alexandra Mera Salazar** para optar por el título de Licenciada de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 7 de julio del 2023



**Ing. Washington Marcelo Gallardo Medina, Mg.**

**C.I. 180341501-5**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Vanessa Alexandra Mera Salazar**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



**Vanessa Alexandra Mera Salazar**

**C.I.1805175443**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadoros, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



**Ing. William Fabián Teneda Llerena, Mg.**

**C.I. 180167004**



**Lic. Ruth Armenia Zamora Sánchez, Mg.**

**C.I. 1205775461**

Ambato, 7 de julio del 2023

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



**Vanessa Alexandra Mera Salazar**

**C.I.1805175443**

## DEDICATORIA

*El presente proyecto de emprendimiento está dedicado principalmente a Dios, por darme la vida para cumplir un logro en mi vida profesional.*

*A mis padres Ángel y Narcisa quienes son ejemplo de perseverancia por brindarme su amor y apoyo incondicional. A mis docentes por ser portadores de conocimientos, sabiduría y paciencia para llenarme de enseñanzas.*

*A mi esposo Gabriel e hija Gabriela por ser inspiración y motivación en este y todos los procesos, gracias a ellos y su apoyo he logrado mis metas.*

*A mis hermanos Freddy y Ana, para ustedes mis mejores deseos y anhelos, a mi familia y amigos, por sus consejos para lograr cumplir mi sueño.*

## AGRADECIMIENTO

*A Dios: Gracias, mi padre amado por darme salud y vida, conocimiento y sabiduría para lograr mis sueños y metas.*

*A mis padres: Personas guerreras que sin duda son ejemplo de perseverancia y valentía, que con sus consejos encaminaron mi vida profesional de una manera sensacional.*

*A mi familia: Sin duda el pilar fundamental de todos mis logros, siendo siempre incondicionales en mi vida.*

*A mi tutor: Ingeniero Marcelo Gallardo, que con su enseñanza y paciencia fue fundamental para la realización de esta meta académica.*

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DERECHOS DE AUTOR .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE GENERAL .....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xv
ÍNDICE DE TABLAS .....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	ix
ABSTRACT.....	x
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>1</b>
1.1 Definición del problema de investigación.....	1
1.1.1 Contextualización .....	1
1.2.1 Árbol de problemas.....	5
1.2. Análisis del árbol de problemas.....	6
1.3 Árbol de Objetivos .....	7
1.3 Alternativas de Solución .....	8
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>9</b>
<b>DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....</b>	<b>9</b>
2.1 Nombre del emprendimiento .....	9
2.1 Localización geográfica .....	9
2.3 Justificación.....	10
2.4 Objetivos .....	12
2.4.1 Objetivo General.....	12
2.4.2 Objetivos específicos .....	12
2.1 Resultados alcanzar .....	13
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>14</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>14</b>



3.1 Descripción y características del producto.....	<b>14</b>
3.2 Segmentación de mercado.....	<b>19</b>
3.2.1 Mercado Objetivo .....	22
3.2.1 Población.....	22
3.2.1 Muestra .....	23
3.1 Metodología de la investigación.....	<b>24</b>
3.3.1 Enfoque del estudio.....	24
3.3.1 Tipo de Investigación.....	24
3.3.3 Descriptivo .....	24
3.3.4 Técnica .....	25
3.3.5 Cuestionario .....	25
3.4 Resultados del estudio del mercado .....	<b>26</b>
2.- ¿Consume Ud. regularmente algún tipo de bebida alcohólica? .....	27
Gráfico 5: .....	27
Análisis .....	28
3.- ¿Qué tipo de licor consume con frecuencia? .....	28
Gráfico 6: .....	29
Análisis .....	29
Gráfico 7: .....	30
Análisis .....	30
Gráfico 8: .....	31
Análisis .....	31
Gráfico 9: .....	32
Análisis .....	32
Gráfico 10: .....	33
Análisis .....	34
Gráfico 11: .....	34
Análisis .....	35
9.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar Ud. por un litro de licor artesanal a base de frutas exóticas?.....	35
Análisis .....	36
3.1 Estudio de la demanda.....	<b>36</b>

3.1.1 Cálculo de la demanda .....	37
3.1.1 Demanda en personas .....	37
3.1.1 Proyección de la demanda en personas .....	38
3.5.4 Estudio de la demanda en productos.....	39
3.5.5 Demanda proyectada en productos .....	40
Análisis .....	41
3.6 Estudio de la oferta .....	41
3.6.1 Estudio de la oferta en personas.....	41
3.6.2 Oferta proyectada en personas .....	43
Análisis .....	44
3.6.3 Estudio de la oferta de productos .....	44
3.6.4 Proyección de la oferta en productos .....	45
Análisis .....	47
3.7 Mercado potencial.....	48
3.8 Demanda potencial insatisfecha (DPI).....	48
Análisis .....	49
3.9 Análisis de precios .....	49
Análisis .....	51
<b>3.10 Comercialización.....</b>	<b>51</b>
3.10.1 Canales de comercialización (difusión) .....	51
Redes Sociales.....	51
Radio .....	52
3.10.2 Canales de distribución .....	52
Mayoristas.....	52
Minoristas .....	53
3.10.3 Estrategias de Distribución .....	53
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>59</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>59</b>
4.1 Tamaño óptimo del proyecto.....	59
4.1.1 Factores determinantes del tamaño .....	59
Financiamiento o disponibilidad del capital.....	59
Materiales indirectos .....	60

Análisis .....	62
<b>4.2 Localización .....</b>	<b>62</b>
4.2.1 Localización óptima.....	62
Macro localización .....	63
Gráfico 20: .....	64
4.2.3 Micro localización.....	64
<b>4.3 Ingeniería del proyecto .....</b>	<b>65</b>
4.3.1 Estado inicial Insumos de aplicación.....	66
4.3.2 Proceso de transformación.....	69
Tabla 32: .....	70
Tabla 33: .....	72
Equipos de área comercial .....	74
Suministros de oficina.....	75
Tabla 36: .....	76
Mano de obraTabla 37: .....	77
4.3.3 Estado final .....	77
Lavado de la fruta .....	77
Preparación del jarabe .....	78
Control de concentración .....	78
Picado y extracción .....	78
Adición de la fruta.....	79
Mezclado.....	79
Embotellado .....	79
Etiquetadora .....	79
Empacadora.....	79
Entrega del producto .....	79
Distribución física del sitio de la empresa.....	82
Planta de producción .....	82
Área comercial .....	82
Bodega .....	82
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>84</b>
<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>84</b>

5.1 Aspectos generales .....	<b>84</b>
Propuesta de logotipo.....	85
5.1.2 Eslogan.....	87
<b>“UNA BEBIDA ARTESANALMENTE EXÓTICA” .....</b>	<b>88</b>
5.2 Diseño organizacional .....	<b>88</b>
5.2.1 Visión de la empresa Exotic Liquors .....	88
5.2.2 Misión de la empresa Exotic Liquors .....	88
5.2.3 Valores corporativo.....	88
Honestidad .....	88
Responsabilidad .....	89
Ética .....	89
Paciencia .....	89
Puntualidad .....	89
Trabajo en equipo.....	89
Lealtad.....	90
Enfoque al cliente.....	90
5.3 Diseño de la estructura organizacional .....	<b>91</b>
5.4.1 Organigrama estructural.....	91
5.4.1 Organigrama de funciones .....	92
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>99</b>
<b>ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>99</b>
6.1 Activo corriente o circulante Efectivo y equivalente al efectivo .....	<b>99</b>
Análisis .....	100
6.1.1 Inventario para el consumo de Suministros de oficina .....	100
Análisis .....	101
6.1.2 Inventario para el consumo de Suministros de limpieza.....	101
Tabla 42: .....	101
Análisis .....	102
6.1.1 Total, activo corriente o circulante.....	102
Análisis .....	102
6.1 Inversión activos no corriente o fijo .....	<b>103</b>
6.2.1 Maquinaria .....	103

Análisis .....	103
6.2.2 Equipos de cómputo.....	104
Tabla 45: .....	104
Análisis .....	104
6.2.3 Muebles y enseres .....	104
Análisis .....	105
<b>6.3 Pasivo .....</b>	<b>105</b>
<b>Formula .....</b>	<b>106</b>
Pasivo Corriente .....	106
6.3.1 Financiamiento.....	108
<b>6.4 Presupuesto de costos y gastos .....</b>	<b>110</b>
Análisis .....	111
6.4.2 Insumos .....	111
Análisis .....	112
Materiales indirectos de producción de licores artesanales a base de frutas exóticas	112
Tabla 55: .....	112
Análisis .....	113
6.4.4 Depreciación .....	113
Análisis .....	113
6.4.5 Amortización.....	114
6.4.6 Mano de obra directa Tabla .....	114
Análisis .....	115
6.4.7 Servicios Básicos .....	115
6.4.8 Costos Totales de producción .....	115
<b>6.5 Gastos administrativos.....</b>	<b>116</b>
6.5.1 Servicios básicos proporcionales .....	116
6.5.2 Sueldos administrativos .....	117
6.5.3 Suministros de oficina.....	118
6.5.5 Suministros de aseo.....	119
Costo de ventas .....	120
6.5.6 Sueldo vendedor.....	121
Publicidad y promoción .....	121

6.6 Gastos Financieros .....	<b>122</b>
6.6.1 Interés del préstamo .....	122
6.7 Presupuesto de costos totales.....	<b>123</b>
6.7.2 Balance General Proyectado Tabla 72: .....	126
6.1 Presupuesto de ingresos Tabla 73: .....	127
Análisis .....	127
Estado de resultados proyectado .....	127
6.3 Punto de equilibrio .....	131
6.1 Punto de equilibrio .....	132
Fórmula: .....	133
Análisis .....	113
Punto de equilibrio en unidades producidas Fórmula:.....	113
Análisis .....	114
6.2 Estudio Financiero mediante indicadores de rentabilidad Cálculo de la TMAR sin financiamiento.....	116
<b>CAPÍTULO VII .....</b>	<b>121</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>121</b>
7.1 Conclusiones .....	121
7.2 Recomendaciones .....	122
<b>Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>123</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS .....</b>	<b>129</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Árbol de problemas 4.....	4
<b>Gráfico 2:</b> Árbol de objetivos.....	5
<b>Gráfico 3:</b> Localización geográfica .....	8
<b>Gráfico 4:</b> Pregunta 1 .....	21
<b>Gráfico 5:</b> Pregunta 2 .....	22
<b>Gráfico 6:</b> Pregunta 3 .....	23
<b>Gráfico 7:</b> Pregunta 4 .....	24
<b>Gráfico 8:</b> Pregunta 5 .....	25
<b>Gráfico 9:</b> Pregunta 6 .....	26
<b>Gráfico 10:</b> Pregunta 7 .....	26
<b>Gráfico 11:</b> Pregunta 8 .....	27
<b>Gráfico 12:</b> Pregunta 9 .....	29
<b>Gráfico 13:</b> Proyección de la demanda en personas .....	38
<b>Gráfico 14:</b> Demanda proyectada en productos .....	39
<b>Gráfico 15:</b> Oferta proyectada en personas .....	41
<b>Gráfico 16:</b> Estudio de la oferta en personas.....	42
<b>Gráfico 17:</b> Demanda potencial insatisfecha.....	43
<b>Gráfico 18:</b> Análisis de precio.....	45
<b>Gráfico 19:</b> Tamaño óptimo de comercialización .....	55
<b>Gráfico 20:</b> Macro localización .....	57
<b>Gráfico 21:</b> Micro localización.....	57
<b>Gráfico 22:</b> Ingeniería de proyecto.....	58
<b>Gráfico 23:</b> Logotipo .....	76
<b>Gráfico 24:</b> Organigrama estructural.....	79
<b>Gráfico 25:</b> Organigrama de funciones .....	80

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Beneficiarios.....	11
<b>Tabla 2:</b> Descripción y características de licores artesanales a base de frutas exóticas.....	12
<b>Tabla 3:</b> Segmentación Geográfica (INEC 2010).....	14
<b>Tabla 4:</b> Segmentación Geográfica (Proyección INEC 2021).....	14
<b>Tabla 5:</b> Segmentación de mercado.....	15
<b>Tabla 6:</b> Segmentación de mercado proyectado (INEC 2021).....	16
<b>Tabla 7:</b> Tasa de crecimiento poblacional proyectada (INEC 2021).....	17
<b>Tabla 8:</b> Principales aspectos de licores artesanales.....	29
<b>Tabla 9:</b> Inversión anual en licores artesanales.....	30
<b>Tabla 10:</b> Demanda en personas.....	37
<b>Tabla 11:</b> Proyección de la demanda en personas.....	37
<b>Tabla 12:</b> Estudio de la demanda en productos.....	38
<b>Tabla 13:</b> Demanda proyectada en productos.....	39
<b>Tabla 14:</b> Estudio de la oferta en personas.....	40
<b>Tabla 15:</b> Oferta proyectada en personas.....	40
<b>Tabla 16:</b> Estudio de la oferta en productos.....	41
<b>Tabla 17:</b> Estudio de la oferta en productos.....	42
<b>Tabla 18:</b> Demanda potencial insatisfecha.....	43
<b>Tabla 19:</b> Análisis de precio.....	45
<b>Tabla 20:</b> Análisis FODA.....	50
<b>Tabla 21:</b> Análisis DAFO.....	51
<b>Tabla 22:</b> Equipos para implementación.....	53
<b>Tabla 23:</b> Mano de obra para producción.....	54
<b>Tabla 24:</b> Tamaño óptimo de comercialización.....	54



<b>Tabla 25:</b> Localización óptima.....	56
<b>Tabla 27:</b> Equipos de producción.....	61
<b>Tabla 28:</b> Equipos de oficina.....	62
<b>Tabla 29:</b> Muebles y enseres .....	64
<b>Tabla 30:</b> Suministros de oficina.....	65
<b>Tabla 31:</b> Suministros de limpieza .....	66
<b>Tabla 32:</b> Mano de obra.....	66
<b>Tabla 33:</b> Empleados .....	75
<b>Tabla 34:</b> Matriz axiológica.....	78
<b>Tabla 35:</b> Efectivo de los socios.....	88
<b>Tabla 36:</b> Suministros de oficina.....	89
<b>Tabla 37:</b> Suministros de limpieza .....	89
<b>Tabla 38:</b> Activo corriente.....	90
<b>Tabla 39:</b> Maquinaria .....	90
<b>Tabla 40:</b> Equipos de cómputo.....	91
<b>Tabla 41:</b> Muebles y enseres .....	91
<b>Tabla 42:</b> Total Activo Fijo .....	92
<b>Tabla 43:</b> Datos de Tasa Circulante.....	92
<b>Tabla 44:</b> Datos del Capital de trabajo .....	93
<b>Tabla 45:</b> Inversión Inicial .....	93
<b>Tabla 46:</b> Financiamiento.....	94
<b>Tabla 47:</b> Plan de inversión del proyecto .....	94
<b>Tabla 48:</b> Costos de producción chaqueta deportiva .....	95

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto tiene como propósito analizar la viabilidad y potencial de un emprendimiento de elaboración de licores artesanales a base de frutas exóticas constituida en la ciudad de Ambato, para proporcionar a los clientes un producto novedoso y de calidad, que cubra con los estándares y gustos de la clientela.

La razón de introducir un negocio de licores artesanales a base de frutas exóticas se genera por el uso tradicional de bebidas importadas en establecimientos nocturnos de consumo. Al constituir un emprendimiento que utilice como materia prima las frutas exóticas, mejorará las ventas de los vendedores mayoristas y minoristas de dichas frutas, añadiendo que los habitantes ambateños tendrán bebidas menos dañinas para la salud y agradables a su paladar.

Primero, se desarrolló una investigación de mercados a fin de determinar el nivel de aceptación y factibilidad del producto en la ciudad. Además, se investigó la competencia ubicada en la ciudad; para lograr buscar oportunidades que permitan dotar de diferenciación al producto y así conseguir un aumento del valor de la empresa.

El método de análisis es cuantitativo, usando como herramienta una encuesta realizada a 170 personas de diferente nivel social y económico, que nos ayuda a entender la perspectiva de las personas en cuanto a los licores artesanales se refiere. Para optimizar los recursos de la empresa, se empleó un estudio técnico administrativo que ayude con dicho objetivo, para finalmente con el estudio económico financiero despejar las dudas de la viabilidad y rentabilidad que pueda tener el emprendimiento de licores artesanales.

**PALABRAS CLAVE:** INVESTIGACIÓN, BEBIDAS, EMPRENDIMIENTO, NATURAL, FRUTAS EXÓTICAS, FACTIBILIDAD

## **ABSTRACT**

The purpose of this project is to analyze the viability and potential of a venture that produces artisanal liqueurs made from exotic fruits, based in the city of Ambato, in order to provide customers with a novel and high-quality product that meets their standards and tastes.

The reason for introducing a business of artisanal liqueurs made from exotic fruits stems from the traditional use of imported beverages in nightlife establishments. By establishing a venture that uses exotic fruits as raw materials, it will help improve the sales of both wholesale and retail fruit vendors. Additionally, the residents of Ambato will have access to healthier drinks that are pleasing to their palates.

Firstly, market research was conducted to determine the level of acceptance and feasibility of the product in the city. Furthermore, the competition in the city was investigated to identify opportunities that would differentiate the product and increase the company's value.

The analysis method used is quantitative, employing a survey administered to 170 individuals from different social and economic backgrounds. This survey helps us understand people's perspectives regarding artisanal liqueurs. To optimize the company's resources, a technical-administrative study was conducted to assist with this objective. Finally, the economic and financial study was carried out to address any doubts regarding the viability and profitability of the artisanal liqueur venture.

**KEY WORDS:** RESEARCH, BEVERAGES, ENTREPRENEURSHIP, NATURAL, EXOTIC FRUITS, FEASIBILITY

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1 Definición del problema de investigación

##### *1.1.1 Contextualización*

El licor artesanal se lo dio a conocer en la edad media, por físicos y alquimistas en busca de remedios medicinales, pociones amorosas y cura para enfermedades, es ahí cuando se dieron cuenta que mediante la mezcla de frutas y hierbas se podía conseguir un líquido con un alto contenido de alcohol. Debido a esto, se dice que el licor artesanal está asociado con la medicina antigua, esta premisa sigue vigente hasta el día de hoy, para robustecer la idea de que una bebida sea cual sea su objetivo de uso, siempre y cuando este generada con productos naturales es mejor que otras de diferente procedencia. (Reyes, Pino, & Moreira, 2020).

A nivel mundial, se está notando que la demanda de productos naturales va en aumento, en Europa más del 56% de las personas optan por estos productos al poseer una mentalidad consciente de salud, el restante de la población escoge productos 100% naturales al evitar comer carne, ya que mantienen una dieta vegana. Después de vivir una pandemia los productos agrícolas han ido en aumento, los individuos logran interiorizar en el hogar la idea de consumir productos que no tengan químicos en exceso, la crisis que afectó a todo el mundo logró que la gente se concientice al momento de consumir los alimentos (OMS, 2020; Urcola & Nogueira, 2020).

Los países que buscan producir e importar bebidas alcohólicas con extractos naturales miran al país en donde el ingreso promedio mensual es de más de 5 mil dólares y en donde el mercado como, por ejemplo, el de los vinos naturales va en aumento desde 1996. En Estados Unidos, California es el Estado que más consume y produce vinos, del cual, la mitad de los clientes consumen un vino o más por semana; más de la mitad de los clientes son denominados clientes habituales, lo cual es una atracción para países que se

especializan en vinos y que tienen la materia prima en su propio suelo; caso contrario de Estados Unidos que no posee ventaja comparativa en productos agrícolas (Pigazos, 2019; Rock & Sánchez, 2002).

## **MESO**

A nivel de Latinoamérica la situación no cambia, las personas cada vez se esmeran más por cumplir con estándares propios de salud, sin embargo, la cantidad de personas que consumen bebidas alcohólicas es mucho mayor que al de Europa, según la OMS (2020), en los últimos años las bebidas alcohólicas han generado daños en la vida de las personas por el alto grado de alcohol, cada vez los riesgos son más graves por el consumo excesivo de alcohol. Un dato importante es que; el vino es la bebida más consumida por las personas de Latinoamérica; por dicha razón, la creación de bebidas artesanales es la solución más rápida para obtener una rebaja en los riesgos de las bebidas alcohólicas importadas (Monteiro, 2013).

Un ejemplo de las ventajas que pueden evidenciarse al momento de montar un emprendimiento de licores artesanales son mostrados en el trabajo de Bueno (2018), en donde utiliza frutas como la base para generar el licor; dicho producto ayudó a que las personas escojan un producto menos perjudicial para su salud, ya que, en Colombia, el licor más ingerido es el aguardiente que se realiza de manera artesanal pero que no utiliza ningún ingrediente que resulte benéfico para la salud.

En países como México, al tener un alto grado de consumo en las bebidas alcohólicas por los ciudadanos, las autoridades optan por promocionar bebidas artesanales, la bebida alcohólica por definición debe tener 14° de alcohol para ser llamada bebida alcohólica, sin embargo, estudios muestran que el consumo excesivo causa graves problemas de salud, es por eso que, las bebidas a base de fruta,

bsustituyen la cantidad de alcohol con bebidas de alto grado en calorías que no resultan ser perjudiciales (Rivera et al., 2008).

En el estudio de Montoya et al. (2005), se realizó la incorporación de licor a base de mora de castilla en el mercado colombiano, en donde los licores poseen desde el 25% hasta el 55% de pulpa de mora sustituyendo a más del 50% del porcentaje de alcohol, este ejemplo es otro de los muchos emprendimientos que se han realizado a nivel de América Latina para encontrar un sustituto del alcohol.

## **Micro**

A nivel de Ecuador, el consumo de bebidas incrementa por la variedad existente de bebidas, algunas contienen más grado de alcohol que otras, por lo que, es una buena oportunidad de mercado comercializar bebidas alcohólicas, subrayando que, los ingresos fiscales por parte de los impuestos a bebidas alcohólicas ha sido una fuente de grandes ingresos para el país (Larrea Paredes & Larrea Paredes, 2018).

Según datos del BCE (2023), la oferta de bebidas alcohólicas supera el millón y medio de unidades, teniendo un aumento periódico desde el 2007, para el año 2019, las ventas nacionales de bebidas alcohólicas aportaron con USD 1.004 millones de dólares al PIB ecuatoriano, de igual manera según el SRI (2023) desde el 2018, ha habido una contracción en las ventas de bebidas alcohólicas hechas en Ecuador, en otras palabras, las personas poco a poco van cambiando la perspectiva de consumir alcohol más seguido, desde el año 2015, la contracción de las ventas de este tipo de bebidas es del 1%.

La oportunidad de mercado en el país es alta, el deseo por ingerir bebidas alcohólicas sigue vigente, sin embargo, al vender una idea de diversión sin efectos negativos como la cerveza, los clientes optaran por comprar bebidas que no perjudiquen su salud y tampoco perjudiquen la diversión que siempre cuestionaron.

En el tema artesanal, el Ecuador ha optado por ingerir bebidas embriagantes desde la época prehispánica, hoy en día dentro del mestizaje cultural los ecuatorianos consumen aguardiente; que según los estudios es una bebida que contiene propiedades medicinales, las regiones no dejan de lado la obsesión por probar bebidas que pueden ser perjudiciales

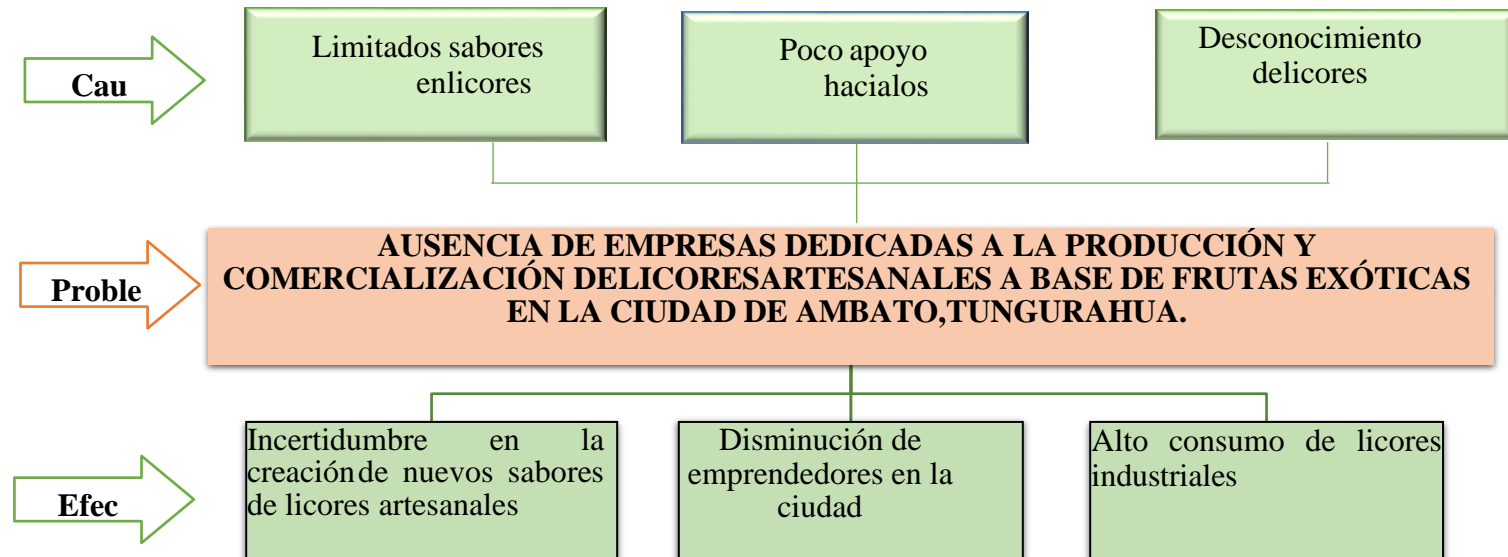
o no para ellos mismo, las bebidas artesanales tienen mayor aceptación que el vino puro en la mayoría de los sectores del Ecuador (Hormaza Muñoz, 2020).

### 1.2.1 Árbol de problemas

**Tema:** Creación de una microempresa productora y comercializadora de licores artesanales a base de frutas exóticas producidas en la ciudad de Ambato, Tungurahua.

#### Gráfico 1:

*Elaboración de licores artesanales*



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023



## **1.2. Análisis del árbol de problemas**

Mediante este árbol de problemas podemos conocer las diferentes causas y efectos que serán de ayuda para entender las diferentes necesidades que existen por parte de los clientes y por el mercado en el que se pretende ubicar una microempresa productora y comercializadora de licores artesanales a base de frutas exóticas, por lo que, dentro del problema podemos decir que:

La ausencia de empresas dedicadas a la producción y comercialización de licores artesanales a base de frutas exóticas en la ciudad de Ambato se debe a que, las empresas dedicadas a producir bebidas alcohólicas se han enfocado en comercializar en su gran mayoría el licor destilado, dejando de lado las bebidas elaboradas de forma natural con frutas, hierbas, etc.

Debido a la limitación en cuanto al aumento de nuevos sabores en los licores artesanales a base de frutas exóticas, ha existido incertidumbre en cuanto a la creación de un nuevo sabor, el cual se pueda incrementar en estas bebidas artesanales, el desconocimiento por parte de la gente puede ser un factor que condicione las ventas de un producto diferente.

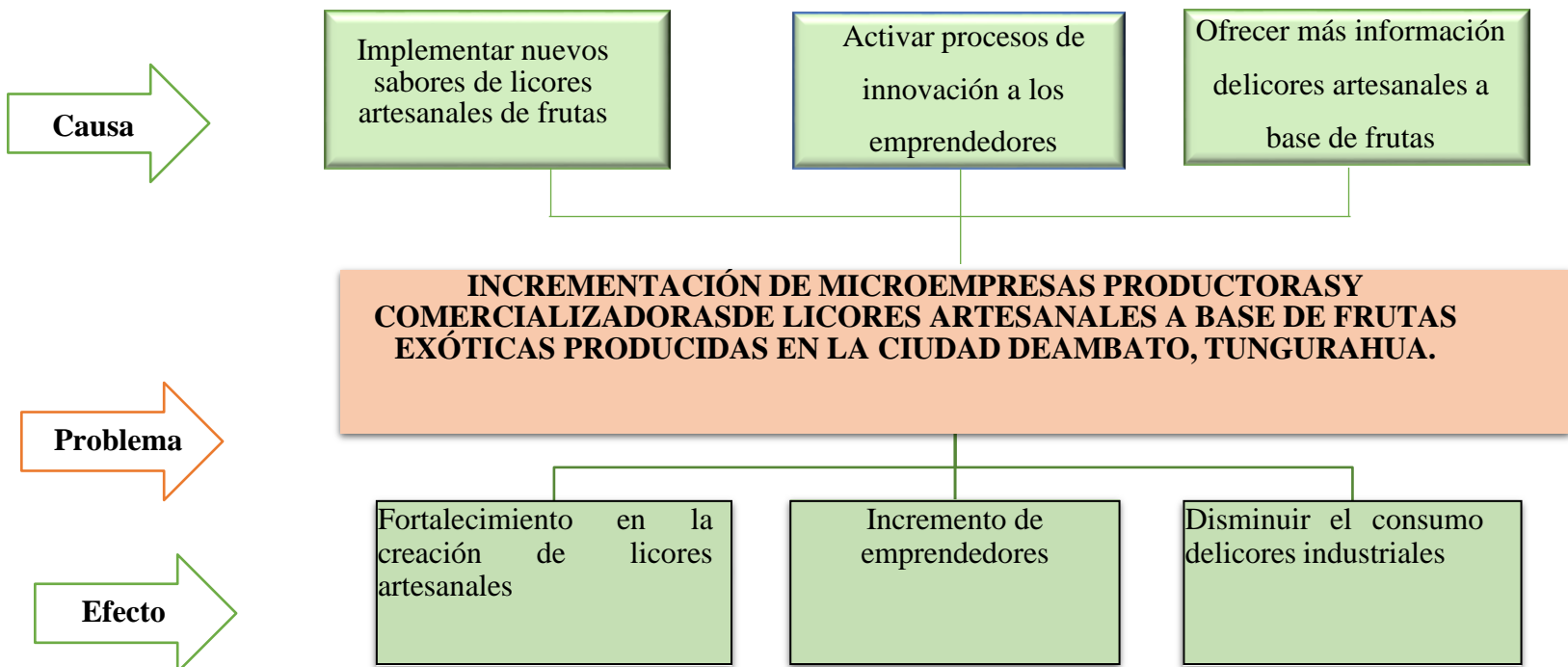
Para finalizar, en la provincia de Tungurahua, específicamente en la ciudad de Ambato, se verifica que no existe un apoyo para quienes quieren comenzar un emprendimiento, ya sea de bebidas artesanales o de cualquier otro tipo, el apoyo por parte de los ciudadanos muchas de las veces son nulas por la desconfianza que genera un nuevo producto en el mercado, por lo que, los emprendimientos nacientes solo se concentran en productos que ya son recurrentes en los locales.

### 1.3 Árbol de Objetivos

**Tema:** Creación de una microempresa productora y comercializadora de licores artesanales a base de frutas exóticas producidas en la ciudad de Ambato, Tungurahua.

**Gráfico 2:**

*Árbol de objetivos*



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

## **Análisis del árbol de objetivos**

Mediante la implementación de empresas dedicadas a la producción y comercialización de licores artesanales a base de frutas exóticas, se busca satisfacer las diferentes necesidades de los consumidores, generando así bebidas diferentes a las habituales, brindándoles nuevos sabores, de calidad, sobre todo, a un cómodo precio, para que los clientes adquieran el producto sin ninguna dificultad.

En la actualidad, las personas buscan algún tipo de bebida para acompañar las distintas actividades como son las reuniones familiares, cumpleaños, festividades de pueblo, etc. Por lo que optan por comprar licores que son de fácil acceso en tiendas, supermercados y licorerías, dichos licores tienen como proceso de producción la destilación, muy común en la mayoría de las bebidas.

Para finalizar, con la creación de una empresa que produzca y comercialice licor artesanal a base de frutas exóticas, se busca brindar al cliente un sabor diferente a lo habitual, darles una bebida elaborada de forma natural acompañada de varios frutos exóticos que brindan una combinación única.

### **1.3 Alternativas de Solución**

- Analizar la posición que tiene dentro del mercado, para la aceptación de una empresa productora y comercializadora de licores artesanales a base de frutas exóticas.
- Brindar la materia prima necesaria para la producción de estas bebidas con el fin de ofrecer un producto de calidad y que satisfaga todas las necesidades de los clientes.

## CAPÍTULO II

### DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

#### 2.1 Nombre del emprendimiento

que sean apreciados y diferenciados tanto para el mercado interno como para el mercado externo (Love & Roper, 1987).

Elaboración de licores artesanales a base de frutas exóticas en la ciudad de Ambato, Tungurahua. El siguiente emprendimiento será nombrado como “Exotic Liquors” cuyo nombre está inspirado en las frutas exóticas que serán utilizadas para la elaboración de este producto; nuestro lema a transmitir es “gran licor, para grandes personas”. Este proyecto busca ofrecer un tipo de licor diferente, una bebida artesanal combinada con el sabor extravagante de las frutas exóticas que son producidas en esta ciudad, brindando al consumidor un producto de calidad rico en su especie.

**Tipo de empresa:** se la considerará una microempresa perteneciente al sector secundario.

#### 2.1 Localización geográfica

**Dirección:** Pinllo calles Maugeri 06-125 y Alejandro Chávez

**Provincia:** Tungurahua

**Cantón:** Ambato

**Localización geográfica**

### Gráfico 3:

#### Localización Geográfica



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

**Fuente:** Google Maps

### 2.3 Justificación

El motivo por el cual se desarrollará un emprendimiento de licores artesanales a base de frutas exóticas es por la falta de productos sustitutos del licor fermentado de manera tradicional, al tener ingredientes que puedan ser regulados de manera individual, se cumplirá con la exigencia de cada grupo de clientes; existen variedad de gustos y de preferencias en el mercado de bebidas y distribución que al tener frutas exóticas dotara de diferenciación al emprendimiento.

Para escoger las frutas, se seleccionó el grupo de frutas exóticas que son: mora, limón, durazno, fresa, capulí y cereza, según Valencia et al. (2020) las frutas exóticas tropicales son frutas que se cosechan en climas cálidos, sin embargo, muchas de estas frutas no son cultivadas en climas cálidos; por esta razón, se les denomina como productos exóticos, que según su definición; son productos originarios de otros países y culturas diferentes a las nuestras, un ejemplo, es el limón que es proveniente de Asia (Botero et al., 2007).

Como en todos los lugares, la preferencia por el alcohol solo varia en las regiones; existe una buena perspectiva a nivel nacional para contemplar un negocio de licores; Según el INEC (2017) las ciudades que más consumen alcohol son: Guayaquil, donde se destina al mes \$6,597,929 dólares en bebidas alcohólicas,

seguido de Quito con \$4,356,607 dólares y a nivel de país se destina \$37,062,218 dólares en lo que a bebidas alcohólicas se refiere (El telégrafo, 2017).

Para el Ecuador más del 20% de los adolescentes ingieren licor ocasionalmente, según el Consejo Nacional de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas (CONSEP, 2017) la encuesta realizada a chicos de 12 a 17 años de edad, arroja datos en donde se concluye que a nivel nacional más del 20% de la muestra ingiere alcohol y en Ambato más de 1.500 adolescentes consumen bebidas alcohólicas; hay que señalar que esta encuesta concretó a las bebidas alcohólicas que contengan más de 5 grados de alcohol y que sean productos importados de Colombia y Perú (Novoa, 2017).

Según el estudio de Larrea (2018) en el país, la cultura es prehispánica, los ecuatorianos ingieren bebidas alcohólicas tradicionales por los beneficios naturistas que brinda, por esta misma razón, la aceptación a nivel nacional de bebidas que son elaboradas a base de ingredientes naturales es del 5%.

Se define a un licor artesanal; como una bebida hidroalcohólica que es aromatizada por sustancias vegetales naturales, dependiendo el autor de dicha bebida puede mezclarla con alcoholes destilados, con extractos o simplemente combinar todos estos y así obtener un producto artesanal con personalización propia (Rodolfo et al., 2018).

En la mayoría de los países, la palabra licor es ligada con un proceso químico; cuando en realidad es lo contrario, una bebida alcohólica debe tanto de procesos artesanales como químicos, sin embargo, la idea ortodoxa del licor no se ha desvanecido; aun las personas ingieren bebidas artesanales por las cualidades curativas que tienen los productos,

Para la OMS (2019), Ecuador ocupa el noveno puesto en consumo de alcohol en América Latina, con un consumo promedio de alcohol de los ecuatorianos de 7,2 litros anuales (El comercio, 2019).

Como dato importante, en el mercado de licores abundan botellas de licor de contrabando, esto genera un perjuicio en las personas que prefieren productos que garanticen y salvaguarden la salud de las personas, según la Agencia Nacional de

Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCOSA, 2018) existen más de 500 botellas que no cumplen con el etiquetado respectivo, cerca de 15 establecimientos en promedio son controlados en la Zona 3 por día, para evaluar el origen de las botellas que son ofertadas en los bares y lugares de diversión (D. Moncayo, 2022).

Mediante la implementación de este emprendimiento, se espera posicionar un producto llamativo e innovador que su vez dote de seguridad a los ecuatorianos al momento de escoger productos que ayuden a la diversión de este, la idea es que los clientes se sientan seguros y satisfechos por el desarrollo de bebidas sin tantos químicos presentes; así también, a nivel de mercado, el producir con la ayuda los comerciantes minoristas mejora la calidad de vida de todos los comerciantes.

## **2.4 Objetivos**

### ***2.4.1 Objetivo General***

Realizar una propuesta para la creación de una microempresa productora y comercializadora de licores artesanales a base de frutas exóticas producidas en la ciudad de Ambato, Tungurahua.

### ***2.4.2 Objetivos específicos***

- Realizar una investigación de mercados a fin de determinar el nivel de aceptación y factibilidad del producto en la ciudad de Ambato.
- Elaborar un estudio económico-financiero con el fin de demostrar la productividad y rentabilidad
- Desarrollar un estudio técnico exhaustivo que determinar la factibilidad y los requisitos de producción y comercialización de los licores artesanales, considerando la capacidad de producción, los recursos y la cadena de suministro

**Tabla 1:**

*Beneficiarios*

<b>Implicados</b>	<b>Intereses</b>	<b>Beneficios</b>
<b>Proveedores</b>	Brindar materia prima de buena calidad.	Realizar licore artesanales de calidad y con un gran sabor.
<b>Clientes</b>	Obtener productos de acuerdo con sus necesidades y gustos.	Satisfacción a momento de obtener un licor elaborado a base de frutas exóticas.
<b>Operarios</b>	Otorgar licor de calidad.	Incrementar el número de clientes Y ventas.
<b>Medios de comunicación</b>	Entregar a la comunidad información sobre los nuevos emprendimientos.	Dar la suficiente información dentro del sector en el que se encuentr aubicado este emprendimiento.
<b>Emprendedores</b>	A través de ideas innovadoras, cubrir las necesidades que existen en el mercado, brindando nuevas opciones para los consumidores.	Lograr obtener una estabilidad económica, mediante una fuente de ingresos estable.
<b>Comunidad</b>	Crear nuevas fuentes de empleos.	Colaborar con la sociedad en el ámbito económico y a su vez en el ámbito social

---

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

## **2.1 Resultados alcanzados**



- Ejecutar un estudio de mercado con el fin de poder conocer cuál es la oferta y la demanda que existe en la provincia, para así poder conocer la aceptación a la que tendrán los licores artesanales en la ciudad de Ambato.
- Describir e identificar los diferentes tipos de materia prima que serán utilizados en la elaboración del licor artesanal a base de frutas exóticas.
- Ejecutar un estudio financiero que ayude a establecer una estabilidad económica de la empresa “Exotic Liquors”, la misma que estará ubicada en la ciudad de Ambato, Tungurahua.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Descripción y características del producto**

Para que una idea de emprendimiento se inserte dentro del mercado con éxito depende del protocolo que se aplique en pro de la estandarización de dicha idea, para Núñez (2000) antes de constituir un negocio se debe aplicar un estudio de mercado; por definición este estudio engloba la determinación de cuál es el tamaño de demanda en relación al servicio o producto que se plantea realizar, es decir, antes de entrar a la producción se debe programar la supuesta venta del negocio.

El estudio y aplicación de los negocios resulta trascendental porque según las cifras en Latinoamérica el país del Ecuador tiene los números más altos en cuanto a emprendimientos se refiere, así como el nivel más alto de fracaso de los negocios que cierran a corto plazo (Moncayo et al., 2021).

La microempresa “Exotic Liquors” ofertara como producto los licores artesanales a base de frutas exóticas, según París (2011) un producto podría ser un bien, servicio o idea que goza de valor subjetivo por parte de los consumidores. La empresa ofertara

los siguientes licores:

**Tabla 2:**

*Descripción y características de licores artesanales a base de frutas exóticas*

Producto	Descripción	Características
	<p>Según Rodríguez &amp; Ramírez (2016) el licor es una bebida hidroalcohólica aromatizada que es producto de algunos procesos como: maceración, infusión y destilación, en este caso como se oferta licor artesanal de frutas exóticas, se utiliza las frutas. Como primer licor tenemos el “Licor de Mora”</p>	<p>La combinación más recomendada para producir un licor artesanal de mora; es con el 75% de participación de la pulpa de mora, con la fermentación y los debidos procesos el saborde la mora no es muy fuerte, siendo agradable a los clientes que les gusta esta fruta. La Mora por si contiene calcio y vitamina C que ayudan a la salud de las personas (Montoya et al., 2005).</p>

**Licor Artesanal de Mora**



**Licor artesanal de Limón**

El licor de limón es conocido a nivel mundial, además que, es una bebida que consumen los italianos de manera frecuente y es conocido como limoncello, de los primeros licores que se realizaron con extracto

de fruta fue el del limón por sus propias capacidades para ser combinado en un proceso de dilatación (Reyes et al., 2011).

La bebida es conocida por su color amarillo limón claro a brillante, además de ser intenso en sabor a limón; pero más importante, la bebida se caracteriza por ser buena en digestibilidad con un aroma agradable

(Reyes et al., 2011). De igual forma el 75% es de la pulpa del limón.



**Licor artesanal de Durazno**

El licor artesanal de durazno es una bebida que se logra a partir de la conservación del durazno, al ser una fruta más delicada los procesos se demoran, sin embargo, en la mayoría de las empresas de licores utilizan el durazno para sus bebidas alcohólicas por el grado de aceptación entre sus clientes (Rodríguez & Ramírez, 2016).

Para este licor se utiliza el 55% de la pulpa del durazno, ya que, al utilizar más, debido a las propiedades de la fruta, el licor tendrá un fuerte olor, sin embargo, con el 55% de la pulpa el resultado es; una bebida dulce con un olor agradable para las personas que prefieren bebidas azucaradas.



**Licor artesanal de Fresa**

Este licor artesano de fresa se elabora desde años con el proceso de maceración, este proceso ayuda a que las fresas conserven su sabor (Castañeda et al., 2018)

Esta bebida tiene propiedades organolépticas y nutritivas aportando calorías a la persona gracias a que la fruta utilizada es la fresa, adjuntando que también posee un olor y un sabor agradable para las personas fanáticas de

las bebidas dulces  
(Castañeda et al.,  
2018)



**Licor artesanal de capulí**

Es uno de los licores más apreciados por la gente, es preparado con alcohol 96 grados como el aguardiente de caña y jugo de capulín. En el ecuador la fruta es muy consumida por cualquier persona.

Por propiedades del capulí el licor tiene un sabor ácido y dulce, se ocupa el 66% de la pulpa del capulí para no perderlos minerales y vitaminas que ofrece este producto.



**Licor artesanal de Cereza**

Es un licor elaborado por destilación del jugo de cereza ácida o silvestre, este licor es muy apreciado por los ingleses, es una bebida tradicional de aquel país por su valor ancestral (Mendoza et al., 2019).

Se caracteriza por su color rojo intenso y aroma a cerezas. Su sabor es suave al paladar, dulce y equilibrado. Los aromas y el sabor de este licor de cerezas presentan un equilibrio entre la fruta y el alcohol.

---

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### 3.2 Segmentación de mercado

Según Silva (2020) economista y especialista en marketing, la segmentación de mercados consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos, el objetivo principal de la segmentación del mercado es conocer realmente a los consumidores.

La segmentación del mercado parte de la idea que, dentro de un mercado físico o no físico, existen diferencias entre los consumidores; por la razón que, los individuos tienen antecedentes de formación diferentes, como grupos étnicos, intereses, necesidades y requerimientos, es por eso que segmentar se vuelve a principio y futuro del negocio importante para establecerse en el mercado como un negocio optimo (Robin & Torres, 2001).

Los licores de frutas exóticas están dirigidos a todas las personas mayores de edad de la ciudad de Ambato, sin importar su ocupación, raza, religión, cultura o sexo, que deseen probar una nueva bebida de moderación de buen sabor y a un costo conveniente.

#### Segmentación Geográfica

**Tabla 3:**

*Segmentación Geográfica*

<b>Descripción</b>	<b>Habitantes</b>
Ecuador	14.483.499
Tungurahua	504.583
Ambato	329.856

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

**Fuente:** INEC 2010

**Tabla 4:***Segmentación Geográfica (Proyección INEC 2021)*

<b>Descripción</b>	<b>Habitantes</b>
Ecuador	17.797.737
Tungurahua	597.009
Ambato	387.309

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.**Fuente:** INEC Proyecciones 2021**Tabla 5:***Segmentación de mercado*

<b>Variable de Segmentación</b>	<b>Variable</b>	<b>Datos</b>	<b>Fuente</b>
<b>Geográfica</b>	Población de Ambato	329,856	INEC 2010
<b>Demográfica</b>	Población económicamente activa de Ambato	217,045	INEC 2010
<b>Demográfica</b>	Población entre 21-60 años económicamente activa de Ambato	138,474	INEC 2010

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.**Fuente:** INEC 2010**Análisis**

A través de los datos generados mediante la tabla 5, se manifiesta que la segmentación para llevar a cabo este emprendimiento es en la ciudad de Ambato la cual cuenta con la población de 329,856 de habitantes, misma que se encuentra dirigido a 217, 045 de personas económicamente activas, esta cifra refleja el 65,8% de la población de esta ciudad. Este proyecto se enfocará principalmente a personas de 21 a 60 años económicamente activas, con una población estimada de 138,474, reflejada en un 42% de la población económicamente activa total de la

ciudad, resultados que serán utilizados posteriormente para la obtención de la muestra.

Estos cálculos se realizaron tomando datos del INEC.

**Tabla 6:**

*Segmentación de mercado proyectado (INEC 2021)*

<b>Variable de Segmentación</b>	<b>Variable</b>	<b>Datos</b>	<b>Fuente</b>
<b>Geográfica</b>	Población de Ambato	387,309	Proyección INEC 2021
<b>Demográfica</b>	Población económicamente activa de Ambato	313,018	Proyección INEC 2021
<b>Demográfica</b>	Población entre 21-60 años económicamente activa de Ambato.	205,473	Proyección INEC 2021

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

**Fuente:** INEC proyecciones 2021

### **Análisis**

Mediante los datos tomados de las proyecciones del INEC 2021, se puede aludir en base a la tabla, que la segmentación para la ejecución de este emprendimiento es en la ciudad de Ambato la cual cuenta con 387,309 habitantes, que está dirigido a las personas económicamente activas de la ciudad de Ambato que es 313,018, esta cifra refleja el 80,89% de la población de dicha ciudad, este proyecto se enfocará específicamente en personas de 21 a 60 años económicamente activas, dando como resultado el mercado objetivo, para posteriormente ser tomada en la determinación de la muestra.



Estos cálculos se realizaron tomando datos proyectados del INEC del año 2021

### **3.2.1 Mercado Objetivo**

Cabe recalcar que, debido a la pandemia global que sufrimos (COVID.19), no se llevó a cabo el censo en el año 2020, por lo que se ha utilizado datos del censo realizado en 2010, que es de 138,474 que corresponde a las personas de entre 21 y 60 años económicamente activas en la ciudad de Ambato. Para el cálculo del crecimiento poblacional se tomó el porcentaje del 1,19% TCP según el INEC.

#### **Tabla 7:**

*Tasa de crecimiento poblacional proyectada (INEC 2021)*

<b>Año</b>	<b>Mercado Meta</b>	<b>TCP</b>
<b>2021</b>	138.474	1.19%
<b>2022</b>	140.122	1648
<b>2023</b>	<b>141.790</b>	1668

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

**Fuente:** INEC proyecciones 2021

### **3.2.1 Población**

La población es la agrupación de individuos o elementos que presentan cierta particularidad o propiedades que son los elementos que se desea investigar, En caso de que se sepa la cantidad de los sujetos o elementos, se está hablando de una población finita, en caso de que no se sepa la cantidad exacta y solo sea especulación se la conoce como población infinita (Peñafilel, 2018).

Al mismo tiempo se conoce que en la Ciudad de Ambato el 35,75% de personas habitantes, son entre 21 y 60 años que contribuyen a la población económicamente. Por lo que gracias a ello se determina que la cantidad es de 138,474 personas (Villalva, 2019).

### 3.2.1 Muestra

La muestra es el grupo o fracción de la población que está siendo objeto de estudio por parte del investigador, para que los resultados obtenidos se puedan difundir, la muestra debe de ser característica de la población. Para que esta sea significativa, los criterios de inclusión y de exclusión deben de estar bien definidos, juntamente con la técnica de muestreo a utilizar dentro de la investigación (Peñañiel, 2018).

Para este ejemplo se empleó un método aleatorio simple para el cálculo de la muestra, en donde por definición al momento de seleccionar los elementos que constituyen la población cada elemento tengan la misma probabilidad de ser seleccionados para objeto de estudio (Otzen & Manterola, 2017).

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{z^2 * P * Q + N * e^2}$$

**Dónde:**

n= Tamaño de la muestra

Nivel de confianza = 95%, que equivale a Z= 1,96

P= Probabilidad a favor 50%

Q= Probabilidad en contra 50%

N= Población o universo 138,474

E= Nivel de error 5%

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 138.474}{(1,96)^2 (0,5) (0,5) + 138,474 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 \times 0,5 \times 138.474}{77.891,06 + 0,9604}$$

$$n = \frac{132.990,43}{77.892,03}$$

$$n = 170$$

## **Análisis**

El tamaño de la muestra calculada es 170, es decir, se encuestarán a 170 personas sean hombres o mujeres de nivel socio económico medio y medio alto, para conocer su objetividad a través de la encuesta sobre el licor artesanal.

### **3.1 Metodología de la investigación**

#### ***3.3.1 Enfoque del estudio***

El siguiente estudio se desarrollará a través de un enfoque cuantitativo-cualitativo, ya que el propósito es crear un emprendimiento de licores artesanales en la ciudad de Ambato, es por eso que la información debe ser de este tipo, por la tendencia que tienen los consumidores a este tipo de producto, con esto se podrá responder a la hipótesis o pregunta que se genera en la investigación.

#### ***3.3.1 Tipo de Investigación***

#### ***3.3.3 Descriptivo***

Esta investigación es de carácter descriptivo, según Valdez López et al. (2022) este tipo de investigación tiene como finalidad describir algunas características de los conjuntos homogéneos de fenómenos a estudiar, con el desarrollo de métodos

estandarizados que pueden dar al lector un entendimiento del comportamiento del fenómeno de estudio.

Como finalidad de trabajo, se determina las características principales a detalle de las personas o grupo al que va dirigido el estudio, los mismos que después de desarrollar el producto se convertirán en los principales y fieles clientes.

### ***3.3.4 Técnica***

#### **Encuesta**

La encuesta es el instrumento más utilizado para realizar el levantamiento de información de forma organizada, que, dependiendo del criterio de la investigadora, puede ser utilizada para elaborar los análisis respectivos que permitan llegar a las premisas de las conclusiones de la población que está siendo objeto del estudio (Madriz & Mendoza, 2018).

A este proyecto de emprendimiento se aplicará la encuesta con el fin de conocer cuál es la aceptación de las personas de la ciudad de Ambato hacia la producción y comercialización de licores artesanales.

### ***3.3.5 Cuestionario***

Es un procedimiento considerado clásico en las ciencias sociales para la obtención y registro de datos.

Su versatilidad permite utilizarlo como instrumento de investigación y como instrumento de evaluación de personas, procesos y programas de formación. Es una técnica de evaluación que puede abarcar aspectos cuantitativos y cualitativos.

Su característica singular radica en que, para registrar la información solicitada a los mismos sujetos, ésta tiene lugar de una forma menos profunda e impersonal, que el "cara a cara" de la entrevista. Al mismo tiempo, permite consultar a una población de una manera rápida y económica (Martínez, 2020).

Para este proyecto de emprendimiento se empleará el cuestionario como instrumento de apoyo para poder determinar cuál es la percepción que tiene la población Ambateña con los licores artesanales a base de frutas exóticas.

### 3.4 Resultados del estudio del mercado

#### 1.- ¿Conoce Ud. sobre la elaboración de licores artesanales?

**Tabla 8:**

*Elaboración de licores artesanales*

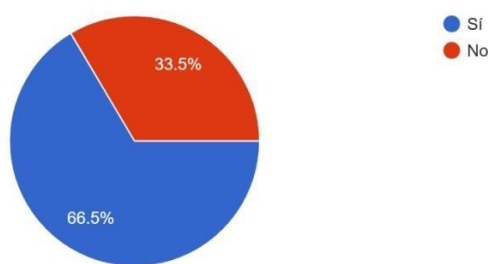
Respuesta	Frecuencia Muestral	Porcentaje
Si	113	66,5%
No	57	33,5%
<b>Total</b>	170	100%

*Elaborado por: Vanessa Mera 2023.*

**Gráfico 4:**

*Pregunta 1*

170 respuestas



*Elaborado por: Vanessa Mera 2023.*

#### **Análisis**

Del total de las personas encuestadas, el 66,5% conoce sobre la elaboración de los licores artesanales, mientras que el 33,5% restante no conoce sobre la elaboración de estas bebidas.

Debido a este análisis se estima que la gran mayoría tiene conocimiento de cómo se realiza este producto por lo que la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de licores artesanales sería aceptada en el mercado.

## 2.- ¿Consume Ud. regularmente algún tipo de bebida alcohólica?

**Tabla 9:**

*Consumo regular de bebidas alcohólicas*

<b>Respuesta</b>	<b>FrecuenciaMuestral</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	140	82,4%
No	30	17,6%
<b>Total</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

## 2.- ¿Consume Ud. regularmente algún tipo de bebida alcohólica?

**Tabla 9:**

*Consumo regular de bebidas alcohólicas*

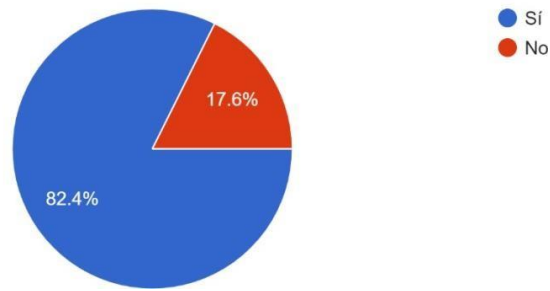
<b>Respuesta</b>	<b>FrecuenciaMuestral</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	140	82,4%
No	30	17,6%
<b>Total</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

## *Gráfico 5:*

*Pregunta 2*

170 respuestas



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### *Análisis*

Del 100% de las personas encuestadas, 140 de ellas correspondientes al 82,4% indicaron que consumen algún tipo de bebida alcohólica mientras que el otro 17,6%, correspondiente a 30 personas del total, nos dicen que no consumen ningún tipo de licor. Dados estos datos podemos decir que, la gran mayoría de personas ingieren licores de cualquier tipo.

### *3.- ¿Qué tipo de licor consume con frecuencia?*

**Tabla 10:**

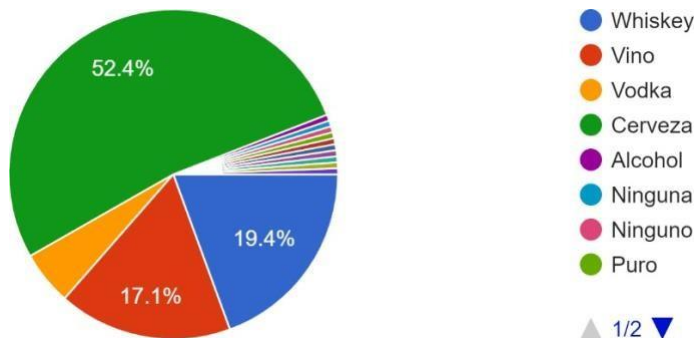
*Consumo frecuente de licores*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia Muestral</b>	<b>Porcentaje</b>
Whisky	27	19,4%
Vino	24	17,1%
Vodka	7	5,29%
Cerveza	74	52,4%
Otros	8	5,81%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

**Gráfico 6:**

**Pregunta 3**



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

b

**Análisis**

Del total de las 140 personas que ingieren alcohol encontramos que el 52,4% afirman que la bebida que consumen con frecuencia es la cerveza, mientras que un 19,4% indican que su preferencia es el whisky, a su vez tenemos también el vino que es consumido por el 17,1% del total, el 5,29% de personas encuestadas prefieren el vodka, y finalmente tenemos un 5,81% del total que nos indican que otros son los licores de su preferencia. Dados estos resultados podemos observar que las personas tienen una gran variedad de gustos en cuanto a bebidas alcohólicas tratase.

**4.- ¿Con que periodo de frecuencia consume algún tipo de licor?**

**Tabla 11:**

*Período de consumo frecuente de licores*

Respuesta	Frecuencia Muestral	Porcentaje
Todos los días	3	1,8%
Todos los fines de semana	31	22,4%

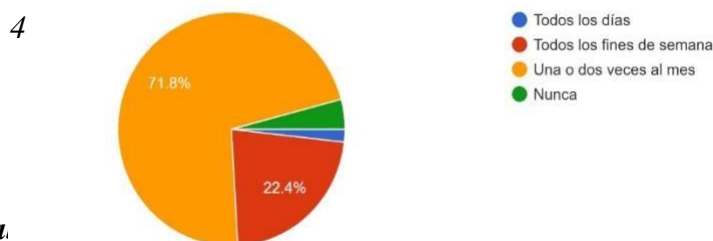


Una o dos veces al mes	100	71,8%
Nunca	6	4,1%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

**Gráfico 7:**

*Pregunta*



*Ela.*

b

**Análisis**

Del total de las personas encuestadas que consumen licores, el 71,8% correspondiente a 100 de las 140 personas, indican que consumen algún tipo de bebida alcohólica una o dos veces al mes, mientras que el 22,4% prefiere hacerlo los fines de semana, también encontramos el 4,1% del total que nunca lo hacen, aunque también el 1,8% son personas que lo hacen de manera diaria. Con estos datos, podemos decir que la mayoría de las personas encuestadas prefieren ingerir licor una o dos veces por mes.

**5.- ¿En dónde compra Ud. generalmente algún tipo de bebida alcohólica?**

**Tabla**

**12:**

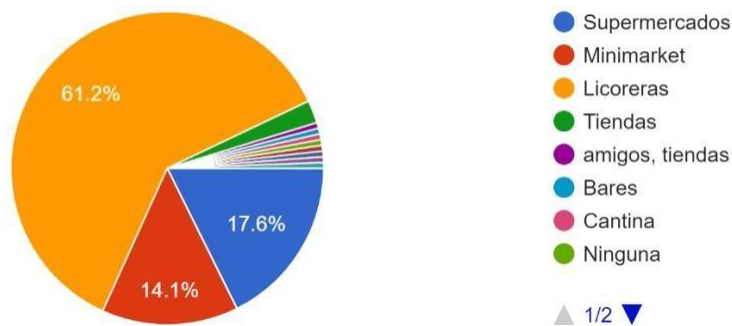
*Lugar de compra de licores*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia Muestral</b>	<b>Porcentaje</b>
Supermercados	25	17,6%
Minimarket	20	14,1%
Licoreras	85	61,2%
Otros	10	7,1%

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

**Gráfico 8:**

*Pregunta 5*



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

b

**Análisis**

De las personas encuestadas tenemos que, el 61,2% de las 140 personas que consumen bebidas alcohólicas prefieren realizar su compra de licores en licorerías, mientras que el 17,6% lo hace en supermercados, el 14,1% opta por adquirir el producto en minimarkets, tenemos un valor de 7,1% que son las personas que prefieren realizar su compra en otro tipo de establecimiento comercial. Dados estos resultados asimilamos que las licorerías son las más acogidas por los consumidores ya que prefieren hacer sus compras en ellas.

6.- ¿Dónde consume Ud. generalmente licor?

**Tabla 13:**

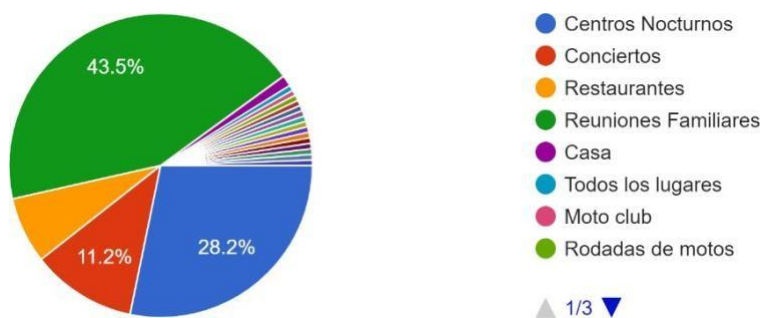
### Lugar de consumo de licores

Respuesta	Frecuencia Muestral	Porcentaje
Centros nocturnos	39	28,2%
Conciertos	16	11,2%
Restaurantes	10	7,1%
Reuniones familiares	61	43,5%
Otros	14	10%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### Gráfico 9:

#### Pregunta 6



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

b

### Análisis

Del total de encuestados las 140 personas que ingieren alcohol se visualiza que, el 43,5% de personas consumen bebidas alcohólicas en reuniones familiares, también el 28,2% lo hace en centros de diversión nocturna, el 11,2% de ellos prefiere hacerlo en conciertos, mientras que el 10% consume licores en otros lugares distintos a los mencionados, cabe mencionar que un 7,1% del total bebe licores en restaurantes.

Dados estos resultados, observamos que la gran mayoría de personas consumen alcohol dentro de las reuniones que se organiza con la familia.

**7.- ¿Qué factores determinan la compra de bebidas alcohólicas que consume?**

**Tabla 14:**

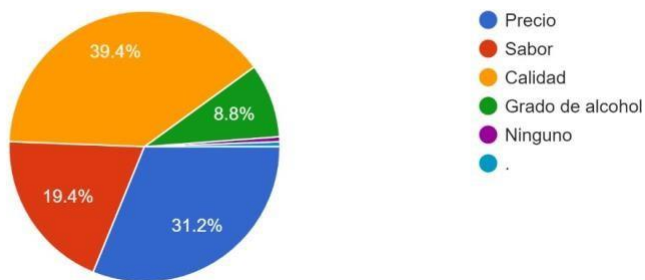
*Factores de compra de licores*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia Muestral</b>	<b>Porcentaje</b>
Precio	44	31,2%
Sabor	27	19,4%
Calidad	55	39,4%
Grado de alcohol	12	8,8%
Otros	2	1,2%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

**Gráfico 10:**

*Pregunta 7*



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

b

### **Análisis**

Del 100% de las personas que fueron encuestadas 140 ingieren alcohol de las cuales, el 39,4% de ellas prefieren tomar en cuenta el factor calidad a la hora de adquirir su producto, mientras que el 31,2% prefiere tomar en cuenta el precio del mismo, también el 19,4% del total tiene en cuenta el sabor de las bebidas alcohólicas, el 8.8% se fija en el grado de alcohol que contiene y finalmente el 1,2% toman en cuenta otros factores a la hora de adquirir el licor. Mediante los datos obtenidos, se puede decir que en la gran mayoría las personas se fijan en la calidad del producto pues desean adquirir una bebida buena que sea de agrado de cada uno, seguido por un elemento muy importante como lo es el precio.

**8.- ¿Estaría dispuesto a probar un licor artesanal elaborado con frutas exóticas?**

**Tabla 14:**

*Probar un licor artesanal de frutas exóticas*

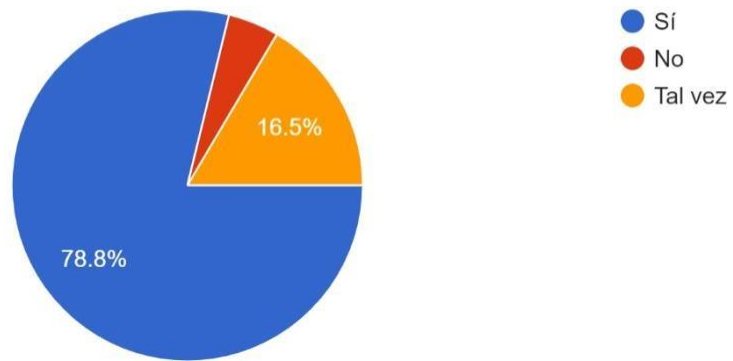
<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia Muestral</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	134	78,8%
No	8	4,7%
Tal vez	28	16,5%
<b>Total</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

**Gráfico 11:**

*Pregunta 8*

170 respuestas



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### *Análisis*

Del 100% de las personas encuestadas, el 78,8% son personas que si estuviesen dispuestas a probar una bebida alcohólica, mientras que el 16,5% comentaron que tal vez lo harían, sin embargo, el 4,7% son personas que no probarían licores artesanales. Dados estos resultados se entiende que el alcohol como tal tiene una buena acogida por parte de los consumidores.

*9.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar Ud. por un litro de licor artesanal base de frutas exóticas?*

**Tabla 15:**

*Precio de un licor artesanal de frutas exóticas*

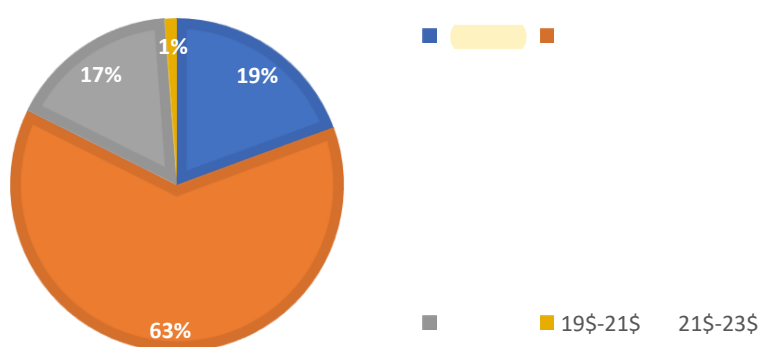
Respuesta	Frecuencia Muestral	Porcentaje
15\$-17\$	33	19,41%

17\$-19\$	107	62,94%
19\$-21\$	28	16,47%
\$21-23\$	2	1,18%
<b>Total</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### Gráfico 12:

*Pregunta 9*



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### Análisis

Del total de las personas encuestadas, el 63% preferirían adquirir licores artesanales por un valor de entre 17 y 19 dólares, mientras que el 19% estaría dispuesto a pagar 15-17 dólares, por este producto, el 17% lo compraría por un valor de entre 19 a 21 dólares, pero también el 1,18% de personas, podría pagar un valor de 21 a 23 dólares.

### 3.1 Estudio de la demanda

Al llevar a cabo este estudio de la demanda, podemos identificar si un determinado producto o servicio tiene suficiente potencial como para atender al público objetivo del negocio y ayudar a la organización a crecer en el mercado (Pereda, 2021).

### **3.1.1 Cálculo de la demanda**

Para el cálculo de la demanda se realizó mediante un estudio de la tasa poblacional y segmentación de mercado, dando así un rango de personas económicamente activas dentro de la ciudad de Ambato, por lo que se puede decir que este producto es muy innovador y a su vez no es muy común en el mercado.

### **3.1.1 Demanda en personas**

Para poder calcular la demanda en personas, se tomará como referencia a la pregunta 8 de la encuesta, la cual se aplicó a una muestra de 140 personas que ingieren bebidas alcohólicas y son activas económicamente en la ciudad de Ambato. El resultado de este cálculo nos ayuda a evidenciar una positiva aceptación del proyecto que se realizará.

Se tomó la siguiente pregunta para realizar el cálculo de la demanda en personas, ¿Estaría dispuesto a probar un licor artesanal elaborado con frutas exóticas?

Mediante el mercado objetivo se obtuvo la demanda en personas que demandan conseguir el producto o servicio determinado.

**Tabla 16:**

*Demanda en personas*

<b>Año</b>	<b>Mercado Meta</b>	<b>Porcentaje de aceptación</b>	<b>Demanda en personas</b>
2023	138.474	78,8%	109.118

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.



Para determinar el mercado meta se tomó en cuenta una población de 138,474 personas económicamente activas en la ciudad, de las cuales el 78,8% de ellas estarían dispuestas a consumir licores artesanales a base de frutas exóticas, a través de este cálculo se ha generado una buena percepción por parte de los futuros clientes para la creación de una microempresa productora y comercializadora de licores artesanales a base de frutas exóticas en la ciudad de Ambato, Tungurahua.

### 3.1.1 Proyección de la demanda en personas

Para la demanda proyectada en personas se ha tomado desde el año 2023, generando así una proyección hasta el año 2028, acompañada de una tasa de crecimiento poblacional (TCP) del 1,19%.

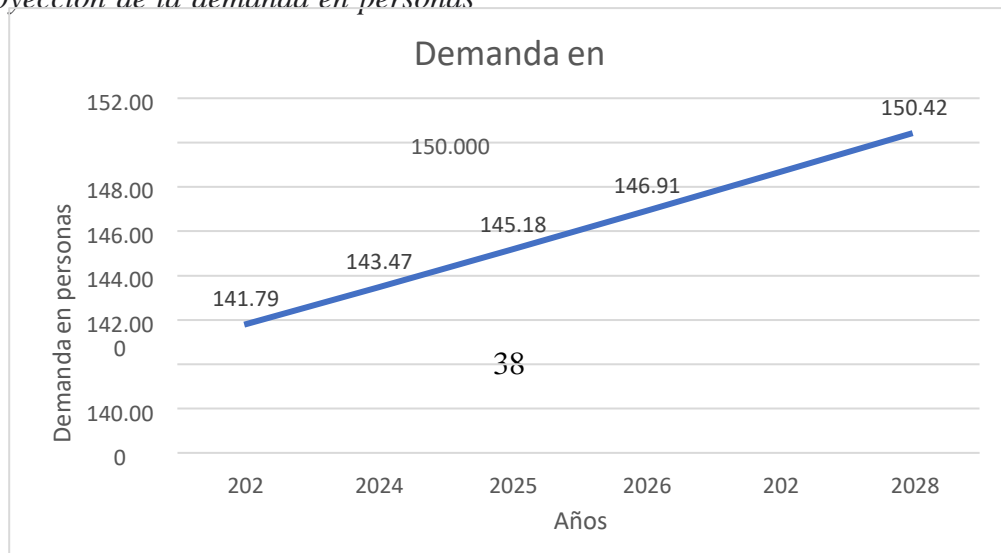
**Tabla 17:** Proyección de la demanda en personas

Año	MercadoMeta	TCP
2023	141.790	1,19%
2024	143.477	1.687
2025	145.184	1.707
2026	146.912	1.728
2027	148.660	1.748
2028	150.429	1.769

**Elaborado por:** Vanessa Mera 2023.

### Gráfico 13:

Proyección de la demanda en personas



Una vez realizada la proyección de la demanda en personas, con una tasa de crecimiento poblacional (TCP) se encontró que la demanda en el año 2023 es de 141.790, mientras que con una proyección para el año 2028 es de 150.429 personas, las cuales adquirirían el licor artesanal a base de frutas exóticas.

### 3.5.4 Estudio de la demanda en productos

Para este estudio de la demanda en productos, se ha tomado en cuenta la pregunta 4 de la encuesta que fue aplicada a personas económicamente activas dentro de la ciudad Ambato, la pregunta dice: ¿Con que periodo de frecuencia consume algún tipo de licor?

**Tabla 18:**

*Estudio de la demanda en productos*

<b>Demand a</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Porcentaje de aceptació n</b>	<b>Mercad o Objetiv o</b>	<b>Promedio unidades (mensual )</b>	<b>Frecuenci a en años</b>	<b>Demanda en producto s</b>
	Todos los días	1,8%	2.552	7		17,864
<b>141.790</b>	Todos los fines de semana	22,4%	31.761	8		254,088
	Una o dos veces al mes	71,8%	101.805	2	1	203,610
	Nunca	4,1%	5.813	0		0
<b>Total</b>						<b>475.562</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### ***3.5.5 Demanda proyectada en productos***

A través de los datos obtenidos en el INEC se ha tomado como tasa de crecimiento poblacional (TCP) el 1,19%, la cual será de apoyo para poder identificar cual sería la demanda para el año 2028.

***Tabla 19:***

*Demanda proyectada en productos*

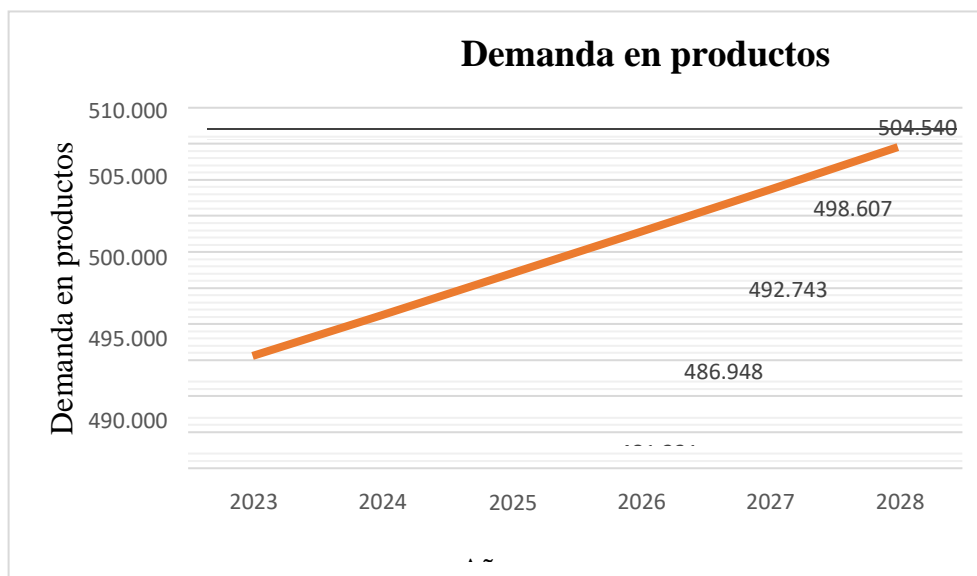
<b>Año</b>	<b>Demanda en productos</b>	<b>TCP</b>
2023	475.562	1.19%
2024	481.221	5.659
2025	486.948	5.727
2026	492.743	5.795
2027	498.607	5.864
2028	504.540	5.933

***Elaborado por:*** Vanessa Mera 2023.

## Gráfico

14:

*Demanda proyectada en productos*



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### *Análisis*

A través del cálculo realizado de la demanda de productos para el 2023 se debe realizar alrededor de 475.563 productos a base de frutas,

mientras que, para la proyección del año 2028, contamos con una demanda de 504.540 para personas económicamente activas en la ciudad de Ambato.

### *3.6 Estudio de la oferta*

Se trata de analizar los distintos productores (competencia) en el ámbito geográfico de interés, así como la cantidad producida. Este análisis podrá realizarse para el producto en concreto o sobre el sector de mercado al que pertenece, siendo en este caso importante comentar la segmentación de este(Granillo, 2020).

#### *3.6.1 Estudio de la oferta en personas*

Para obtener el cálculo de oferta en personas se ha tomado en cuenta las respuestas

negativas de la pregunta 2, que está planteada de la siguiente forma: ¿Consume Ud. regularmente algún tipo de bebida alcohólica?

**Tabla 20:**

*Estudio de la oferta en personas*

<b>Año</b>	<b>Mercado Meta</b>	<b>Porcentaje deNo aceptación</b>	<b>Oferta en personas</b>
2023	141.790	17,6%	24.955

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### *Análisis*

Para el análisis de la oferta en personas se tomó en cuenta el valor del mercado meta, dado como resultado un total de 24,955 personas en la ciudad de Ambato que respondieron de forma negativa siendo estas el 17,6% del total. Este porcentaje de personas no ingieren bebidas alcohólicas.

### **3.6.2 Oferta proyectada en personas**

**Tabla 21:**

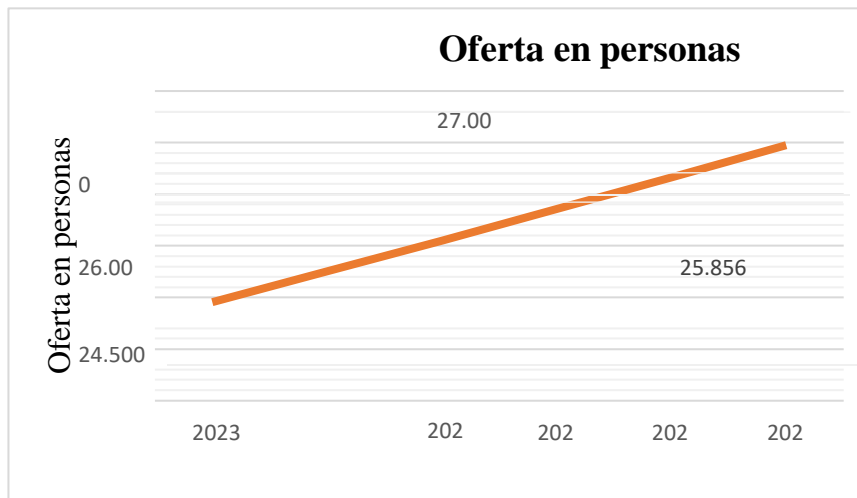
*Oferta proyectada en personas*

<b>Año</b>	<b>Oferta en personas</b>	<b>TCP</b>
2023	24.955	1,19%
2024	25.252	297
2025	25.552	300
2026	25.856	304
2027	26.164	308
2028	26.475	311

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

**Gráfico 15:**

*Oferta proyectada en personas*



**Elaborado por:** Vanessa Mera 2023.

**Análisis**

Una vez realizado el cálculo de la oferta en personas tenemos que en el año 2023 corresponde a 24,955, se generó una proyección para el año 2028 con un incremento de 26,475 personas. Este cálculo se realizó mediante el apoyo de los datos del INEC del porcentaje de la tasa de crecimiento poblacional (TCP) de un 1,19%.

**3.6.3 Estudio de la oferta de productos**

Para obtener el estudio de la oferta de los productos se tomó en cuenta los datos de la pregunta 4 de la encuesta que fue aplicada a personas económicamente activas dentro de la ciudad Ambato, la pregunta dice:

¿Con que periodo de frecuencia consume algún tipo de licor?

**Tabla22:**

*Estudio de la oferta de productos*

<b>Oferta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje de aceptación</b>	<b>Mercado Objetivo</b>	<b>Promedio unidades (mensual)</b>	<b>Frecuencia años</b>	<b>Oferta en productos</b>
<b>24.955</b>	Todos los días	1,8%	449	7		3.143
	Todos los fines de semana	22,4%	5.590	8		44.720
	Una o dos veces al mes	71,8%	17.918	2	1	35.836
	Nunca	4,1%	1.023	0		0
	<b>Total</b>					

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### **3.6.4 Proyección de la oferta en productos**

A través de los datos obtenidos mediante encuestas, se obtendrá la oferta en productos en el año 2023 y también una proyección al año 2028, tomando en



cuenta la tasa de crecimiento poblacional (TCP) que tiene un porcentaje el 1,19%.

**Tabla 23:**

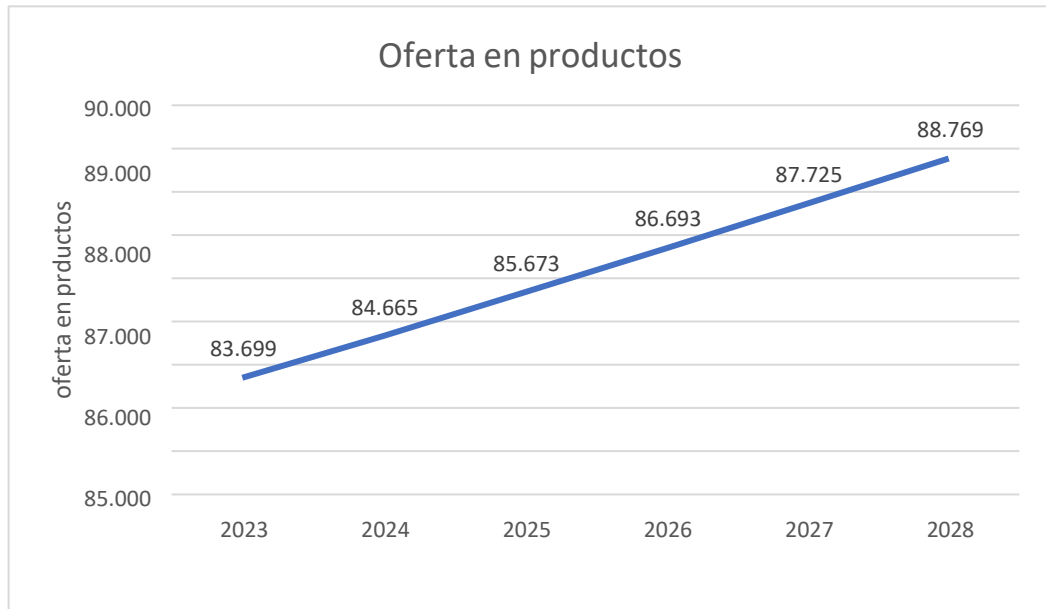
*Estudio de la oferta en productos*

<b>Año</b>	<b>Oferta en productos</b>	<b>TCP</b>
2023	83.699	1,19%
2024	84.665	996
2025	85.673	1.008
2026	86.693	1.020
2027	87.725	1.032
2028	88.769	1.044

**Elaborado por:** Vanessa Mera 2023.

**Gráfico 16:**

*Estudio de la oferta en productos*



**Elaborado por:** Vanessa Mera 2023.

### *Análisis*

Mediante los datos que son obtenidos mediante la oferta en productos en el año 2023, siendo estos 83.699 licores artesanales a base de frutas exóticas, y una proyección para el año 2028, con un incremento en la oferta de 88.769, datos apoyados a la tasa de crecimiento poblacional (TCP) con un porcentaje del 1,19%.

### ***3.7 Mercado potencial***

Es una aproximación de ventas máximas o clientes de un bien o servicio, también es correcto considerarlo como el público potencial que por el momento aún no consume tus productos, pero que con el marketing adecuado y un buen estudio de mercado podrían llegar a hacerlo si lo conocieran o se los ofrecieran (Romero, 2022).

### ***3.8 Demanda potencial insatisfecha (DPI)***

Por demanda potencial o insatisfecha debe entenderse la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros, destacando que si prevalecen las condiciones bajo las cuales se hizo el cálculo, ningún productor actual podrá satisfacer (Urbina, 2020).

***Tabla 24:***

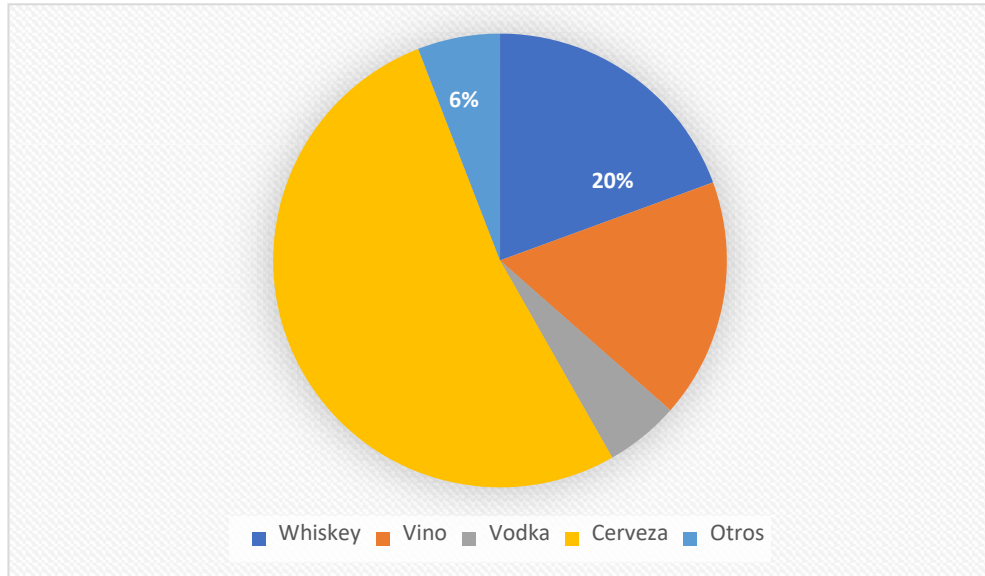
*Demanda potencial insatisfecha*

<b>Año</b>	<b>Demanda en productos (presentación en licores)</b>		<b>Oferta en productos (presentación en licores)</b>	<b>Demanda potencial insatisfecha</b>
2023	475.562		83.699	391.863
2024	481.221		84.665	396.556
2025	486.948		85.673	401.275
2026	492.743	-	86.693	406.050
2027	498.607		87.725	410.882
2028	504.540		88.769	415.771

***Elaborado por:*** Vanessa Mera 2023.

**Gráfico 17:**

*Demanda potencial insatisfecha*



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

**Análisis**

Mediante los datos obtenidos se hizo el cálculo de la oferta y la demanda, dando como resultado una demanda potencial insatisfecha (DPI) para el año 2023 de 391.863 tipos de licores artesanales, también se obtuvo el (DPI) para el año 2028 con un resultado de 415.771 licores.

**3.9 Análisis de precios**

El precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio (Sapag, 2021).

Para la obtención del cálculo del análisis de precio se tomará en cuenta la pregunta 9 de la encuesta la cual indica: ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar Ud. por un licor artesanal a base de frutas exóticas? El análisis de este precio tendrá una proyección

para el año 2028, para este cálculo se ha considerado la inflación acumulada del año 2022 que es de un porcentaje de 3,74%, dato tomado del Banco Central del Ecuador.

**Tabla 25:**

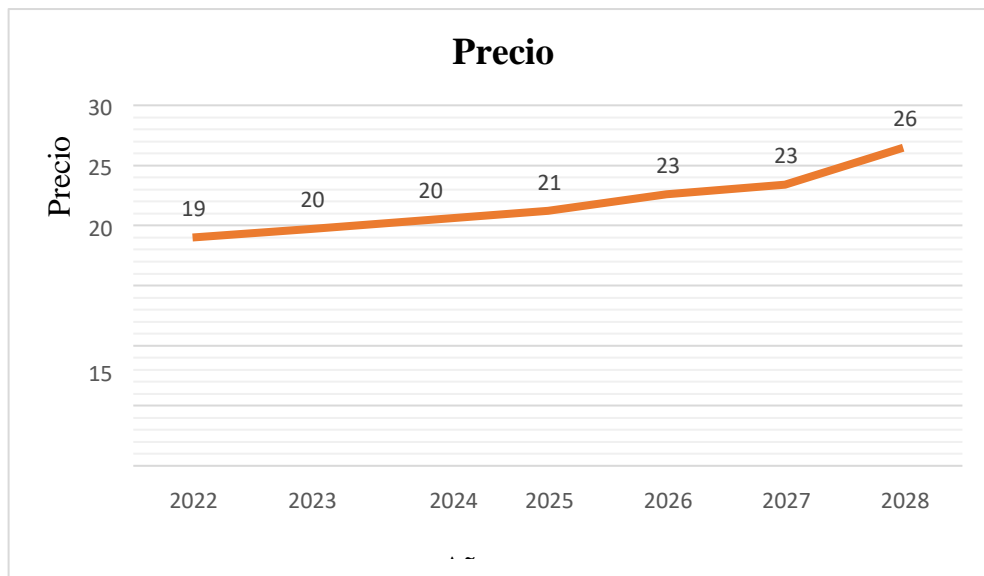
*Análisis de precio de licores artesanales*

<b>Año</b>	<b>Precio</b>	<b>Inflación acumulada</b>
2022	19,00	3,74%
2023	19,71	0,71
2024	20,45	0,74
2025	21,21	0,76
2026	22,59	0,79
2027	23,38	0,87
2028	24,45	0,91

**Elaborado por:** Vanessa Mera 2023.

**Gráfico 18:**

*Análisis de precio de licores artesanales*



**Elaborado por:** Vanessa Mera 2023.

## ***Análisis***

El precio del licor a base de frutas exóticas se definió para el año }

2022 el valor de 19 dólares, este valor se proyectará en el año 2028, generando un costo para los licores artesanales de \$23,38, generando de ese modo un incremento. Para el cálculo de este análisis se tomó en cuenta el valor de inflación del año 2022 que es de un porcentaje del 3,74%, dato que fue tomado del Banco Central de Ecuador.

### **3.10 Comercialización**

#### ***3.10.1 Canales de comercialización (difusión)***

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar (Granillo, 2020).

Los canales de comercialización son los medios utilizados para diseñar, elaborar, instrumentar y operar programas y estrategias de ventas para la adecuada comercialización de productos, bienes o servicios que permitan a las empresas adquirir y mantener clientes satisfechos en los mercados nacionales e internacionales (Urbina, 2020).

#### ***Redes Sociales***

Las Redes Sociales son plataformas de comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con afinidades comunes. Desde el punto de vista de la informática las redes sociales hacen referencia al sitio web que utilizan las personas para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales.

Por su parte (Gallego, 2021) define red social como conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. En el ámbito de la informática, la red social

hace alusión al sitio web que estas personas utilizan para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad.

Las redes sociales serán de gran apoyo para ofertar el licor artesanal a base de frutas exóticas, ya que es una bebida novedosa e innovadora, generando un tipo de catálogo para poder difundir a los clientes mediante las redes más utilizadas. (WhatsApp, Facebook, Messenger, Twitter, Telegram, Instagram, etc.)

### ***Radio***

La radio (entendida como radiofonía o radiodifusión, términos no estrictamente sinónimos) es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio, si bien el término se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la radio por Internet (Española, 2019).

A través de este medio de comunicación se difundirá los licores artesanales a base de frutas exóticas, ya que se tomará un espacio publicitario para dar a conocer este producto, con la finalidad de llamar la atención de los consumidores.

#### ***3.10.2 Canales de distribución***

Un canal de distribución es la ruta que toma un producto/servicio para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria (Gallego, 2021).

### ***Mayoristas***

Se lo puede definir como un intermediario que es el que obtiene el producto de forma directa de los fabricantes para más adelante revender el producto ya sean estos otros minoristas o mayoristas, para que funcionen como proveedores finales del producto; los mayoristas suelen ser sencillamente distribuidores o a su vez comerciantes (Gallego, 2021).

La creación de licores artesanales a base de frutas exóticas tendrá sudistribución a mayoristas, siendo estas las microempresas que se dediquen a la comercialización de licores artesanales; a su vez se buscará efectuar exhibiciones en eventos festivos, ya que en estos lugares suelen asistir una gran cantidad de personas que estarán interesadas por el producto.

### ***Minoristas***

Este suele ser el más usado en las microempresas ya que su comercio las realiza directamente con el consumidor final, también se puede considerar como una distribución minorista aquel intermediario que obtiene un total de hasta 3 productos que tienen similares características para luego revender al consumidor final a un monto un poco más alto (Romero, 2022).

Para distribuir a minoristas se deberá realizar con diferentes especificaciones de acorde al gusto del consumidor sea este en sabor, cantidad, precio, entre otros. Esto debido a que este tipo de productos se basa en requerimientos del cliente, por lo tanto, la microempresa entregará licores artesanales de excelente calidad y a precios accesibles.

### ***3.10.3 Estrategias de Distribución***

A través de las diferentes estrategias de distribución se conseguirá que el producto alcance de forma satisfactoria y también segura hacia el consumidor, mediante los datos de la segmentación de mercado, la aceptación del proyecto de emprendimiento obtendrá un enfoque positivo haciendo de este satisfactorio.

Las estrategias de distribución que se ejecutarán para presentar el producto al mercado son:

Llevar a cabo una matriz DAFO y FODA en las que podrá definir las estrategias mejores con el fin de informar de una forma mucho más factible al producto.

Ejecutar un local comercial que sea de fácil acceso para los diferentes clientes ya sean estos mayoristas o minorista, con el fin de exponer de mejor forma el producto



**Tabla 26:***Análisis FODA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
F1. Control sobre temas de producción de alcohol.	D1. Microempresa nueva dentro del mercado.
F2. Diferenciación en la producción de licores artesanales a base de frutas exóticas.	D2. Producto dirigido a un específico público.
F3. Inversión de un capital propio para la ejecución del proyecto.	D3. Canal de distribución un tanto frágil.
F4. Colaboradores capacitados para la producción de licores artesanales.	D4. Carencia de un lugar físico para la comercialización de los licores.
F5. Experiencia en publicidad y ventas dentro de redes sociales y páginas web.	D5. Marca moderna dentro de la línea de bebidas alcohólicas.
<b>Amenazas</b>	<b>Oportunidades</b>
A1. Impuestos elevados en lo que a licores conlleva.	O1. Poca competencia en cuanto a la oferta de sabores en licores artesanales.
A2. Poca recepción de los licores artesanales en el mercado.	O2. Mercado muy poco satisfecho.
A3. Incorporación de la competencia con productos parecidos por parte de marcas que ya están posicionadas dentro del mercado.	O3. Diversidad en cuanto a los proveedores de la materia prima local.
A4. Ascenso de la crisis económica a nivel nacional.	O4. Facilidad e interés bajos en préstamos para emprendedores.
A5. Sabores de fácil duplicado.	O5. Crecimiento en el consumo de bebidas alcohólicas.

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

**Tabla 27:***Análisis DAFO*

<b>Fortalezas</b>		<b>Debilidades</b>	
F1. Control sobre temas de producción de alcohol.		D1. Microempresa nueva dentro del mercado.	
F2. Diferenciación en la producción de licores artesanales a base de frutas exóticas.		D2. Producto dirigido a un específico público.	
F3. Inversión de un capital propio para la ejecución del proyecto.		D3. Canal de distribución un tanto frágil.	
F4. Colaboradores capacitados para la producción de licores artesanales.		D4. Carencia de un lugar físico para la comercialización de los licores.	
F5. Experiencia en publicidad y ventas dentro de redes sociales y páginas web.		D5. Marca moderna dentro de la línea de bebidas alcohólicas.	
<b>Externo</b>			
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias O.F.</b>	<b>Estrategias D.O.</b>	
O1. Poca competencia en cuanto a la oferta de sabores en licores artesanales.	(F4-O1) Colaboradores capacitados para ofrecer nuevos sabores a los clientes.	(D4-O4)	Conseguir un préstamo para la inversión de un local acorde para la
O2. Mercado muy poco satisfecho.	(F2-O2) Crear un licor artesanal de un sabor especial con el fin de		
O3. Diversidad en cuanto a			

los proveedores de la materia prima local.	satisfacer las necesidades del consumidor. (F5-O5)	comercialización del producto.
O4. Facilidad e interés bajos en préstamos para emprendedores.	Crear una línea de catálogo virtual para dar a conocer el ascenso de las bebidas	(D2-O5) Incrementar el licor artesanal
O5. Crecimiento en el consumo de bebidas alcohólicas.	alcohólicas dentro del mercado local.	con el fin de aprovechar el incremento del consumo de este. (D5-O3) Obtener materia prima a un bajo costo para lograr competir con las diferentes marcas posicionadas en el mercado. (D3-O2) Lograr incrementar publicidad necesaria para satisfacer a los clientes.
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias F.A.</b>	<b>Estrategias D.A.</b>

A1. Impuestos elevados en lo que a licores conlleva.	(F1-A5) Dar al cliente un producto diferente con	(D5-A4) Ofertar un producto de
A2. Poca recepción de los licores artesanales en el mercado.	sabores únicos en el mercado.	muy buena calidad con
A3. Incorporación de la competencia con productos parecidos por parte de marcas que ya están posicionadas dentro del mercado.	(F2-A3) Realizar productos con una diferencia en el mercado con el fin de que la competencia no produzca productos similares.	precios totalmente accesibles para incentivar al cliente a adquirir
	(F3-A4) A través de acuerdos, con proveedores	los diferentes productos.

---

A4. Ascenso de la crisis económica a nivel nacional.	tener seguro los precios con el fin de que no cambien a	(D4-A3) Dedicar el capital
A5. Sabores de fácil duplicado.	pesar de la crisis económica que atravesamos a nivel nacional.	económico para la inauguración de una local que distribuya y venda el producto de forma que sea de fácil acceso para el consumidor. (D1-A1) Producir licores con precios que vayan acorde a la economía del cliente y también de la empresa, sin dejar de lado la calidad del producto y a su vez las distintas obligaciones con el Estado. (D2-A2) Planificar agendas con personas especializadas en el área de marketing con el

---

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

#### **4.1 Tamaño óptimo del proyecto**

##### *4.1.1 Factores determinantes del tamaño*

A este proyecto de emprendimiento se aplicará la encuesta con el fin de conocer cuál es la aceptación de las personas de la ciudad de Ambato hacia la producción y comercialización de licores artesanales.

#### **Financiamiento o disponibilidad del capital**

Esta empresa se va a establecer mediante una empresa licorera la cual cuenta con un capital propio, siendo así muebles, maquinaria y equipos necesarios para la elaboración de los licores, la inversión tendrá como destino la compra de materia prima e insumos que se necesita para la producción de licores artesanales de calidad que el mercado necesita.

Para día de hoy, todo negocio debe tener una fuente de financiamiento ya sea propia o de entidades financieras, por lo menos un emprendimiento debe contar con los recursos necesario como el capital del trabajo (Castro Borunda, 2017).

#### **Tecnología**

En la actualidad la evolución de la tecnología ha sido de gran apoyo tanto en pequeños como en grandes emprendimientos, como en el producto realizado por Montoya et al. (2005), el licor de mora debe pasar por procesos de fermentación y filtración en los que si se debe ocupar maquinaria o materiales estrictamente para su uso.

**Tabla 28:**

*Equipos para implementación*

<b>Equipos</b>	<b>Cantidad</b>
Picadora	1
Alambique	1
Extractora	2
Embotelladora	2
Etiquetadora	1
Empacadora	1

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### **Mano de Obra**

La mano de obra es de gran importancia para toda clase de empresas y también sin duda para los pequeños emprendimientos, al tener un producto que no requiere de tantas personas, al contrario, depende de varios procesos que lleva su determinado tiempo, el cálculo se encuentra en relación con un emprendimiento, para la atención y desarrollo del producto se necesitan por lo menos 3 personas que se encarguen del licor.

#### **Tabla 29:**

##### *Mano de obra para producción*

<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>
Ingeniero Químico	1
Empleados	2

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### **Materiales indirectos**

Son los materiales distintos a la materia prima usados en la producción. Son aquellos materiales que por su naturaleza no pueden identificarse con el producto elaborado (Sapag, 2021). Estos suelen ser fundas, etiquetas, etc.

Tamaño óptimo

**Tabla 30:**

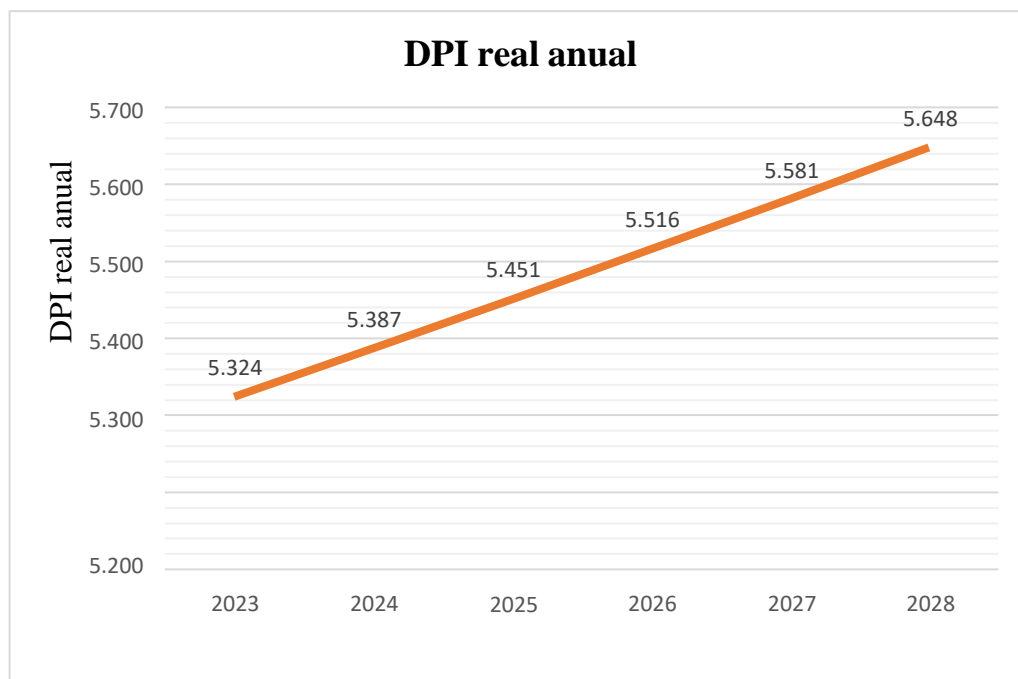
*Tamaño óptimo de comercialización*

<b>Año</b>	<b>DPI</b>	<b>Estimación</b>	<b>DPI real anual</b>	<b>Producción Diaria</b>
2023	339.074	1,57%	5.324	19
2024	343.109	1,57%	5.387	19
2025	347.192	1,57%	5,451	19
2026	351.323	1,57%	5,516	19
2027	355.504	1,57%	5.581	19
2028	359.734	1,57%	<b>5.648</b>	20

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

**Gráfico 19:**

*Tamaño óptimo de comercialización*





*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

## ***Análisis***

A través de los cálculos realizados se logra determinar que, en el año 2023, la demanda potencial insatisfecha (DPI) es de 5,324 y también mediante este cálculo se logra obtener la producción diaria dividiendo el DPI por 288 días, dando así un resultado de 19 licores diarios, la demanda a cubrir en el año 2028 es de 5.648, con una producción de 20 licores diarios.

## **4.2 Localización**

### ***4.2.1 Localización óptima***

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social) (Gonzales, 2019).

Mediante el análisis para determinar la localización se utilizó el método de pesos ponderados en el cual ayudará a la determinación del lugar de la aplicación del emprendimiento, por lo cual, se utilizó la siguiente escala para evaluar: 3 = alto; 2 = medio; y, 1 = medio; esta forma consiste en definir los diferentes factores para determinar la localización.

A través del análisis se pudo observar que en la parroquia San Bartolomé de Pinillo es uno de los lugares idóneos para poder establecer el proyecto de emprendimiento como localización óptima.

**Tabla 31:**

*Localización óptima*

<b>Factores relevantes</b>	<b>Peso ponderado</b>	<b>Alrededor del M. mayorista</b>	<b>Total</b>	<b>Parroquia de Pinllo</b>	<b>Total</b>	<b>Redondel de Izamba</b>
Infraestructura	12%	2	24	3	36	3
Sector comercial	20%	3	60	3	60	2
Servicios Básicos	13%	2	26	3	39	3
Seguridad	11%	1	11	2	22	2
Básicos	15%	3	45	2	30	2
Permisos de funcionamiento	22%	2	44	2	44	3
Sistema de transporte	7%	1	7	3	21	2
Costo de arriendo	100%	14	217	19	252	17
<b>Total</b>						

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

**Macro localización**

Este proyecto de emprendimiento se establecerá en la provincia de Tungurahua, en la ciudad de Ambato, según Morocho et al. (2022) es una de las ciudades que más se mueva nivel de comercio, por sus atractivos turísticos, es una de las ciudades más recurrentes por turistas.

**Gráfico 20:**

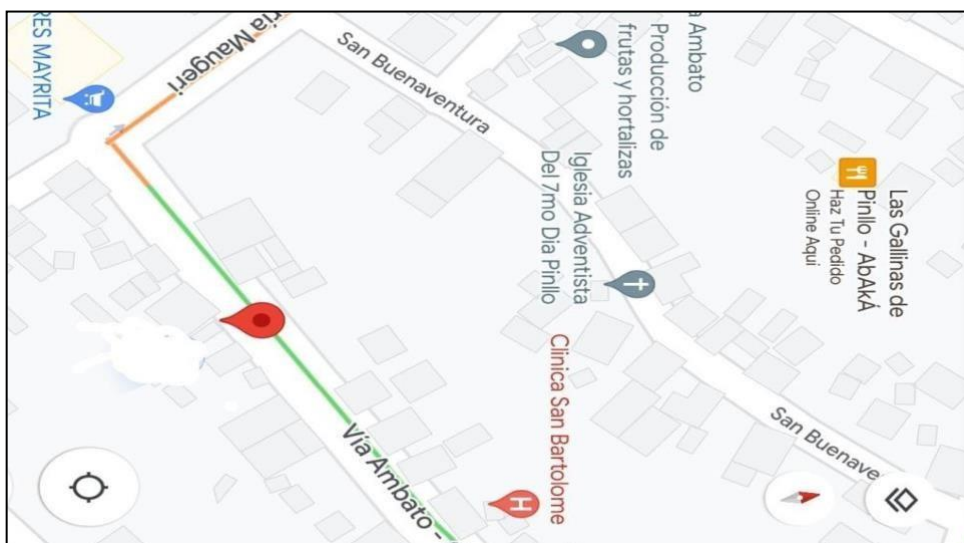
*Macro localización*



**Elaborado por:** Vanessa Mera 2023.

**Nota:** Fuente Google Maps

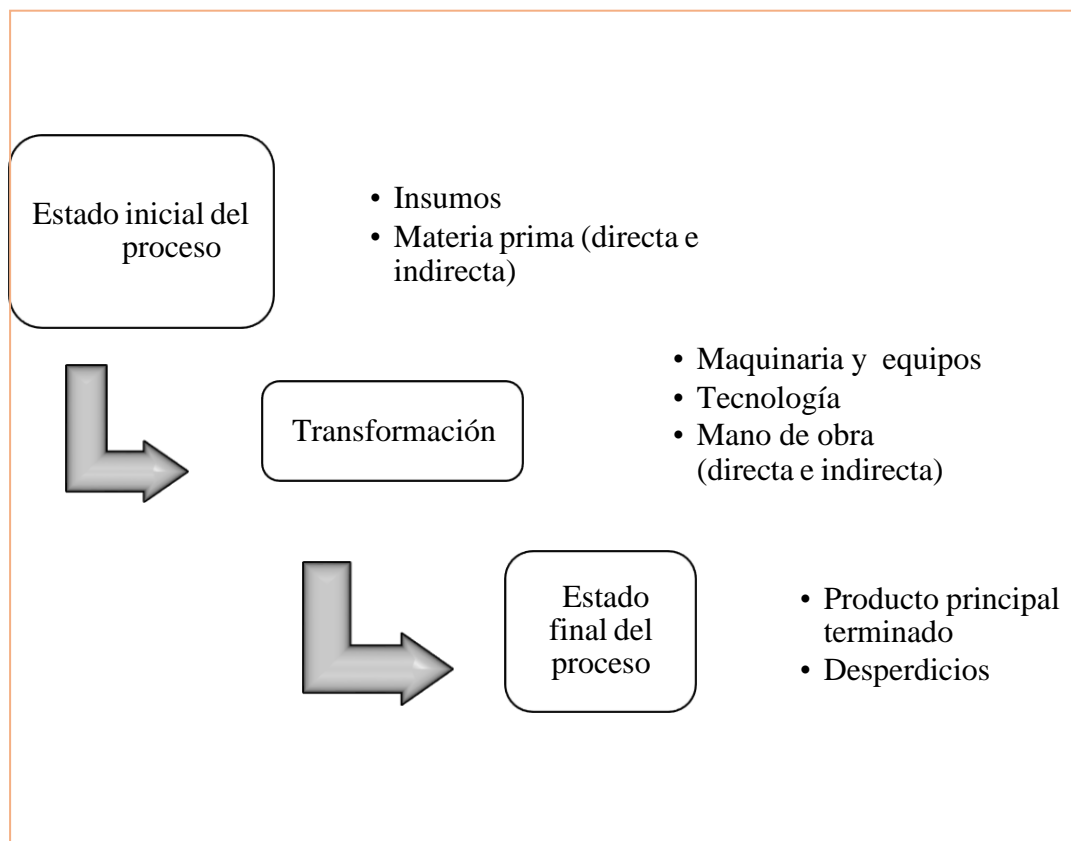
**4.2.3 Micro localización**



**Elaborado por:** Vanessa Mera 2023.

**Nota:** Fuente Google Maps

### 4.3 Ingeniería del proyecto



**Elaborado por:** Vanessa Mera 2023.

**Nota:** Fuente Google Maps

### ***4.3.1 Estado inicial Insumos de aplicación***

La materia prima por lo general, suele ser recurso natural que es considerado como primera instancia de la cadena de producción, debido a que sufrirán una serie de cambios por el paso de diferentes procesos hasta llegar a convertirse en un producto que sea apto para el consumo; para los insumos por otro lado, son los materiales netamente necesarios para la fabricación de diversos productos.

A continuación, se especifica materias primas y también insumos para la producción dentro de la empresa:

### **Producción**

<b>Producto</b>	<b>Materia Prima</b>	<b>Insumos</b>
	Mora Azúcar Alcohol Agua tratada	Botellas de cristal Etiquetas Tapas para sellar las botellas Cajas de cartón Overoles de trabajo
Licor artesanal de Mora		



Licor artesanal de Limón

Limón Azúcar

Alcohol Agua

tratada

Botellas de  
cristal

Etiquetas

Tapas para sellar  
las botellas

Cajas de cartón

Overoles de  
trabajo



Licor artesanal de Durazno

Durazno

Azúcar

Alcohol Agua

tratada

Botellas de  
cristal

Etiquetas

Tapas para sellar  
las botellas

Cajas de cartón

Overoles de  
trabajo



Licor artesanal de Fresa

Fresa

Azúcar

Alcohol

Agua tratada

Botellas de  
cristal

Etiquetas

Tapas para sellar  
las botellas

Cajas de cartón  
Overoles de  
trabajo



Licor artesanal de capulí

Capulí Azúcar

Alcohol Agua

tratada

Botellas de  
cristal

Etiquetas

Tapas para sellar  
las botellas

Cajas de cartón

Overoles de  
trabajo



Licor artesanal de cereza

Cereza

Azúcar

Alcohol Agua

tratada

Botellas de  
cristal

Etiquetas

Tapas para sellar  
las botellas

Cajas de cartón

Overoles de  
trabajo

---

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

#### ***4.3.2 Proceso de transformación***


##### **Equipos de producción**

Para realizar cualquier producción se necesita de un elaborado proceso en donde consta: las materias primas, los obreros y las herramientas en donde pasan las materias primas para obtener el producto deseado (Urcola & Nogueira, 2020).



**Tabla 32:**

*Equipos de producción*

<b>Equipo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>
 <p>Picadora</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Equipo de acero inoxidable y empack</li><li>• El producto va fijado por un dedocentrado y va transportado por los cuchillos.</li><li>• Los productos cortados caen directamente en un recipiente o en una cinta.<ul style="list-style-type: none"><li>• La máquina se carga manualmente.</li></ul></li></ul>	\$1,519.00
 <p>Alambique (Destiladora)</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Acero inoxidable de 120 Litros e industriales.</li><li>• Tubería, válvulas, bridas, manholes, tapas, sistema de limpieza, bombas, sistema de vapor y control.</li></ul>	\$3.900,00



- Acero inoxidable, excepto la parte de accionamiento y el motor. \$2.400,00
- Deflector de salpicado
- Cámara de extracción de funcionamiento centrífugo
- Paletas regulables adheridas a un eje central

Extractora

- Compuerta superior que permite la visibilidad internade la cámara de proceso
- tamices de fácil intercambio
- Ducto inferior para descarga del producto procesado
- Compuerta frontalpara descarga de pepas y cáscaras con perillas de seguridad e intercambio de tamices.
- Recipiente de recepción en acero inoxidable
- Acabado sanitario.



Embotelladora

- Sistema de boquillas \$3.550,00
- Equipo está controlado por un PLC con pantalla táctil
- Acero inoxidable



- El control del equipo por medio de un PLC, equipado con pantalla táctil
- transportador integral de cadena de tablilla de 3 metros de largo
- El cabezal aplicador equipado con un motor

\$4.690,00

**Etiquetadora**

---

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

**Área de administración**

**Tabla 33:**

*Equipos de oficina*

<i>Elaborado por:</i> Vanessa Mera 2023.	<i>Elaborado por:</i> Vanessa Mera 2023.	<i>Elaborado por:</i> Vanessa Mera 2023.	<i>Elaborado por:</i> Vanessa Mera 2023.
<i>Elaborado por:</i> Vanessa Mera 2023.	<i>Elaborado por:</i> Vanessa Mera 2023.	• <i>Elaborado por:</i> Vanessa Mera 2023.	<i>Elaborado por:</i> Vanessa Mera 2023.

Departamento degerencia Laptop



- Laptop HP HD de 14 pulgadas 2020
- Intel Celeron N4020 hasta 2.8 GHz, DDR4 de 4 GB
- Almacenamiento eMMC de 64

\$330,00

Ventas y atención al cliente

Impresora



- GB, Wifi 5, cámara web, HDMI
- Windows 10 S/accesorios legendarios

- Impresora de inyección de tinta a color multifunción inalámbrica
- Epson Home XP-4105 para oficina doméstica, negra, impresión, copia y escaneo
- pantalla LCD en color de 2,4 pulgadas, 10 ipm, 5760 x 1440 dpi
- impresión automática a doble cara
- activada por voz

\$177,00

Oficina de gerencia

Teléfono



- Montable en mesa o pared
- Control de volumen
- Funciones flash, rellamada, mute
- Interruptor seleccionador de modo de timbre o pulso
- Colores: negro y blanco

\$19,50






---

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.


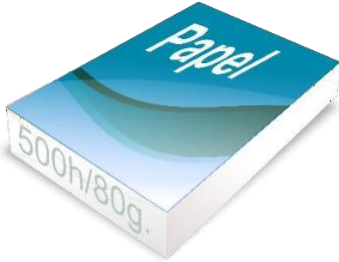

*Equipos de área comercial*

**Tabla 34:**

*Muebles y enseres*

<b>Área</b>	<b>Equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>
Mueble		2	\$210
Sillas Administrativas		3	\$60
Sillas de visitas		5	\$40
Archivadores		2	\$270
Estantes		4	\$150

### *Suministros de oficina*




Área	Equipo	Cantidad	Precio unitario
Archivadores		2	\$3,50
Resmas de papel		2	\$4,50
Esferos		8	\$0,70

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### **Suministros de limpieza**

**Tabla 36:**

*Suministro de limpieza*

<b>Área</b>	<b>Equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>
Recogedor, escoba y trapeador		1	\$5,35
Desinfectante		1	\$5,00
Papel Higiénico industrial		2	\$1,50

**Nota:** *Elaborado por Mera V.*

**Mano de**

**obra *Tabla***

**37:**

*Mano de obra*

<b>Área</b>	<b>Equipo</b>	<b>Cantidad</b>
Producción	Ingeniero químico	1
	Obreros	4
Atención al cliente	Vendedor	1
	Asistente contable y administrador	1

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

#### **4.3.3 Estado final**

Para la producción de los licores artesanales a ofrecer la empresa se debe realizar una planificación de los procesos de elaboración con el fin de suprimir los tiempos muertos, ya que sería de ayuda en la optimización de los tiempos y recursos de la empresa.

La maquinaria en cada uno de los procesos debe estar en muy buenas condiciones con el fin de garantizar que el producto sea de buena calidad y que sea entregado al momento que el cliente lo solicitó. Dependiendo del licor a elaborar se debe seguir diferentes pasos dentro del proceso de producción.

##### **4.3.3.1 Descripción del proceso de producción Recepción del pedido**

Mediante el pedido de licor artesanal realizado mediante el cliente, este pedido se lo realizará con antelación y aquí se preguntará cual será el sabor de fruta exótica a escoger y cuál será la cantidad deseada.

##### ***Lavado de la fruta***



Para este procedimiento se procede a escoger la fruta requerida por el consumidor, se introduce la fruta elegida en unos envases especiales para continuar con el lavado de esta (Pigazos, 2019).

### ***Preparación del jarabe***

Para la elaboración del jarabe utilizamos el mismo método que se empleó en El emprendimiento de Montoya et al. (2005) donde mediante la destiladora selogra por ejemplo que la mora se convierta en licor.

Para la elaboración del jarabe utilizamos azúcar y alcohol, mediante el alambique(destiladora) logramos una mezcla que es el jarabe que será utilizado posteriormente para continuar con la elaboración del licor artesanal.

### ***Control de concentración***

En este proceso se controla si tanto la azúcar como el alcohol se encuentran en cantidades acordes para que el licor artesanal logre llegar a su sabor ideal para el consumo del cliente.

### ***Picado y extracción***

Para este punto se agrega las frutas a la picadora y extractora con el fin de conseguir toda la pulpa de la fruta para lograr obtener el sabor en el licor artesanal.

### ***Adición de la fruta***

Para este proceso, una vez realizado el lavado, el picado y la extracción se añade la fruta que ha sido seleccionada por el consumidor sea esta mora, durazno, fresa, capulí, etc.

### ***Mezclado***

Mediante este procedimiento se mezcla el jarabe previamente preparado conjunto con el resultado de la fruta picada y extraída siendo este el procedimiento total del licor artesanal.

### ***Embotellado***

En este proceso se procede a verter el líquido obtenido anteriormente en las botellas de cristal mediante la máquina embotelladora con el fin de llevar al producto a su terminado.

### ***Etiquetadora***

Una vez embotellado, se procede a trasladar a la máquina etiquetadora en la que será implementada en cada botella la etiqueta que representa la marca del producto.

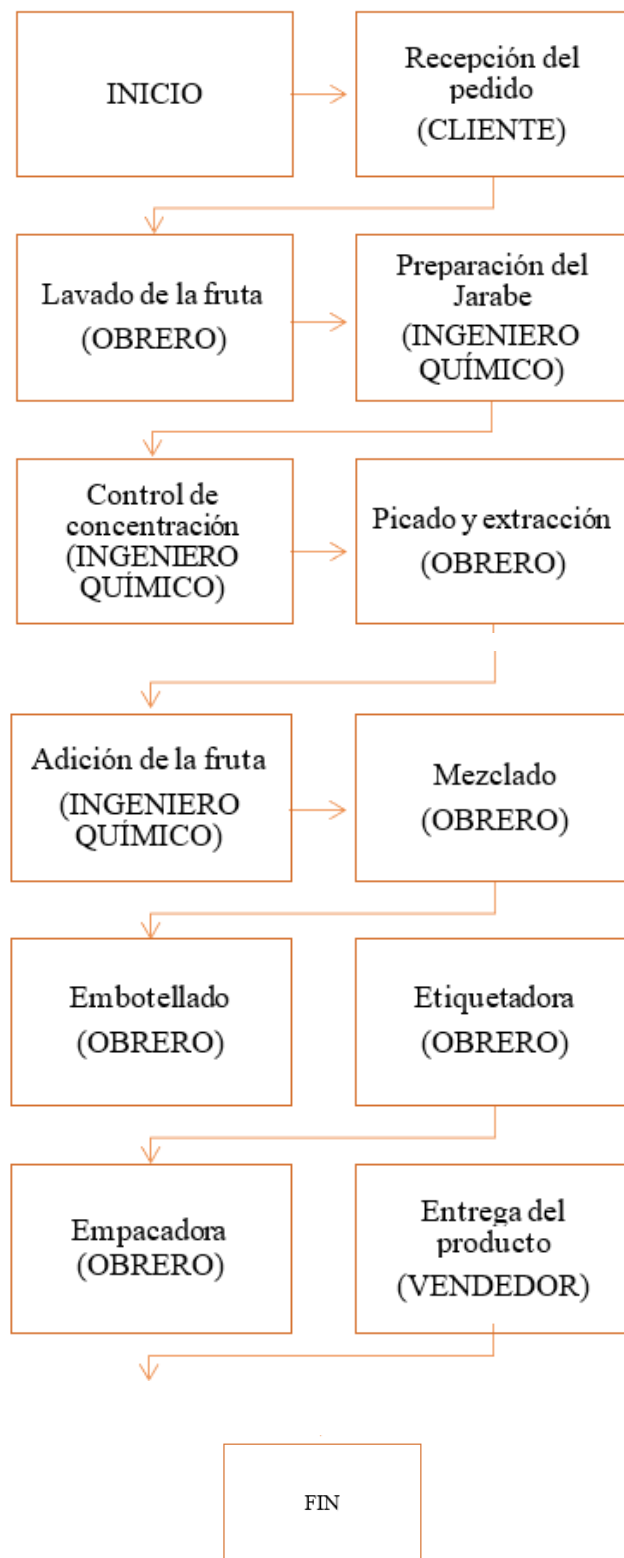
### ***Empacadora***

Siendo este el proceso final, también mediante la máquina empacadora se logra entregar el producto terminado listo para el consumo del cliente.

### ***Entrega del producto***

Finalmente se procede a realizar la debida entrega del producto terminado (licor artesanal de frutas exóticas) al cliente que realizó su pedido, con el fin de satisfacer su necesidad y esperando que sea de su total agrado.

**Gráfico 23:** *Flujograma de producción*



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

### ***Distribución física del sitio de la empresa***

A continuación, se presenta como se planta dentro de la empresa:

#### ***Planta de producción***

Se encuentra distribuida físicamente la

En este departamento se buscará ubicar los diferentes materiales, insumos, maquinarias y equipos, distribuyéndolos de una manera estratégica en la cual se busca lograr disminuir tiempos de espera en la línea de producción, aprovechando así los diferentes tiempos y espacios en el traslado de la materia prima e insumos, generando de esta forma índices altos de producción.

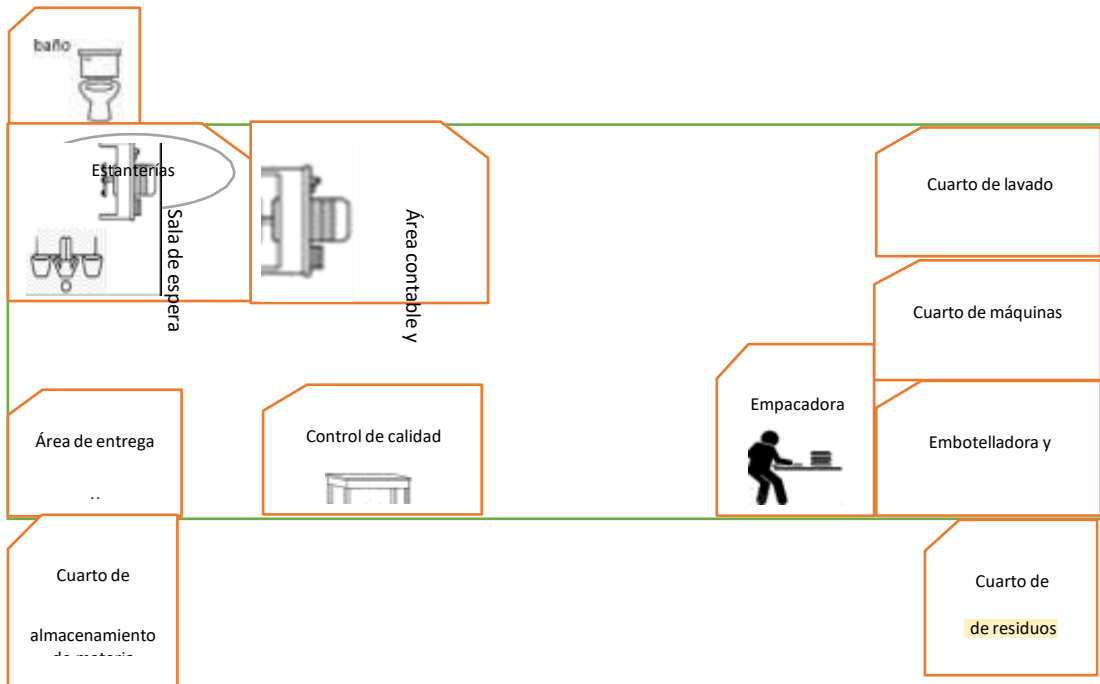
#### ***Área comercial***

En esta área se colocará los productos terminados para que continúen siendo vendidos a los consumidores, dentro del área comercial se logrará colocar de forma estratégica las estanterías para la exhibición de los licores artesanales, con esto se brindará un mejor servicio y de forma ordenada hacia el cliente.

#### ***Bodega***

En el área de almacenamiento (bodega) se pondrá la materia prima que servirá para utilizar en la elaboración del producto, la bodega cuenta con las debidas condiciones adecuadas para el procedimiento y cuidado de las frutas durante el tiempo que se encuentra en stock, dentro de esta área una persona del departamento de proceso de producción será el encargado de manejar este lugar.

**Gráfico 24:** *Layout*



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

#### **5.1 Aspectos generales**

La estructura organizacional que será establecida en la empresa Exotic Liquors con el proyecto de licores artesanales a base de frutas en Ambato, Tungurahua, empieza con una jerarquía de mandos tanto altos como los mandos inferiores, estos tienen algunas funciones específicas con el fin de ayudar a la empresa a mejorar, los operarios son pilares fundamentales en el crecimiento de este emprendimiento, pues estos fueron escogidos acorde a perfiles profesionales que encajan a cada puesto laboral con el fin de cumplir con las distintas labores profesionales que la empresa requiere. Los niveles de jerarquía se presentan de la siguiente forma:

**Tabla 38:**

*Empleados*

<b>Departamento</b>	<b>Puesto Laboral</b>
<b>Administración</b>	Gerente
<b>Auxiliar</b>	Contador y administrativo
<b>Operativo</b>	Ingeniero Químico Obrero
<b>Atención al cliente (ventas)</b>	Vendedor

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### ***Propuesta de logotipo***

Un logotipo es si una presentación gráfica de un emprendimiento, a través de este símbolo se puede lograr identificar una marca, entidad o institución, a su vez tiene como finalidad brindar a sus consumidores el producto que se ofrece, dando así un valor agregado en sus ingresos, este suele estar conformado por medio de letras, símbolos y también imágenes.

Por esto se ha planteado un logotipo para la microempresa de producción y comercialización de licores artesanales a base de frutas exóticas.

Para lograr conformar el diseño del logotipo de esta empresa, se solicitó opiniones de los dueños de esta microempresa por lo que se optó por colocar el nombre de “Exotic Liquors” que hace énfasis en la creación de un licor artesanal a base de diferentes frutas exóticas que podemos encontrar en la ciudad de Ambato, por lo que se optó por el siguiente logotipo en el cual se puede observar el nombre de este emprendimiento con unas letras legibles y colores llamativos rodeando la imagen de la parte central que es una copa muy formal con una bebida de color rojo y



en su parte superior decorada por una de las frutas que oferta la empresa  
misma que hace énfasis en el licor que se pretende lanzar al mercado

**Gráfico 25:** *Logotipo*



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### **5.1.2 Eslogan**

Este se lo puede manifestar mediante una frase corta y a su vez que sea fácil de recordar con la que la empresa se identifica dentro de la filosofía, esta frase va acompañada del logotipo anteriormente presentado por lo que es recomendable que esta sea de 4 a 7 palabras, ya que este suele ser utilizado como un medio publicitario ya sea este en propagandas o publicidades en medios tanto digitales como de comunicación. El eslogan suele ser confundido con el título de algún anuncio o también con el lema de una empresa. Para este emprendimiento se ha creado el siguiente

eslogan mismo que está escrito con tipo de letra Arial con una numeración de 14 y de color negro, ya que esto hace que el eslogan se vea elegante y llamativo.

## **“UNA BEBIDA ARTESANALMENTE EXÓTICA”**

### **5.2 Diseño organizacional**

#### ***5.2.1 Visión de la empresa Exotic Liquors***

Ser una institución líder y popular en ventas de licores artesanales a base de frutas exóticas, dando énfasis en lograr un mayor posicionamiento dentro del mercado, de este modo siendo reconocidos por la singularidad y el estilo al momento de elaborar el producto, brindando así un servicio de calidad a los consumidores.

#### ***5.2.2 Misión de la empresa Exotic Liquors***

Exotic Liquors tiene como misión producir y comercializar licores artesanales de buena calidad para personas económicamente activas, centrándose en brindar precios cómodos que satisfagan las exigencias y necesidades que tiene el cliente, abarcando así sus gustos de acuerdo a su paladar, siendo la ética el valor principal para brindar ciertos vínculos duraderos con los operadores, proveedores y también clientes.

#### **5.2.3           Valores**

##### ***corporativo***

##### ***Honestidad***

Este es un gran valor que hace énfasis en la entrega que tiene el distinto personal que conforma la empresa con los diferentes consumidores, ya sea al momento de la toma de su pedido y también a la entrega de este, dando el respeto a los requerimientos que el consumidor realizó de forma

anticipada al precio establecido.

### ***Responsabilidad***

Ejecutar todo tipo de actividad que este estipulada en los diferentes puestos de trabajo de forma seria, con amabilidad y sinceridad, a su vez pensando en las adversas imposiciones realizadas por los consumidores y los demás departamentos.

### ***Ética***

Todo colaborador de la empresa debe acatar las distintas normas y también las reglas impuestas por la institución, acatando cada valor para una correcta toma de decisión.

### ***Paciencia***

Cada área de trabajo debe tomar en cuenta este gran valor, ya que cada proceso tiene su tiempo estipulado y se debe cumplir de la forma correcta, también se debe tomar con calma cualquier acontecimiento de fuerza mayor en la que se necesita este valor, de igual forma a la hora de recibir algún tipo de reclamo sea este por parte de un cliente ya sea externo o interno.

### ***Puntualidad***

Esta institución y cualquier integrante de esta, se encuentra en la obligación de brindar respeto tanto en el tiempo de ingreso, tiempo de descanso (hora de almuerzo), como también en el tiempo de salida.

### ***Trabajo en equipo***

Para esto, se debe realizar las distintas actividades laborales mediante el apoyo de las demás personas, es decir compartir los múltiples

conocimientos de forma que los procedimientos se agilicen en cada área, dando así un ambiente laboral y también ameno.

***Lealtad***

Los miembros de la empresa deben tratar de mantener de forma discreta toda clase de información confidencial interna, en especial las personas que trabajan en el área de contabilidad, de esa forma se respetará la privacidad de esta.

***Enfoque al cliente***

Ejecutar un constante seguimiento a los diferentes clientes ya sea externos o internos de forma muy responsable, tratando tomar en cuenta las distintas recomendaciones que apoyen a la mejora y crecimiento de la institución.

**5.2.3.1 Matriz axiológica**

**Tabla 39:**

*Matriz axiológica*

Valores	Grupos de referencia			
	Clientes	Empleados	Proveedores	Directivos
Responsabilidad	x	x	x	X
Honestidad	x	x	x	X
Ética		x		X
Puntualidad	x	x	x	X
Paciencia	x	x		X
Lealtad	x	x	x	X
Trabajo en Equipo		x		X
Enfoque al Cliente		x		X

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### **5.3 Diseño de la estructura organizacional**

En la empresa se puede encontrar una estructura en la cual especifica cada tarea y responsabilidad que existe dentro de la organización dicha estructura se la denomina organizacional, ya que integra todo lo que compone a la empresa y que debe estar conectado, siendo estas personas y proyectos, una ayuda a la estabilidad, eficacia, eficiencia y efectividad de la empresa, mediante un buen funcionamiento (Sánchez et al., 2020)

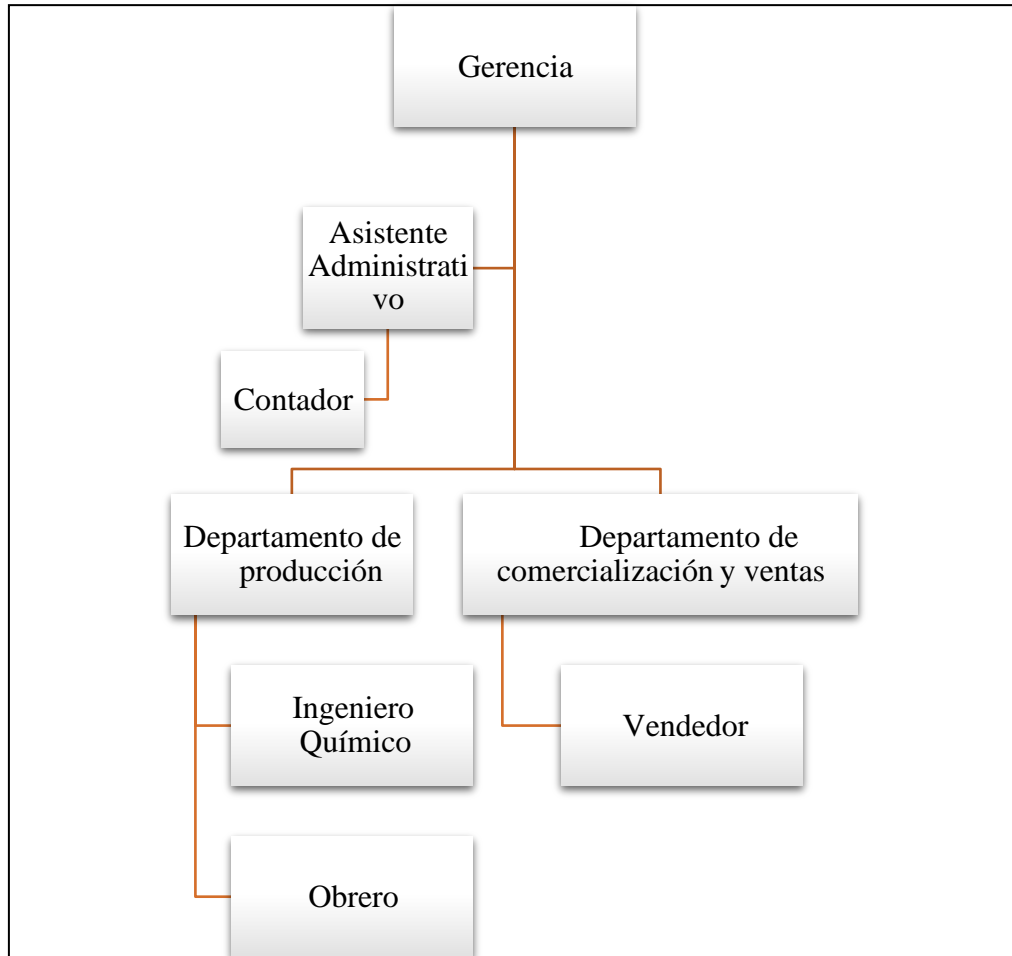
a continuación, se presenta el organigrama estructural de la empresa “Exotic Liquors”.

#### **5.4.1 Organigrama estructural**

Este representa la estructura de forma general de una entidad de una manera gráfica, dando entender así de manera clara todos los diferentes representantes operativos o también administrativos de esta. Cada vez que la empresa realice algún tipo de cambio ya sea en departamentos, divisiones etc. Este debe ser actualizado para su mejor funcionamiento.

#### **Gráfico 26:**

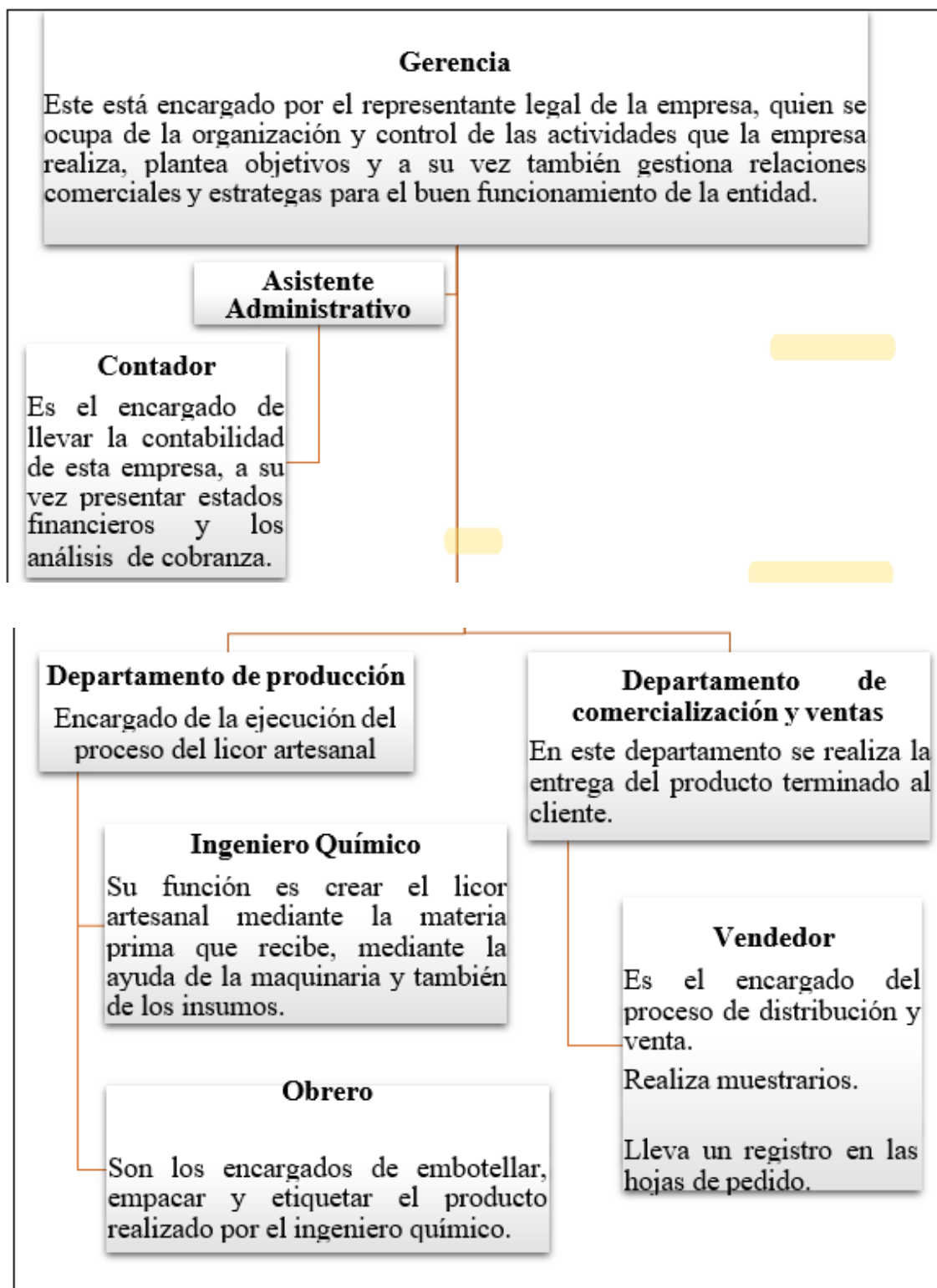
Organigrama estructural



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.


#### ***5.4.1 Organigrama de funciones***

Este organigrama está basado en describir principalmente todas y cada una de las funciones que realiza la empresa, describiendo así las ocupaciones, relaciones, con el fin de mantener un contacto necesario con los diferentes departamentos de esta.



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.




	<p align="center">“EXOTIC LIQUORS”</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE FUNCIONES</b></p>
<p align="center"><b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b></p>		
<p align="center"><b>IDENTIFICACIÓN Y RELACIÓN</b></p>		
<p><b>NOMBRE DEL PUESTO:</b> Gerente General  <b>NIVEL:</b> Nivel Ejecutivo  <b>ÁMBITO DE OPERACIÓN:</b> Administrativo</p>		
<p align="center"><b>RELACIÓN</b></p>		
<p><b>JEFE INMEDIATO:</b> Ninguno  <b>SUBORDINADOS DIRECTIVOS:</b> Departamento de producción y comercialización.  <b>DEPENDENCIA FUNCIONAL:</b> Gerencia General  <b>PROPÓSITO DEL PUESTO:</b> Como funciones principales tiene la coordinación y planificación de las estrategias y objetivos, mediante una contratación adecuada del personal para la producción de la empresa “Exotic Liquors”, con el fin de alcanzar la correcta ejecución de los objetivos que fueron planteados anteriormente para lograr el crecimiento de la organización.  <b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificación y planificación del cumplimiento de objetivos.</li> <li>• Direccionamiento de los niveles de operación y administrativos.</li> <li>• Direccionamiento de la empresa de forma judicial y legal.</li> <li>• Organización de las estrategias para realizar el cambio de forma adecuada a futuro de la estructura de la entidad.</li> <li>• Supervisión de la contabilidad y los distintos estados financieros.</li> <li>• Delegar funciones en las áreas de la entidad.</li> <li>• Único responsable de firmar cualquier tipo de documento legal o jurídico de la empresa.</li> </ul> <p><b>COMUNICACIÓN:</b> Ascendente y descendente.  <b>ESPECIFICACIONES:</b>  <b>Conocimientos:</b> administración, auditoría, liderazgo de gerencia, finanzas.  <b>Experiencia:</b> En gerencia administrativa. Experiencia mínima 3 años.  <b>NIVEL EDUCATIVO:</b> Tercer Nivel  <b>PERSONALIDAD:</b> Liderazgo, actitud y aptitud.</p>		
<p><b>Formato:</b> (Urbina, 2020)</p>	<p><b>Elaborado por:</b> Vanessa Mera</p>	<p><b>Revisado por:</b> Ing. Marcelo Gallardo, Mg.</p>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

	<p align="center">“EXOTIC LIQUORS”</p>	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p align="center"><b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b></p>		
<p align="center"><b>IDENTIFICACIÓN Y RELACIÓN</b></p>		
<p><b>NOMBRE DEL PUESTO:</b> Contadora  <b>NIVEL:</b> Nivel Auxiliar  <b>ÁMBITO DE OPERACIÓN:</b> Administrativo</p>		
<p align="center"><b>RELACIÓN</b></p>		
<p><b>JEFE INMEDIATO:</b> Gerente General  <b>SUBORDINADOS DIRECTIVOS:</b> Ninguno  <b>DEPENDENCIA FUNCIONAL:</b> Área administrativa  <b>PROPÓSITO DEL PUESTO:</b> Como funciones principales tiene elaborar de forma correcta todo los estados financieros y cuentas contables con el fin de que la empresa cumple con sus obligaciones tributarias.  <b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de los documentos contables, así como también los registros contables diarios.</li> <li>• Realizar los pagos de forma permanente a empleados y proveedores.</li> <li>• Controlar los costos de reducción de la empresa.</li> <li>• Archivar la documentación de forma adecuada como son las facturas de compra y de venta.</li> <li>• Realizar registros de los gastos y compras que realiza la empresa de forma diaria.</li> <li>• Realizar y verificar los pagos de declaraciones de impuestos.</li> <li>• Mantener toda la información de forma digital para un mejor manejo.</li> </ul> <p><b>COMUNICACIÓN:</b> Ascendente y descendente.  <b>ESPECIFICACIONES:</b>  <b>Conocimientos:</b> Declaraciones de impuestos, sistemas contables y manejo de tecnología.  <b>Experiencia:</b> Sistemas contables, Experiencia mínima 3 años.  <b>NIVEL EDUCATIVO:</b> Tercer Nivel  <b>PERSONALIDAD:</b> Trabajo en equipo, actitud y aptitud.</p>		
<p><b>Formato:</b> (Urbina, 2020)</p>	<p><b>Elaborado por:</b> Vanessa Mera</p>	<p><b>Revisado por:</b> Ing. Marcelo Gallardo, Mg.</p>


*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

	<p align="center">“EXOTIC LIQUORS”</p>	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p align="center"><b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b></p>		
<p align="center"><b>IDENTIFICACIÓN Y RELACIÓN</b></p>		
<p><b>NOMBRE DEL PUESTO:</b> Ingeniero Químico  <b>NIVEL:</b> Nivel Operativo  <b>ÁMBITO DE OPERACIÓN:</b> Operativo</p>		
<p align="center"><b>RELACIÓN</b></p>		
<p><b>JEFE INMEDIATO:</b> Jefe de producción  <b>SUBORDINADOS DIRECTIVOS:</b> Ninguno  <b>DEPENDENCIA FUNCIONAL:</b> Área de producción  <b>PROPÓSITO DEL PUESTO:</b> Como funciones principales tiene creación de la bebida alcohólica artesanal a base de frutas exóticas.  <b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de la concentración del jarabe de licor.</li> <li>• Realizar la mezcla del jarabe de licor juntamente con las frutas exóticas previamente seleccionadas y lavadas.</li> <li>• Garantizar el adecuado y buen uso de los materiales de trabajo.</li> <li>• Realización de un buen proceso de producción.</li> <li>• Recibir todos los materiales inventariados.</li> <li>• Verificar el buen estado de los insumos.</li> <li>• Realizar el control de calidad del producto terminado.</li> <li>• Tener conocimientos sobre proceso de control y elaboración de licor</li> </ul> <p><b>COMUNICACIÓN:</b> Ascendente y descendente, horizontal.  <b>ESPECIFICACIONES:</b>  <b>Conocimientos:</b> Química.  <b>Experiencia:</b> En Ingeniería Química. Experiencia mínima 3 años.  <b>NIVEL EDUCATIVO:</b> Tercer Nivel  <b>PERSONALIDAD:</b> Trabajo en equipo, actitud y aptitud.</p>		
<p><b>Formato:</b> (Urbina, 2020)</p>	<p><b>Elaborado por:</b> Vanessa Mera</p>	<p><b>Revisado por:</b> Ing. Marcelo Gallardo, Mg.</p>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

	<p align="center">“EXOTIC LIQUORS”</p>	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p align="center"><b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b></p>		
<p align="center"><b>IDENTIFICACIÓN Y RELACIÓN</b></p>		
<p><b>NOMBRE DEL PUESTO:</b> Obrero  <b>NIVEL:</b> Nivel Operativo  <b>ÁMBITO DE OPERACIÓN:</b> Operativo</p>		
<p align="center"><b>RELACIÓN</b></p>		
<p><b>JEFE INMEDIATO:</b> jefe de producción  <b>SUBORDINADOS DIRECTIVOS:</b> Ninguno  <b>DEPENDENCIA FUNCIONAL:</b> Área de producción  <b>PROPÓSITO DEL PUESTO:</b> Encargados de embotellar, empacar y etiquetar el producto realizado por el ingeniero químico.</p> <p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificación de la fruta, lavado y secado de la misma.</li> <li>• Manejo del tanque de mezclado.</li> <li>• Envasado del licor de frutas.</li> <li>• Verificación del producto terminado</li> </ul> <p><b>COMUNICACIÓN:</b> Ascendente y descendente.  <b>ESPECIFICACIONES:</b>  <b>Conocimientos:</b> Producción  <b>Experiencia:</b> mínima 1 años.  <b>NIVEL EDUCATIVO:</b>  Bachiller  <b>PERSONALIDAD:</b> Trabajo en equipo, actitud y aptitud.</p>		
<p><b>Formato:</b> (Urbina, 2020)</p>	<p><b>Elaborado por:</b> Vanessa Mera</p>	<p><b>Revisado por:</b> Ing. Marcelo Gallardo, Mg.</p>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

	<p align="center">“EXOTIC LIQUORS”</p>	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES</p>
---	--	---

<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN Y RELACIÓN</b>		
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b> Vendedor <b>NIVEL:</b> Nivel Operativo <b>ÁMBITO DE OPERACIÓN:</b> Operativo		
<b>RELACIÓN</b>		
<b>JEFE INMEDIATO:</b> Jefe de producción <b>SUBORDINADOS DIRECTIVOS:</b> Ninguno <b>DEPENDENCIA FUNCIONAL:</b> Área de producción <b>PROPÓSITO DEL PUESTO:</b> Su principal función es realizar el proceso de distribución y venta, hace el registro de hojas de pedido y realiza muestrarios.		
<b>FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener contacto permanente con los clientes, mediante llamadas, visitas personales, mail.</li> <li>• Satisfacer todas las inquietudes y necesidades que los clientes y nuevos interesados tengan sobre el producto.</li> <li>• Crear estrategias de venta y promoción e innovarlas para estar siempre a la par o a un mejor que la competencia, ofertando el producto constantemente.</li> <li>• Llevar el control sobre las ventas realizadas y las que se han cancelado para dar un informe de actividades y novedades al gerente.</li> <li>• Identificar las razones o problemas que se susciten o puedan suscitarse que disminuyan las ventas del producto.</li> <li>• Controlar la entrega puntual de pedidos a los distribuidores.</li> </ul> <b>COMUNICACIÓN:</b> Ascendente, horizontal.		
<b>ESPECIFICACIONES:</b> <b>Conocimientos:</b> Ventas, atención al cliente. <b>Experiencia:</b> Experiencia mínima 1 año. Profesional ingeniero comercial, marketing o ventas. <b>NIVEL EDUCATIVO:</b> Tercer Nivel <b>PERSONALIDAD:</b> Trabajo en equipo, responsabilidad y aptitud.		
<b>Formato:</b> (Urbina, 2020)	<b>Elaborado por:</b> Vanessa Mera	<b>Revisado por:</b> Ing. Marcelo Gallardo, Mg.

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

## CAPÍTULO VI

### ESTUDIO FINANCIERO

Con la finalidad de conocer la viabilidad que tiene un proyecto que se desee iniciar se debe realizar un minucioso estudio financiero, con el que se logrará conocer cuál es la aceptación de este, para esto se toma como base los distintos recursos financieros y económicos que estén en disposición sumándole a esto los estudios del restante del proyecto y también los recursos de los departamentos que restan (Ferraro et al., 2019).

El objetivo que tiene representar un estudio financiero es comprender si el proceso económico del proyecto a ejecutar es rentable y tiene viabilidad para llevarse a cabo. Como un nuevo emprendimiento “Exotic Liquors” está estudiando las diversas posibilidades para tener una posición en el mercado en el que se quiere ingresar y a su vez los diferentes elementos.

#### 6.1 Activo corriente o circulante Efectivo y equivalente al efectivo

**Tabla 40:**

*Efectivo de los socios*

N°	Socio	Efectivo
1	Vanessa Mera	\$11,890
<b>Total</b>		<b>\$11,890</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

## *Análisis*

Mediante la factibilidad que es requerida para la elaboración del proyecto de emprendimiento “Exotic Liquors”, la única socia y propietaria cuenta para iniciar un capital de \$11.890 dólares en efectivo, ya que para la iniciación de un nuevo emprendimiento es requerido contar con un presupuesto propio inicial para poder cumplir todos los requerimientos en un tiempo mínimo.

### *6.1.1 Inventario para el consumo de Suministros de oficina*

**Tabla 41:**

#### *Suministros de oficina*

<b>Descripción</b>	<b>Consumo Anual</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Carpetas archivadoras	2	Unidad	\$3.50	\$7.00
Esferos	3	Caja	\$0.80	\$16.00
Resmas de papel	1	Caja	\$4.50	\$45.00
Grapadora	2	Unidad	\$1.65	\$3.30
Perforadora	2	Unidad	\$2.80	\$5.60
Tinta de impresora	4	Unidad	\$5.80	\$23.20
Grapas	4	Caja	\$1.45	\$5.80
<b>Total</b>				<b>\$105.90</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

## *Análisis*

En esta tabla se puede definir los suministros de oficina que son esenciales para dar inicio con la microempresa “Exotic Liquors”, por lo que se estipula que es necesario un valor de \$105.90 dólares, con esto se puede acordar el plazo pertinentemente para realizar este ejercicio mientras se realiza este proyecto.

### *6.1.2 Inventario para el consumo de Suministros de limpieza*

*Tabla 42:*

#### *Suministros de limpieza*

<b>Descripción</b>	<b>Consumo Anual</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Papel higiénico (industrial)	35	Unidad	\$1.50	\$52.50
Escoba	2	Unidad	\$1.80	\$3.60
Trapeador	2	Unidad	\$1.75	\$3.50
Recogedor de basura	2	Unidad	\$1.75	\$3.50
Kit productos de limpieza	6	Unidad	\$4.50	\$27.00
<b>Total</b>				<b>\$90.10</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023



### *Análisis*

Para llevar a cabo un proyecto, los suministros de limpieza son de mucha importancia ya que son útiles para mantener el orden y la limpieza en la zonade trabajo, para esto la tabla representa un valor de \$90,10 dólares para la compra de los suministros necesarios para obtener un buen ambiente laboral.

#### *6.1.1 Total, activo corriente o circulante*

**Tabla 43:**

*Activo corriente*

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Efectivo	\$11.890
Inventario para el consumo de suministros de oficina	\$105.90
Inventario para el consumo de suministros de limpieza	\$90.10
<b>Total</b>	<b>\$12,086.00</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

### *Análisis*

En esta tabla que corresponde al activo corriente, se puede observar el valorque se necesitará para todas las actividades que van a realizarse dentro de laempresa, con una liquidez de \$10,086.00 dólares en el activo circulante.

## 6.1 Inversión activos no corriente o fijo

El activo fijo o no corriente son en sí, los patrimonios (servicios o bienes) mismos que tienen un cierto período de vida útil ésta superior a un año, por lo que los activos que permanecen en la entidad de forma fija sin generar ningún tipo de efectivo en un período mayor a doce meses ayudan a que la organización cumpla con las diferentes funciones de una forma normal, estos bienes o servicios fijos que no producirán efectivo de manera rápida, a continuación, detallaremos de forma específica:

### 6.2.1 Maquinaria

**Tabla 44:**

#### *Maquinaria*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Picadora	1	\$1,519.00	\$1,519.00
Alambique	1	\$3,900.00	\$3,900.00
Extractora	1	\$2,400.00	\$2,400.00
Embotelladora	1	\$3,550.00	\$3,550.00
Etiquetadora	1	\$4,690.00	\$4,690.00
Empacadora	1	\$3,800.00	\$3,800.00
<b>Total</b>			\$19,859.00

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

#### *Análisis*

Al momento de empezar un nuevo proyecto, la maquinaria sin duda es muy fundamental, por lo cual este emprendimiento tiene como valor

inicial de

\$19.859,00 como se puede observar en la tabla anterior, tomando en cuenta que la vida útil de la maquinaria supera el valor económico que está conformado por un año, lo cual será utilizado para realizar un producto de muy buena calidad y a su vez de forma ágil

### **6.2.2 Equipos de cómputo**

**Tabla 45:**

*Equipos de cómputo*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Laptop	1	\$570.00	\$570.00
Laptop de oficina	1	\$330.00	\$330.00
Impresora	1	\$177.00	\$177.00
Teléfono	1	\$19.50	\$19.50
<b>Total</b>			<b>\$1,096.50</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

### **Análisis**

Dentro del área administrativa de la empresa, los equipos de cómputo son la herramienta principal para ejecutar el trabajo administrativo, por lo que se observa en la tabla 45, el valor que será utilizado para estos equipos que es de \$1,096.50.

### **6.2.3 Muebles y enseres**

**Tabla 46:**

*Muebles y enseres*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Escritorios	2	\$210.00	\$420.00
Sillas Administrativas	3	\$60.00	\$180.00
Sillas de visitas	5	\$40.00	\$200.00
Archivadores	2	\$270.00	\$540.00
Estantes	4	\$150.00	\$600.00
<b>Total</b>			<b>\$1,940.00</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

### *Análisis*

En la empresa es muy esencial la parte visual de a misma por lo que los muebles y enseres son primordiales, dando así comodidad tanto al cliente como también al empleador, siendo estos muy importantes en la organización, en la tabla anterior se puede observar el valor de \$1,940.00 dólares mismo que será utilizado para la compra de estos muebles.

Total, activo fijo

### **Tabla 47:**

#### *Total Activo Fijo*

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Maquinarias y equipos	\$19,859.00
Equipos de cómputo	\$1,096.50
Muebles y enseres	\$1,940.00
<b>Total</b>	<b>\$22,895.50</b>

### **6.3 Pasivo**

## Formula

$$\textit{Activo} = \textit{Pasivo} + \textit{Patrimonio}$$

$$\textit{Pasivo} = \textit{Activo} - \textit{Patrimonio}$$

$$P = \$35,391.50 - \$10,557.10$$

$$P = \$24,834.40$$

## *Pasivo Corriente*

$$\textit{Total Pasivo} = \textit{Pasivo Corriente} + \\ \textit{Pasivo No Corriente}$$

$$\textit{Pasivo Corriente} = \textit{Total Pasivo} - \\ \textit{Pasivo No Corriente}$$

$$PC = \$24,834.40 - \$20,000.00$$

$$PC = \$4,834.40$$

## Capital de trabajo

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

### Tabla 49:

#### Datos del Capital de trabajo

\$ 4.834,40	Pasivo Corriente (PC)
\$12,086,00	Activo Corriente (AC)
	Capital de Trabajo (CT)

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

$$CP = 12,086.00 - 4,834.40$$

$$CP = \$7,251.60$$

Para dar inicio con las actividades económicas de la empresa, es muy importante conocer cuál es el capital de trabajo por lo que se aplica la respectiva fórmula que consiste en restar el pasivo corriente del activo corriente dando, así como resultado \$7,251.60.

## Resumen de la inversión

### *Inversion inicial*

$$= \text{Activo Fijo} + \text{Activo Diferido} + \text{Capital de trabajo}$$

**Tabla 50:** *Inversión Inicial*

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
<b>Activo Tangible (Fijo)</b>	<b>\$22.895,50</b>
Maquinaria	\$19.859,00
Equipo de Cómputo	\$1.096,50
Muebles y enseres	\$1.940,00
<b>Activo Intangible (Diferido)</b>	<b>\$410,00</b>
Marca	\$200,00
Patente (municipio)	\$210,00
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>\$7.251,60</b>
<b>Total, Inversión Inicial</b>	<b>\$30.557,10</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

Mediante la fórmula se logró identificar la inversión inicial para llevar a cabo el proyecto, que es de un valor de \$30.557,10 dólares para la inversión.

### **6.3.1 Financiamiento**

#### **6.3.1.1 Préstamo por pagar**

La empresa “Exotic Liquors” necesita cubrir todas las necesidades que

el proyecto va a tener, por lo que el capital propio se conoce que necesita de un financiamiento de forma externa, en este caso se ha solicitado de un préstamo bancario en una entidad financiera (BanEcuador), escogiendo a esta entidad por ser un banco público con una tasa de interés baja y pagos cómodos en sus cuotas.

**Tabla**

**51:**

*Financiamiento*

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Capital Propio	\$10.557,10	34,55%
Préstamo	\$20.000,00	65,45%
<b>Total</b>	<b>\$30.557,10</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

Este proyecto de emprendimiento cuenta con un capital propio de \$10.557,10 mismo que es equivalente al 34,55% del total del financiamiento, a su vez, se es necesario adquirir un préstamo bancario de \$20.000,00 que equivale al 65,45% del total.

**6.3.1.2 Plan de inversión del proyecto**

**Tabla 52:**

*Plan de inversión del proyecto*

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Activo tangible (fijo)	\$22.895,50	98,24%
Activo intangible (diferido)	\$410,00	1,75%
<b>Total de inversión</b>	<b>\$23.305,50</b>	<b>100%</b>



Capital propio	\$10.557,10	34,55%
Préstamo	\$20.000,00	65,45%
<b>Total financiamiento</b>	<b>\$30.557,10</b>	<b>100%</b>

**Nota:** *Elaborado por Mera V*

Para la creación de licores artesanales a base de frutas exóticas, en el plan de inversión en el activo fijo es \$22.895,50 que corresponde al 98,24% del totalde inversión, mientras que se invierte en activos diferidos un valor de \$410,00 correspondiente al 1,75% del total, esto generando un total de inversión de \$23.305,50. Este emprendimiento será beneficiado con uncapital propio de \$10.557,10 que corresponde al 34,55% del total del financiamiento, y finalmente adquiriendo un préstamo bancario de \$20.000,00 correspondiente al 65,45% del total.

#### **6.4 Presupuesto de costos y gastos**

**Materia prima licor artesanal de frutas exóticas**

**Tabla 53:**

*Materia prima*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Mora	1760	kilogramos	\$1,50	\$2.640,00

Limón	1760	kilogramos	\$1,00	\$1.760,00
Durazno	1760	kilogramos	\$1,50	\$2.640,00
Fresa	1760	kilogramos	\$1,50	\$2.640,00
Capulí	1760	kilogramos	\$1,50	\$2.640,00
Cereza	1760	kilogramos	\$1,50	\$2.640,00
Azúcar	4009	kilogramos	\$1,00	\$4.009,00
Alcohol	9650	Litros	\$1,10	\$10.615,00
Agua tratada	24778	Litros	\$0,38	\$9.415,64
<b>Total</b>				<b>\$36.362,28</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023V

### *Análisis*

Para la producción del licor artesanal a base de frutas exóticas se utilizará 1760 kilogramos por cada fruta, también 4009 kilogramos de azúcar, acompañado de 9650 litros de alcohol y finalmente con agua una cantidad de 24778 litros, cantidades que serán usadas de forma anual.

### *6.4.2 Insumos*

**Tabla 54:**

*Insumos*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
--------------------	-----------------------	-------------------------	------------------------	---------------------

Botellas de cristal	96,000	Unidad	\$0,12	\$11.520,00
Tapas para sellar las botellas	96,000	Unidad	\$0,02	\$1.920,00
Overol de trabajo	3	Prenda	\$24,50	\$73,50
<b>Total</b>				<b>\$13.513,50</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

### *Análisis*

Para la elaboración de los licores artesanales a base de frutas exóticas, se han utilizado insumos (botellas, tapas, overol de trabajo), generando un costo total de \$13.513,50, este costo se determinó considerando la cantidad de productos a producir de forma anual.

### *Materiales indirectos de producción de licores artesanales a base de frutas exóticas*

*Tabla 55:*

### *Materiales indirectos de producción de licores artesanales a base de frutas exóticas/*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Etiquetas	96000	Unidad	\$0,022	\$2.112,00

Cajas de cartón	8000	Unidad	\$0,42	\$3.360,00
<b>Total</b>				<b>\$5.472,00</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

### *Análisis*

Los materiales indirectos no conforman parte del proceso de producción, pero si tienen intervención al momento de comercializar el producto, por lo que se elaboró etiquetas y cartones en las cuales servirán de identificación del producto.

### **6.4.4 Depreciación**

**Tabla 56:**

#### *Depreciación*

<b>Depreciables a un año</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Depreciación anual</b>
Maquinarias y equipos	\$19.859,00	10%	\$1.985,90
Equipos de cómputo	\$1.096,50	33%	\$361,85
Muebles y enseres	\$1.940,00	10%	\$194,00
<b>Total</b>			<b>\$2.542,75</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

### *Análisis*

Una depreciación se genera mediante al desgaste natural que tiene un equipo o una maquinaria dentro de la entidad, por lo que anualmente el valor con el que fue adquirido inicialmente disminuye, para este proyecto tenemos una depreciación de \$2.542,75, teniendo en cuenta que la depreciación mas alta es de los equipos de cómputo con un

porcentaje de 33%.

#### 6.4.5 Amortización

**Tabla 57:**

*Amortización*

<b>Amortización primer año</b>	<b>Vida útil</b>	<b>Valor</b>	<b>Amortización anual</b>
Gastos constitución	5	\$410,00	\$82,00
<b>Total</b>			<b>\$82,00</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

#### 6.4.6 Mano de obra directa

**Tabla 58:**

*Mano de obra directa*

<b>Descripción</b>	<b>Trabajadores</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Aporte patronal 11,15%</b>	<b>Sueldo anual</b>
Ingeniero	1	\$460,00	\$51,29	\$6.135,48
Químico				
Obreros	4	\$450,00	\$50,18	\$12.004,32
<b>Total</b>				<b>\$18.139,80</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

## *Análisis*

Para la elaboración de los licores artesanales a base de frutas exóticas, se contará con una mano de obra directa estipulada así: un ingeniero químico y dos obreros, por lo que anualmente el costo de la mano de obra directa será de \$18.139,80, esto tomando en cuenta los roles de pago que tiene cada persona.

### *6.4.7 Servicios Básicos*

Para llevar a cabo este proyecto se requiere de servicios básicos, por lo cual la organización tendrá un costo de \$287,04 al año por pago de los mismo, así podemos observar a continuación:

*Tabla 59:*

*Servicios básicos*

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Consumo mensual</b>	<b>Consumo anual</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Energía Eléctrica	kW/h	260	3120	\$0,092	\$23,92	\$287,04
<b>Total</b>					<b>\$23,92</b>	<b>\$287,04</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

### *6.4.8 Costos Totales de producción*

En los costos totales de producción contamos con: la materia prima, los insumos, los materiales indirectos de fabricación, mano de obra directa e indirecta, la depreciación y también los servicios básicos dando así un valor de \$76.317,37 de costo de producción.

**Tabla 60:**

*Costos totales de producción*

<b>Costos de producción</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	
Materia Prima	\$36.362,28	\$37.722,23	\$39.133,04	\$40.596,61	\$42.114,92	\$43.690,02
Insumos	\$13.513,50	\$14.018,90	\$14.543,21	\$15.087,13	\$15.651,39	\$16.236,75
Materiales Indirectos de fabricación	\$5.472,00	\$5.676,65	\$5.888,96	\$6.109,21	\$6.337,69	\$6.574,72
Mano de obra directa	\$18.139,80	\$18.818,23	\$19.522,03	\$20.252,15	\$21.009,58	\$21.795,34
Cargos de depreciación	\$2.542,75	\$2.637,85	\$2.736,51	\$2.838,86	\$2.945,03	\$3.055,17
Servicios básicos	\$287,04	\$297,78	\$308,92	\$320,47	\$332,46	\$344,89
<b>Total</b>	<b>\$76.317,37</b>	<b>\$79.171,64</b>	<b>\$82.132,66</b>	<b>\$85.204,42</b>	<b>\$88.391,07</b>	<b>\$91.696,90</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

## **6.5 Gastos administrativos**

En los gastos administrativos se ha tomado en cuenta lo siguiente: servicios básicos proporcionales, los sueldos administrativos, los suministros de oficina, también el arriendo y los suministros de aseo, los cuales se detallan en la continuación:

### **6.5.1 Servicios básicos proporcionales**

Para la determinación de estos servicios básicos proporcionales se ha tomado en cuenta el agua potable, el teléfono fijo y también el internet, lo que no interviene de forma directa en la producción del producto.

**Tabla 61:**

*Servicios básicos proporcionales*

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Consumo mensual</b>	<b>Consumo anual</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Agua	Metros cúbicos	100	1200	\$0,18	\$18,00	\$216,00
Línea telefónica - internet	Minutos - Megas	80	960	\$0,22	\$17,60	\$211,20
<b>Total</b>					<b>\$35,60</b>	<b>\$427,20</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

### **6.5.2 Sueldos administrativos**

El sueldo anual del gerente administrativo es el valor que se tomó para determinar los sueldos administrativos dando un valor de \$8.669,76

**Tabla 62:**

*Sueldos administrativos*

<b>Descripción</b>	<b>Trabajadores</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Aporte patronal 11,15%</b>	<b>Sueldo anual</b>
Gerente administrador	1	\$650,00	\$72,48	\$8.669,76
<b>Total</b>				<b>\$8.669,76</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023



### 6.5.3 Suministros de oficina

Estos suministros son materiales que no están dentro del proceso de producción, pero estos si forman parte dentro del departamento administrativo de la empresa, con la finalidad de brindar un orden mejor en las funciones administrativas entre ellas (esferos, grapadoras, archivadores, perforadoras, resmas de papel) con un valor anual de \$105,90.

**Tabla 63:**

*Suministros de oficina*

<b>Descripción</b>	<b>Consumo Anual</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Carpetas archivadoras	2	Unidad	\$3,50	\$7,00
Esferos	3	Caja	\$0,80	\$16,00
Resmas de papel	1	Caja	\$4,50	\$45,00
Grapadora	2	Unidad	\$1,65	\$3,30
Perforadora	2	Unidad	\$2,80	\$5,60
Tinta de impresora	4	Unidad	\$5,80	\$23,20
Grapas	4	Caja	\$1,45	\$5,80
<b>Total</b>				<b>\$105,90</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

## Arriendo

**Tabla 64:**

*Arriendo*

Descripción	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Arriendo	1	\$250,00	\$3.000,00
<b>Total</b>			<b>\$3.000,00</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

### 6.5.5 Suministros de aseo

Para mantener una buena imagen de la empresa, es necesario el uso de suministros de aseo, para lo que se debe adquirir los siguientes artículos:

**Tabla 65:**

*Suministros de aseo*

Papel higiénico (industrial)	35	Unidad	\$1,50	\$52,50
Escoba	2	Unidad	\$1,80	\$3,60
Trapeador	2	Unidad	\$1,75	\$3,50
Recogedor de basura	2	Unidad	\$1,75	\$3,50

Kit productos	de limpieza	6	Unidad	\$4,50	\$27,00
<b>Total</b>					<b>\$90,10</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

#### **6.5.5.1 Total gastos administrativos**

Para el total de gastos administrativos se tiene un valor de \$12.337,96, valor obtenido de la suma de todos los gastos.

**Tabla 66:**

*Total gastos administrativos*

<b>Total gastos administrativos</b>	
Suministros de oficina	\$105,90
Suministros de aseo	\$90,10
Servicios básicos (Agua, internet, teléfono)	\$427,20
Sueldos Administrativos	\$8.669,76
Gasto arriendo	\$3.000,00
<b>Total</b>	<b>\$12.337,96</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

**Costo de ventas**

Dentro del costo de ventas, se tomó en cuenta el sueldo del vendedor ya que este es de gran importancia dentro del área de comercialización en la organización.

### 6.5.6 Sueldo vendedor

**Tabla 67:**

*Sueldo vendedor*

<b>Descripción</b>	<b>Trabajadores</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Aporte patronal 11,15%</b>	<b>Sueldo anual</b>
Vendedor	1	\$450,00	\$50,18	\$6.002,16
<b>Total</b>				<b>\$6.002,16</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

*Publicidad y promoción*

**Tabla 68:**

*Publicidad y promoción*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Publicidad y promoción	3	\$155,00	\$465,00
<b>Total</b>			<b>\$465,00</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

## **6.6 Gastos Financieros**

### **6.6.1 Interés del préstamo**

Para llevar a cabo el proyecto, se procedió a realizar un préstamo bancario en la institución financiera BanEcuador la cual cuenta con una tasa del 10,21%

**Tabla 69:**

*Interés anual*

<b>Interés préstamo bancario</b>	
<b>Interés</b>	<b>Valor anual</b>
Interés del préstamo	\$2.042,00

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

## 6.7 Presupuesto de costos totales

Para obtener el presupuesto de costos totales, se ha considerado los valores de costo de producción, los costos administrativos, costos financieros y también costos de venta, valores que fueron considerados para la inversión inicial.

**Tabla 70:**

*Costos de producción totales*

<b>Costos de Producción</b>	
Materia Prima	\$36.362,28
Insumos	\$13.513,50
Materiales Indirectos de fabricación	\$5.472,00
Mano de obra directa	\$18.139,80
Cargos de depreciación	\$2.542,75
Servicios básicos	\$287,04
<b>Total gastos de producción</b>	<b>\$76.317,37</b>
<b>Gastos administrativos</b>	
Suministros de oficina	\$105,90
Suministros de aseo	\$90,10
Servicios básicos (Agua, internet, teléfono)	\$427,20

Sueldos Administrativos	\$8.669,76
Gasto arriendo	\$3.000,00
<b>Total Gastos administrativos</b>	<b>\$12.337,96</b>
<b>Costos de ventas</b>	
Vendedor	\$6.002,16
Publicidad y promoción	\$465,00
<b>Total costos de ventas</b>	<b>\$6.467,16</b>
<b>Gastos Financieros</b>	
Interés del préstamo	\$2.042,00
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>\$2.042,00</b>
<b>Total</b>	<b>\$97.164,49</b>

### 6.7.1 Estado de situación inicial

**Tabla 71:** *Estado de situación inicial*

**EMPRESA EXOTIC LIQUORS  
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022**

<b>Activo</b>			<b>Pasivo</b>	
<b>Activo Corriente</b>			<b>Pasivo Corriente</b>	\$4.834,40
Efectivo y equivalentes al efectivo	\$11.890,00		Proveedores	\$4.834,40
Inventario para el consumo Suministros de Oficina	\$105,90			
Inventario para el consumo Suministros de Limpieza	\$90,10		<b>Pasivo no corriente</b>	\$20.000,00
			Préstamos por pagar	\$20.000,00
<b>Total Activo Corriente</b>		<b>\$12.086,00</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>\$24.834,40</b>
<b>Activo Fijo</b>		\$22.895,50	<b>Patrimonio</b>	
Maquinaria y Equipo	\$19.859,00		Capital	\$10.557,10
Equipo de Cómputo	\$1.096,50		Capital Social	\$10.557,10
Muebles y Enseres	\$1.940,00		<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$10.557,10</b>
Depreciación	-			
<b>Activo Diferido</b>		\$410,00		
Marca y patente	\$410,00			
Amortización	-			
<b>Total Activo no Corriente</b>		<b>\$23.305,50</b>		
<b>Total Activo</b>		<b>\$35.391,50</b>	<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>\$35.391,50</b>



## 6.7.2 Balance General Proyectado

Tabla 72:

### Balance General Proyectado

#### EXOTIC LIQUORS BALANCE GENERAL PROYECTADO

ACTIVOS	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<b>CORRIENTES</b>	<b>\$12.086,00</b>	<b>\$6.141,92</b>	<b>\$23.359,23</b>	<b>\$38.931,62</b>	<b>\$57.354,50</b>	<b>\$73.042,65</b>
Efectivo	\$11.890,00	\$12.334,67	\$12.795,99	\$13.274,56	\$13.771,03	\$14.286,07
Inventario	\$196,00	\$203,33	\$210,93	\$218,82	\$227,00	\$235,49
Cuentas por cobrar	-	-\$6.396,08	\$10.352,31	\$25.438,24	\$43.356,47	\$58.521,09
<b>TANGIBLES</b>	<b>\$22.895,50</b>	<b>\$20.352,75</b>	<b>\$17.810,00</b>	<b>\$15.267,25</b>	<b>\$12.724,50</b>	<b>\$10.181,75</b>
Maquinaria y Equipo	\$19.859,00	\$19.859,00	\$19.859,00	\$19.859,00	\$19.859,00	\$19.859,00
Equipo de Cómputo	\$1.096,50	\$1.096,50	\$1.096,50	\$1.096,50	\$1.096,50	\$1.096,50
Muebles y enseres	\$1.940,00	\$1.940,00	\$1.940,00	\$1.940,00	\$1.940,00	\$1.940,00
(-)Depreciación neta	-	\$2.542,75	\$5.085,50	\$7.628,25	\$10.171,00	\$12.713,75
<b>INTANGIBLES</b>	<b>\$410,00</b>	<b>\$328,00</b>	<b>\$246,00</b>	<b>\$164,00</b>	<b>\$82,00</b>	<b>\$ -</b>
Marca y Patente	\$410,00	\$410,00	\$410,00	\$410,00	\$410,00	\$410,00
(-) Amortización neta	-	\$82,00	\$164,00	\$246,00	\$328,00	\$410,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$35.391,50</b>	<b>\$26.822,67</b>	<b>\$41.415,23</b>	<b>\$54.362,87</b>	<b>\$70.161,00</b>	<b>\$83.224,40</b>
<b>PASIVO</b>	<b>\$24.834,40</b>	<b>\$9.668,80</b>	<b>\$14.503,20</b>	<b>\$19.337,60</b>	<b>\$24.172,00</b>	<b>\$29.006,40</b>
<b>CORRIENTE</b>	<b>\$4.834,40</b>	<b>\$9.668,80</b>	<b>\$14.503,20</b>	<b>\$19.337,60</b>	<b>\$24.172,00</b>	<b>\$29.006,40</b>
Proveedores	<b>\$4.834,40</b>	<b>\$9.668,80</b>	<b>\$14.503,20</b>	<b>\$19.337,60</b>	<b>\$24.172,00</b>	<b>\$29.006,40</b>
<b>NO CORRIENTE</b>	<b>\$20.000,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Préstamo Bancario	\$20.000,00	-	-	-	-	-
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$24.834,40</b>	<b>\$9.668,80</b>	<b>\$14.503,20</b>	<b>\$19.337,60</b>	<b>\$24.172,00</b>	<b>\$29.006,40</b>
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$10.557,10</b>	<b>\$17.153,87</b>	<b>\$26.912,03</b>	<b>\$35.025,27</b>	<b>\$45.989,00</b>	<b>\$54.218,00</b>
Capital	\$10.557,10	\$10.557,10	\$10.557,10	\$10.557,10	\$10.557,10	\$10.557,10
Utilidad neta	-	\$ 6.596,77	\$ 9.758,16	\$ 11.274,63	\$ 15.641,59	\$ 17.273,82
Utilidad Acumulada	-	-	\$6.596,77	\$13.193,54	\$19.790,31	\$26.387,08
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$10.557,10</b>	<b>\$17.153,87</b>	<b>\$26.912,03</b>	<b>\$35.025,27</b>	<b>\$45.989,00</b>	<b>\$54.218,00</b>

<b>TOTAL PASIVO+PAT RIMONIO</b>	<b>\$35.391,50</b>	<b>\$26.822,67</b>	<b>\$41.415,23</b>	<b>\$54.362,87</b>	<b>\$70.161,00</b>	<b>\$83.224,40</b>
---------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

### **6.1 Presupuesto de ingresos**

*Tabla 73:*

*Presupuesto de ingresos*

<b>AÑO</b>	<b>DPI REAL</b>	<b>PRECIO</b>	<b>INGRESOS BRUTOS ANUALES</b>
<b>2023</b>	5.323,46	19,71	\$104.925,40
<b>2024</b>	5.386,81	20,45	\$110.160,26
<b>2025</b>	5.450,91	21,21	\$115.613,80
<b>2026</b>	5.515,77	22,59	\$124.601,24
<b>2027</b>	5.581,41	23,38	\$130.493,37

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

### **Análisis**

La empresa “Exotic Liquors” para el año 2024 ha generado un ingreso bruto de \$104.925,40, el cual es resultado de la multiplicación entre el DPI real y el precio, también se generó una proyección para el año 2028, donde su ingreso bruto aumentó dando como resultado el valor de \$130.493,37

### **Estado de resultados proyectado**

El estado de resultados es también conocido como estado de ganancias y pérdidas. Es un reporte financiero que muestra de manera minuciosa la situación de la empresa, es decir, si obtuvo ganancia o pérdidas en el ejercicio de un ciclo contable (Urzúa, 2022).

**Tabla 74:** *Estado de resultados proyectados*

**Tabla**

**74:**

*Estado de resultados proyectados*

**EMPRESA EXOTIC LIQUORS  
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Ingresos</b>	\$ 104.925,40	\$ 110.160,26	\$ 115.613,80	\$ 124.601,24	\$ 130.493,37
Costo de producción	\$ 76.317,37	\$ 79.171,64	\$ 82.132,66	\$ 85.204,42	\$ 88.391,07
<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 28.608,03	\$ 30.988,62	\$ 33.481,14	\$ 39.396,82	\$ 42.102,30
Gastos Administrativos	\$ 12.337,96	\$ 12.799,40	\$ 13.278,10	\$ 13.774,70	\$ 14.289,87
Gastos Financieros	\$ 2.042,00	-	-	-	-
Gastos de Ventas	\$ 6.467,16	\$ 6.709,03	\$ 6.959,95	\$ 7.220,25	\$ 7.490,29
<b>Utilidad antes de participación de trabajadores</b>	\$ 7.760,91	\$ 11.480,19	\$ 13.243,09	\$ 18.401,87	\$ 20.322,14
15% participación trabajadores	\$ 1.164,14	\$ 1.722,03	\$ 1.968,46	\$ 2.760,28	\$ 3.048,32
<b>Utilidad antes de impuesto a la renta</b>	\$ 6.596,77	\$ 9.758,16	\$ 10.678,06	\$ 15.641,59	\$ 17.273,82
Impuesto a la renta	-	-	-	-	-
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 6.596,77	\$ 9.758,16	\$ 11.274,63	\$ 15.641,59	\$ 17.273,82

*Elaborado por: Vanessa Mera 2023*

## 6.2 Flujo de caja

Tabla 75: Flujo de caja

### EMPRESA EXOTIC LIQUORS FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Descripción	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$30.557,10</b>	<b>\$104.925,40</b>	<b>\$110.160,26</b>	<b>\$115.613,80</b>	<b>\$124.601,24</b>	<b>\$130.493,37</b>
Recursos Propios	\$10.557,10					
Recursos Ajenos	\$20.000,00					
Ingresos por ventas		\$104.925,40	\$110.160,26	\$115.613,80	\$124.601,24	\$130.493,37
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$95.122,49</b>	<b>\$ 98.680,07</b>	<b>\$102.370,71</b>	<b>\$106.199,37</b>	<b>\$110.171,23</b>
Gastos administrativos	\$ -	\$12.337,96	\$12.799,40	\$13.278,10	\$13.774,70	\$14.289,87
Gastos de producción	\$ -	\$76.317,37	\$79.171,64	\$82.132,66	\$85.204,42	\$88.391,07
Gatos de ventas	\$ -	\$6.467,16	\$6.709,03	\$ 6.959,95	\$7.220,25	\$7.490,29
<b>FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>	<b>\$ 30.557,10</b>	<b>\$9.802,91</b>	<b>\$ 11.480,19</b>	<b>\$ 13.243,09</b>	<b>\$ 18.401,87</b>	<b>\$ 108.713,21</b>
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$2.024,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Intereses pago préstamo		\$2.024,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO NO OPERACIONAL</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$2.024,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ 30.557,10</b>	<b>\$7.778,91</b>	<b>\$ 11.480,19</b>	<b>\$ 13.243,09</b>	<b>\$ 18.401,87</b>	<b>\$ 20.322,14</b>

Elaborado por: Vanessa Mera 2023.

### 6.3 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio conocido también como punto muerto es el cálculo que permite a la empresa saber el momento en el que no genera ni pérdidas ni ganancias sino más bien cubre los gastos. Aquí es donde la empresa decide si continúa con sus actividades o no.

**Tabla 76:**

*Punto de equilibrio*

<b>Costos Fijos</b>	<b>Valor</b>	<b>Costos Variables</b>	<b>Valor</b>
Amortización Constitución	\$84,00	Servicios Básicos	\$503,04
Depreciación de activos	\$2.542,75	Suministros de oficina	\$105,90
Servicio telefónico e internet	\$211,20	Suministros de aseo	\$90,10
Interés del préstamo bancario	\$2.042,00	Materiales indirectos	\$5.472,00
Sueldos y salarios Administrativos	\$8.669,76	Mano de obra directa	\$18.139,80
Sueldos y salarios Vendedor	\$6.002,16	Materia prima	\$36.362,28
Gasto Arriendo	\$3.000,00	Insumos	\$13.513,50
<b>Total</b>	<b>\$22.551,87</b>		<b>\$74.186,62</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

**Tabla 77:**

*Datos de punto de equilibrio*

Precio	\$19,71
Costos fijos	\$22.551,87
Costos Variables	\$74.186,62
Ventas	\$104.925,40

<b>Costos totales</b>	<b>\$96.738,49</b>
-----------------------	--------------------

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

### 6.1 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio conocido también como punto muerto es el cálculo que permite a la empresa saber el momento en el que no genera ni pérdidas ni ganancias sino más bien cubre los gastos. Aquí es donde la empresa decide si continúa con sus actividades o no.

**Tabla 76:**

#### *Punto de equilibrio*

<b>Costos Fijos</b>	<b>Valor</b>	<b>Costos Variables</b>	<b>Valor</b>
Amortización Constitución	\$84,00	Servicios Básicos	\$503,04
Depreciación de activos	\$2.542,75	Suministros de oficina	\$105,90
Servicio telefónico e internet	\$211,20	Suministros de aseo	\$90,10
Interés del préstamo bancario	\$2.042,00	Materiales indirectos	\$5.472,00
Sueldos y salarios Administrativos	\$8.669,76	Mano de obra directa	\$18.139,80
Sueldos y salarios Vendedor	\$6.002,16	Materia prima	\$36.362,28
Gasto Arriendo	\$3.000,00	Insumos	\$13.513,50
<b>Total</b>	<b>\$22.551,87</b>		<b>\$74.186,62</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

**Tabla 77:**

*Datos de punto de equilibrio*

Precio	\$19,71
Costos fijos	\$22.551,87
Costos Variables	\$74.186,62
Ventas	\$104.925,40
<b>Costos totales</b>	<b>\$96.738,49</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

***Fórmula:***



**Costos Fijos**

$$PE = \frac{\text{Costos Variables}}{1 - \text{Ventas}}$$

$$PE = \frac{\$22.551,87}{1 - \frac{\$74.186,62}{\$104.925,40}}$$

$$PE = \frac{\$22.551,87}{\$0,29295843}$$

$$PE = \$76.979,76 \text{ dólares}$$

**Análisis**

Una vez obtenido el punto de equilibrio mediante la fórmula, tenemos como resultado que se debe producir en unidades monetarias el valor de \$76.979,76 dólares, esto para no generar ni pérdidas ni ganancias, sin embargo, si se supera este valor, la empresa obtendrá ganancias.

**Punto de equilibrio en unidades producidas**

**Fórmula:**

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \text{Ventas}}$$

Precio de venta unitario – Costo variable unitario

$$PE = \frac{\$22.551,87}{\$19,71 - \$0,77}$$

$$PE = \frac{\$22.551,87}{\$18,94}$$

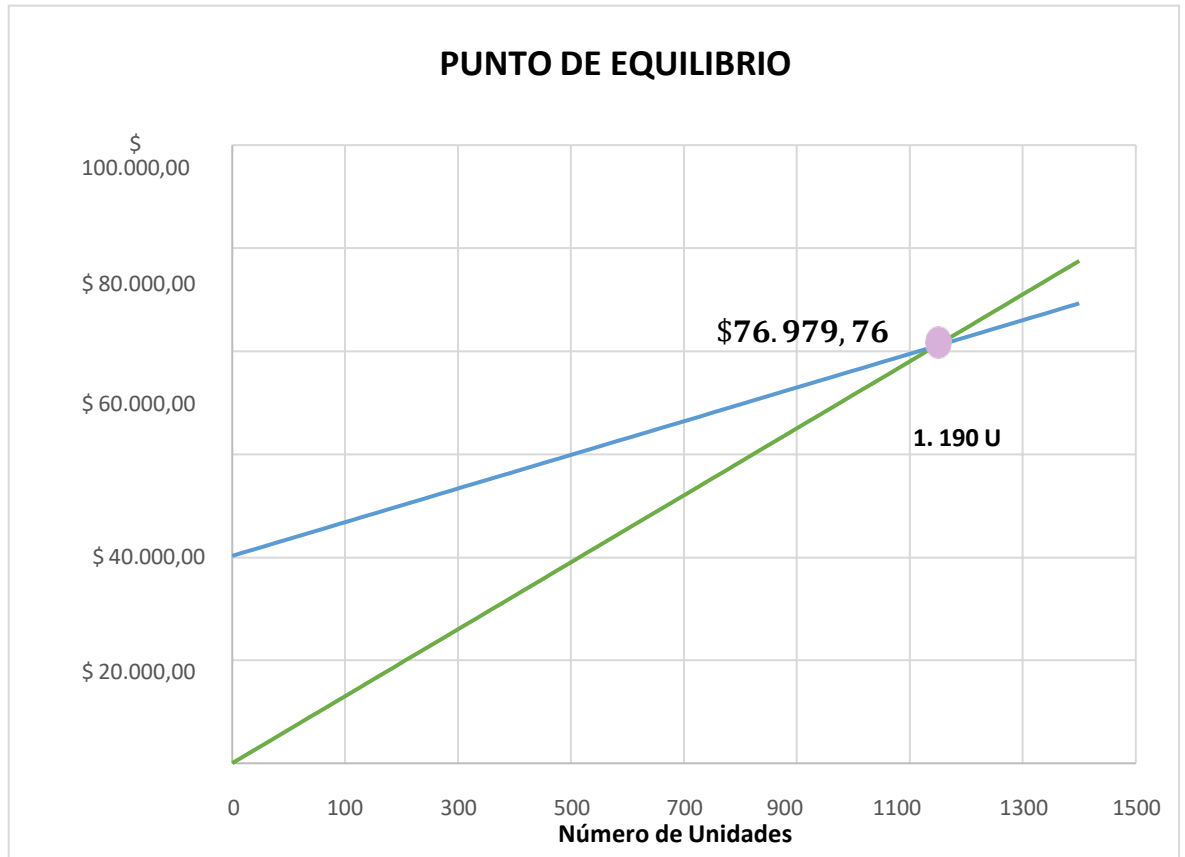
**PE = 1.190 unidades**

**Análisis**

En el punto de equilibrio de la empresa Exotic Liquors se obtuvo que se debe elaborar un total de 1.190 unidades siendo este el punto en el que no generará ni pérdidas ni ganancias, puesto que si la empresa supera esta cantidad comenzará a obtener ganancias.

## Punto de equilibrio gráfica

Gráfico 28: Punto de equilibrio



*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023

**6.2 Estudio Financiero mediante indicadores de rentabilidad**

**Cálculo de la TMAR sin financiamiento**

**Fórmula:**

$$TMAR1 = i + f$$

**Datos:**

**i: Riesgo país 1.726 (Banco Central del Ecuador septiembre 2022).**

**f: Inflación 4.23% (Banco Central del Ecuador).**

$$i = \text{Riesgo país} \quad 0,1726$$

$$f = \text{Inflación} \quad 0,0423$$

$$TMAR1 = 0,1726 + 0,0423$$

$$TMAR1 = 0,2149 = 21,49\%$$

*Cálculo de la TMAR sin financiamiento*

*Fórmula:*

$$TMAR2 = i + f * 2$$

*Datos:*

$$i = \text{Riesgo país} \quad 0,1726$$

$$f = \text{Inflación} \quad 0,0423$$

$$TMAR2 = 0,1726 + 0,0423(2)$$

$$TMAR2 = 0,2572 = 25,72\%$$

*Cálculo de la TMAR1 y TMAR2 global mixto*

**Tabla 78:**

*Cálculo de la TMAR1 y TMAR2*

<b>Fuentes de financiamiento</b>	<b>Monto</b>	<b>Aportaciones de fuentes %</b>	<b>TMAR1</b>	<b>Ponderación</b>	<b>TMAR2</b>	<b>Ponderación</b>
Capital propio	\$10.557,10	0,35	0,2149	0,0752	0,2572	0,0900
Instituciones financieras	\$20.000,00	0,65	0,1021	0,0663	0,1021	0,0663
Total	\$30.557,10	1,00		0,1415		0,1563
<b>TOTAL, TMAR1 y TMAR2</b>				<b>14,15%</b>		<b>15,63%</b>

*Elaborado por:* Vanessa Mera 2023.

**Análisis**

Calculando la tasa mínima aceptable global mixta, se obtuvo los valores en TMAR1 14,15% mientras que en TMAR2 15,63%, mediante estos datos se

podrá brindar la tasa mínima aceptable en un futuro a los inversionistas.

### 6.2.1 Cálculo de la VAN

El VAN (Valor Actual Neto) permite la evaluación de las inversiones a largo plazo, ya resuelto la fórmula debe dar como resultado un valor igual o mayor a cero, mediante esta operación los inversionistas futuros tienen claro si el proyecto será o no viable.

Fórmula:

$$\begin{aligned}
 VAN1 = & -I_0 + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5} \\
 VAN1 = & -\$30.557,10 + \frac{\$8.982,51}{(1+0,2149)^1} + \frac{\$11.607,07}{(1+0,2149)^2} + \frac{\$15.135,07}{(1+0,2149)^3} \\
 & + \frac{\$16.517,97}{(1+0,2149)^4} + \frac{\$18.936,03}{(1+0,2149)^5} \\
 VAN1 = & -\$30.557,10 + \frac{\$8.982,5}{11,21} + \frac{\$11.607,0}{7} + \frac{\$15.135,07}{1,48} + 1,79
 \end{aligned}$$

\$16.517,97 \$18.936,03

+ \_\_\_\_\_ + \_\_\_\_\_

2,18

2,65

$$VAN1 = -\$30.557,10 + \$7.423,56 + \$7.842,61 + \$8.455,35 + \$7.577,05$$

$$+ \$7.145,67$$

$$VAN1 = \$7.887,14$$

### *Cálculo de la VAN2*

*Fórmula:*

$$VAN1 = -I_0 + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN1 = -\$30.557,10 + \frac{\$8.982,51}{(1 + 0,2572)^1} + \frac{\$11.607,07}{(1 + 0,2149)^2} + \frac{\$15.135,07}{(1 + 0,2149)^3}$$

}



## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### *7.1 Conclusiones*

- En nuestro país el licor es una bebida que es utilizada para acompañar las diferentes festividades, reuniones, ceremonias, entre otras, por lo que este proyecto de emprendimiento se ha enfocado en la elaboración de licores artesanales a base de frutas exóticas que se dan en nuestra ciudad Ambato, con el fin de brindar apoyo laboral a distintas familias que se encuentran en desempleo y a su vez también , para generar factibilidad en un sector específico al satisfacer esa necesidad existente, generando así contribuciones económicas a la provincia.
- Mediante lo dicho anteriormente, debido al estudio de mercado realizado se determinó que la creación de una microempresa productora y comercializadora de licores artesanales a base de frutas en la ciudad de Ambato es factible, esto se concluyó mediante el resultado obtenido de la muestra de 170 con una demanda insatisfecha de 391.863 misma que para el año 2027 tendría un aumento y será de 410.882 lo que refleja que el proyecto es viable a largo plazo.
- La factibilidad financiera de este emprendimiento se realizó con proyección a cinco años, para ello se utilizó indicadores financieros que permiten generar un panorama claro hacia los inversionistas futuros. Los indicadores más importantes que se aplicó en este proyecto es el de financiamiento, solvencia y liquidez, que son los más esenciales al momento de conocer la realidad económica de la empresa, por lo que, se ha concluido que este proyecto tiene un crecimiento y rentabilidad que permitirán cubrir con los costos operacionales y obligaciones financieras .

## ***7.2 Recomendaciones***

- ▢ De acuerdo a la necesidad del mercado en la que este proyecto se basó se recomienda crear un punto de venta de licores artesanales a base de frutas exóticas en la ciudad de Ambato, Tungurahua las cuales fueron detallados en la localización optima del proyecto, siendo Ambato uno de los lugares con más comercio en bebidas alcohólicas de diferentes sabores, según las encuestas realizadas en la ciudad se obtuvo como respuesta la necesidad de la creación de una tienda especializada de licores artesanales a base de frutas exóticas.
- ▢ En relación con el estudio técnico realizado se basó principalmente en la ausencia empresas productoras y comercializadoras de licores artesanales a base de frutas exóticas, el producto en cuestión se basará en preparar licores de diferentes frutas como por ejemplo la fresa, la mora, el durazno, el capulí, el limón, con sabores que sean del agrado de cada cliente, por lo que se recomienda realizar alianzas con proveedores de marcas reconocidas para la introducción del producto en el mercado.
- ▢ En el estudio financiero realizado mediante la aplicación de indicadores financieros se pudo evidenciar que este emprendimiento es viable debido a que la empresa cuenta con un capital propio superior al financiamiento de entidades bancarias por lo que se recomienda en futuros periodos la disminución de gastos para que la empresa genere mayores utilidades, sin dejar de lado la calidad del producto.

## MATERIALES DE REFERENCIA

### Referencias Bibliográficas

- ARCOSA. (2018). *Base de datos de Licores*. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia. <https://www.controlsanitario.gob.ec/>
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Sector de bebidas y alimentos*.
- Botero, M., Ricaurte, S., Monsalve, C., & Rojano, B. (2007). Capacidad reductora de 15 frutas tropicales. *Scientia Et Technica*, XIII, 295–296. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84903381%0ACómo>
- Castañeda, O., Pérez, L., Abraham, M., Hernández, J., & Mireles, A. (2018). Características químicas y compuestos antioxidantes durante la maceración en la elaboración de licor de fresa artesanal. *Investigación y Desarrollo En Ciencia y Tecnología de Alimentos*, 3, 326–331.
- Castro Borunda, Z. I. (2017). Evaluación de proyectos de inversión para pequeñas y medianas empresas con una estrategia de proyección financiera. *Ra Ximhai*, 15–40. <https://doi.org/10.35197/rx.13.03.2017.01.zc>
- CONSEP. (2017). *Encuesta a libadores*. Consejo Nacional de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas. <https://www.gob.ec/mdg/tramites/emision-permisos-funcionamiento-establecimientos-categoria-1-23-8-centros-diversion-mayores-edad-centros-tolerancia-licorerias-depositos-bebidas-alcoholicas-pensiones-residenciales-moteles>
- Ferraro, C., Goldtein, E., Luis, Z., & Garrido, C. (2019). El financiamiento a las pymes en América Latina. *Economíaunam*, 6(17), 69–91. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35358/S2011124\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35358/S2011124_es.pdf)
- Hormaza Muñoz, D. G. (2020). Algunos antecedentes históricos, socio- - culturales de las bebidas alcohólicas en Ecuador dirigido a los estudiantes de arte y turismo. *Revista de Estudios En Sociedad, Artes y Gestión Cultural*, 57–73.

<https://dx.doi.org/10.17561/rtc.n18.4> http:/

INEC. (2015). *Encuesta Nacional de Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación-ACTI* |.

Encuesta Nacional de Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación-ACTI |. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-actividades-de-ciencia-tecnología-e-innovación-acti/>

Larrea Paredes, M. de L., & Larrea Paredes, M. P. (2018). El sector licorero del Ecuador frente a las medidas tributarias impuestas. *INNOVA Research Journal*, 3(10.1), 163–171.

<https://doi.org/10.33890/innova.v3.n10.1.2018.783>

- Mendoza, V., García, R., & Morales, C. (2019). Producción de licor de pétalos de rosas en régimen semicontinuo. *Revista Científica INGENIAR: Ingeniería, Tecnología e Investigación*, 2(4), 24–37. <https://doi.org/10.46296/ig.v2i4.0010>
- Moncayo, D. (2022). *Control de condiciones de expendio de licor en Ambato y Riobamba*. [https://eldiarioderiobamba.com/2022/06/04/control-a-expendio-de-licor-en-ambato-y- Riobamba/](https://eldiarioderiobamba.com/2022/06/04/control-a-expendio-de-licor-en-ambato-y-Riobamba/)
- Moncayo, Y., Salazar, M., & Avalos, V. (2021). El estudio de mercado como estrategia para el desarrollo de productos en el sector rural. Caso de estudio Parroquia Bayushig. *Polo Del Conocimiento*, 56(3), 2205–2220. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2501>
- Monteiro, M. (2013). Alcohol y Salud Pública en América Latina: ¿cómo impedir un desastre sanitario? *Adicciones*, 25, 99–105.
- Montoya, Á., Londoño, J., & Márquez, J. (2005). Licor de Mora de Castilla (*Rubus glaucus*) con diferentes porcentajes de pula. *Revista Facultad Nacional de Agronomía*, 58, 1–11. <http://www.scielo.org.co/pdf/rfnam/v58n2/a11v58n2.pdf>
- Morocho, J. A., Jiménez, Á., & Barrios, R. (2022). En busca de la marca ciudad: el caso de Ambato. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(4), 997–1010. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.066>
- Novoa, C. (2017). *El 19,3% de chicos beben licor ocasionalmente*. El Telégrafo. [https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/el-19-3-de-chicos-en-ambato-bebe- licor-ocasionalmente](https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/el-19-3-de-chicos-en-ambato-bebe-licor-ocasionalmente)
- Núñez, E. (2000). *Guía para la preparación de proyectos de servicios públicos*. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1430/17.pdf>

OMS. (2020). *Situación Alimenticia a Nivel Mundial*. Organización Mundial de La Salud. Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio.

*International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232.  
<https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

París, J. (2011). El Significado del Producto y su Impacto en la Marca. *Revista de Administração Da Unimep*, 9(3), 24–39. [https://doi.org/10.15600/1679-5350/rau.v9n3p24-](https://doi.org/10.15600/1679-5350/rau.v9n3p24-39)

39

Pigazos, M. (2019). Exportación de vino tinto al Estado de California: un estudio de caso Export of red wine into the State of California: a case study. *UNED*, XVIII, 235–255.

Reyes, A., Pino, J., & Moreira, V. (2011). Aspectos generales sobre la elaboración del licor delimón. *ICIDCA: Sobre Los Derivados de La Caña de Azúcar*, 45(1), 13–19.

- Rivera, J. A., Muñoz Hernández, O., Rosas Peralta, M., Aguilar Salinas, C. A., Popkin, B. M., & Willett, W. C. (2008). Consumo de bebidas para una vida saludable: Recomendaciones para la población mexicana. *Gaceta Medica de México*, *144*(5), 369–388. <https://doi.org/10.1590/s0036-36342008000200011>
- Robin, C., & Torres, C. (2001). Segmentación de mercados: buscando la correlación entre variables psicológicas y demográficas. *Revista Colombiana de Marketing*, *2*(2). <https://www.redalyc.org/pdf/109/10900204.pdf>
- Rock, J., & Sánchez, P. (2002). El mercado del vino de los estados unidos: oportunidades para los exportadores chilenos. *Panorama Socioeconómico*, 12–234.
- Rodolfo, F., Poot-chi, K., & Eduardo, J. (2018). *Revista de Simulación y Laboratorio Obtención de licor de Chile X-cat (Capsicum annuum) mediante maceración alcohólica Obtaining X-cat chili Liquor (Capsicum annuum) by alcoholic maceration Revista de Simulación y Laboratorio*. *5*(17), 1–7. [https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Simulacion\\_y\\_Laboratorio/vol5num17/Revista\\_de\\_Simulacion\\_y\\_Laboratorio\\_V5\\_N17\\_1.pdf](https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Simulacion_y_Laboratorio/vol5num17/Revista_de_Simulacion_y_Laboratorio_V5_N17_1.pdf)
- Rodríguez, A., & Ramírez, H. (2016). El Consumidor De Licores De Tenancingo: Análisis De La. *AMECIDER*, *27*. <http://ru.iiec.unam.mx/3288/1/182-Avitia-Ramirez.pdf>
- Sánchez, P. M., Carrasco, L. M., & Pacheco, A. C. (2020). Crecimiento económico en una región emprendedora en el Ecuador. *Revista de Ciencias de La Administración y Economía*, *10*(19), 65–80. <https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/19.2020.04/3762>
- SRI. (2023). *Bebidas Alcohólicas*.
- Urcola, M., & Nogueira, E. (2020). Producción, abastecimiento y consumo de alimentos en pandemia. El rol esencial de la agricultura familiar en la territorialidad urbano-rural en Argentina. *Revista de Desarrollo Económico Territorial Eutopía*, *18*, 29–48.

<https://doi.org/10.17141/eutopia.18.2020.4629>

Valdez López, Y. C., Marentes Patrón, R. A., Correa Valenzuela, S. E., Hernández Pedroza, R.I., Enríquez Quintero, I. D., & Quintana Zavala, M. O. (2022). Nivel de estrés y estrategias de afrontamiento utilizadas por estudiantes de la licenciatura en Enfermería.

*Enfermería Global*, 21(1), 248–270.

<https://doi.org/10.6018/eglobal.441711> Valencia, S. A., Salazar, N. J., Robles, M., González, G. A., Ayala, J. F., & López, L. X.

(2020). *Propiedades bioactivas de frutas tropicales exóticas y sus beneficios a la salud*. 70, 205–214.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84903381%0A>Cómo



## ÍNDICE DE ANEXOS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**  
ENCUESTA



**OBJETIVO:** Recopilación de información para la creación de una microempresa productora y comercializadora de licores artesanales a base de frutas exóticas producidas en la ciudad de Ambato, Tungurahua

**1. Género**

Masculino

Femenino

**2. Edad**

18-25

26-30

31-36

Más de 36

**3. ¿Conoce Ud. sobre la elaboración de los licores artesanales?**

Sí

No

**4. ¿Consume Ud. regularmente algún tipo de bebida alcohólica?**

Sí

No

**5. ¿Qué tipo de licor consume con frecuencia?**

Whisky

Vino  
Vodka  
Cerveza  
Otros:

**6. ¿Con que periodo de frecuencia consume algún tipo de licor?**

Todos los días

Todos los fines de semana

Una o dos veces al mes

Nunca

**7. ¿En dónde compra Ud. generalmente algún tipo de bebida alcohólica?**

Supermercados

Minimarket

Licorerías

Otros:

**8. ¿Dónde consume Ud. generalmente licor?**

Centros Nocturnos

Conciertos

Restaurantes

Reuniones Familiares

Otros:

**9. ¿Qué factores determinan la compra de bebidas alcohólicas que consume?**

Precio

Sabor

Calidad

Grado de alcohol

Otros:

**10. ¿Estaría dispuesto a probar un licor artesanal elaborado con frutas**

**exóticas?**

Sí

No

Tal vez

**11.** ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar usted por un licor artesanal a base de frutas exóticas?

15\$-17\$

17\$-19\$

19\$-21\$

21\$-23\$



