



FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

**Plan de negocio de la empresa ZEUS NUTRITION S.A. dirigida a la importación y
distribución de suplementos a ONLYNAT S.A.**

Autor: Carlos Cornejo

Tutor: Christian Morán

Samborondón - 2017

1) Índice General

1) Índice General.....	2
2) Justificación	4
3) Problema que resolver	5
4) Objetivo general.....	6
4.1 Objetivos específicos.....	6
5) Resumen ejecutivo	6
6) Misión y visión	7
7) Metas	7
8) Viabilidad legal (Permisos, licencias, registro de marca).....	8
9) Análisis de mercado	9
9.1 Mercado objetivo	9
9.2 Análisis PESTAL.....	10
9.3 Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).....	12
9.4 Análisis de las 4 Ps.....	13
9.5 Análisis de la demanda y oferta	17
9.6 Estrategia de diferenciación.....	28
9.7 Acciones de Promoción.....	28
9.8 Canal de distribución.....	29
10) Análisis operativo.....	30
10.1 Localización y descripción de las instalaciones.....	30
10.2 Método de producción y comercialización	31
10.3 Capacidad instalada.....	32
10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, transporte, inspección, demora, almacenamiento).	33
10.5 Recursos Humanos	35
10.5.1 Descripción de cargos.....	35
11) Análisis Financiero.....	37
11.1 Inversión Inicial y Financiamiento.....	37
11.2 Estado de Resultados proyectado a 5 años	37
11.3 Flujo de Caja proyectado a 5 años	38
11.4 Análisis del punto de equilibrio	38

11.5 Análisis Tasa Interna de Retorno, Índice de Rentabilidad, Valor actual Neto, Recuperación de la Inversión	39
12) Viabilidad del proyecto	40
13) Bibliografía	40
14) ANEXOS	43

2) Justificación

Este proyecto nace a partir del reconocimiento del incremento de la demanda de suplementos nutricionales, principalmente por parte de personas que se tienen un régimen estricto de ejercicios físicos, y aquellos que se preocupan constantemente por tener una alimentación sana desde varias perspectivas. En resumen, busca atender las necesidades de personas que realizan ejercicios de alto rendimiento y aquellos que buscan llevar una vida sana, ya sea por necesidad o estética (Rodríguez, Crovetto, & González, 2011).

Ciertamente, los hábitos alimenticios de los adultos y adultos mayores son distintos en comparación con los hábitos alimenticios de los jóvenes actuales. Décadas atrás, la sociedad no tenía una idea clara de la amplitud de los efectos de ingerir alimentos que no proporcionan ningún tipo de nutrientes importantes para el cuerpo, por lo que la tasa de obesidad en los individuos ha venido creciendo con gran velocidad por una serie de factores (NHS Choices, 2013). De hecho, recientes investigaciones han demostrado que existe una incidencia del 62.8% de obesidad en los adultos de 19 a 59 años en el país (El Universo, 2017).

Con el paso del tiempo, la sociedad ha sido testigo de los efectos adversos que produce una mala alimentación; una alimentación completamente desbalanceada respecto a los nutrientes que el cuerpo requiere para el correcto funcionamiento y para promover un estilo de vida de calidad y bienestar. Gracias a todas las investigaciones que han confirmado el daño que produce, por ejemplo, comer constantemente comida chatarra, se ha desarrollado una tendencia *fit* o *healthy*, misma que busca concientizar acerca de los beneficios de evitar una alimentación desequilibrada y en cierto grado, mala; al mismo tiempo que busca motivar el desarrollo de hábitos de ejercicio físico desde la juventud. Es decir, busca cambiar la idea de que ejercitarse sea visto como una moda, y en cambio se convierta en una actividad totalmente normal y necesaria (El Telégrafo, 2015).

Si bien es cierto que en la actualidad existe una gran cantidad de oferta de suplementos nutricionales, los productos que este proyecto busca introducir al mercado ecuatoriano estarían diseñados para motivar aún más el consumo de los mismos, atrayendo a los clientes potenciales mediante una reducción considerable de precios y ofreciendo prácticamente los mismos beneficios en comparación a la competencia.

3) Problema que resolver

La ejecución de este proyecto busca atender las necesidades del segmento de personas que realizan ejercicios de alto rendimiento que requieren un gasto adicional de energía, y una ingesta extra de elementos importantes como las proteínas y los aminoácidos para su óptimo desarrollo y obtención de resultados evidentes. A parte, busca también ofrecer una opción viable y más rentable de este tipo de productos para que sea accesible para una mayor cantidad de la población, pues si bien es cierto que estos productos tienden a ser caros, se ha evidenciado una demanda sostenida y creciente en los últimos años.

Existen varios factores que conducen a ingerir suplementos nutricionales. Uno de ellos es la necesidad. Los ejercicios de alta intensidad tienden a crear una mayor demanda de energía gastada por el cuerpo, por lo tanto, quienes realizan estas actividades sienten la necesidad de utilizar productos de calidad que les brinden confianza, y al mismo tiempo buenos resultados a corto y largo plazo, al mismo tiempo evitando caer en el sobre uso de estos productos. Otro motivo es por las ventajas que ofrece (Rodríguez, Crovetto, & González, 2011).

Ingerir suplementos nutricionales reduce y controla drásticamente la ingesta de calorías en el cuerpo. Naturalmente, las proteínas provienen de varias fuentes, como pueden ser: la carne, ciertos vegetales y la leche. Por lo tanto, las proteínas promueven la regeneración de células en el cuerpo, al mismo tiempo que apuntala el crecimiento muscular (El Mercurio, 2016). El problema de ingerir proteínas naturalmente estriba en que estos alimentos contienen calorías extras, y a parte resulta difícil controlarlas. Mediante el uso de suplementos, este problema desaparece, el usuario tiene el completo control de los elementos que está introduciendo en su organismo y tiene la habilidad de introducir lo necesario, evitando consumir componentes extras. A parte, estos productos contribuyen a reducir la fatiga muscular, es decir, la recuperación muscular se aumenta, convirtiendo la actividad menos tediosa lo que simultáneamente estaría motivando a repetirla (Cabrera, 2015).

En resumen, ZEUS NUTRITION S.A. buscaría brindar una solución rentable, viable y confiable de suplementos nutricionales al segmento de los deportistas, atletas de alto rendimiento y aquellos que realizan ejercicios de alta intensidad. ZEUS NUTRITIONS.A. junto con su empresa matriz, ONLYNAT S.A., utilizará los canales de

distribución ya existentes desarrollados por esta última empresas, se aprovechará de la logística disponible, así como las plazas (las tiendas) en todo el país. ZEUS NUTRITION S.A. venderá todo su inventario a ONLYNAT S.A.

4) Objetivo general

- Realizar el plan de negocios para la creación de la empresa “ZEUS NUTRITION S.A.” destinada a la importación y distribución de suplementos nutricionales para deportistas en la ciudad de Guayaquil.

4.1 Objetivos específicos

- Identificar el mercado objetivo para los suplementos nutricionales.
- Determinar la viabilidad logística y operativa del plan de negocio desde que se importa hasta que se comercializa.
- Comprobar la factibilidad y rentabilidad del plan de negocio.

5) Resumen ejecutivo

La empresa ZEUS NUTRITION se dedicará únicamente a la importación de suplementos nutricionales, específicamente proteína, aminoácidos y creatina en polvo. Estos productos son principalmente utilizados por consumidores que realizan cualquier tipo de ejercicio de alta intensidad; atletas y como suplementos puramente funcionales.

Si bien es cierto que la empresa no funcionará como distribuidora directamente porque todos los productos que este importe serán vendidos a su empresa matriz, ONLYNAT S.A. para ser posteriormente distribuidos alrededor de todo el país, mismos que serán expuestos en todas las tiendas de ONLYNAT S.A. Paralelamente, ONLYNAT S.A. expondrá estos productos en sus puntos ventas al por menor que posee en los principales centros comerciales de Guayaquil, Quito, Latacunga y Manta. Aprovechando las plazas ya establecidas en todo el país. Esta actividad contribuirá a que se integre verticalmente de manera exitosa todas las actividades de la empresa.

La empresa ZEUS NUTRITIONS.A. no se encargará en ninguna circunstancia de elaborar los productos que venderá. Es decir, el objetivo del proyecto no es la elaboración y venta de los suplementos nutricionales, sino que subcontratará esta parte del proceso: una empresa externa será la que elabore los suplementos, los envase y los exporte hacia Ecuador. Tal acuerdo será ejecutado bajo la figura de “Private Labelling” con un laboratorio estadounidense. Esta figura implica que una empresa extranjera (el laboratorio) lleve a cabo todos los procesos de elaboración de las fórmulas, diseño de los envases, envasado, emisión de certificados sanitarios, hasta la distribución de los productos.

ZEUS NUTRITION S.A. busca acaparar gran parte del mercado de los suplementos nutricionales valiéndose del respaldo de ONLYNAT S.A., misma que cuenta con una logística completa y eficiente, y cuenta con 10 tiendas alrededor del país en los principales centros comerciales. Se espera que el proyecto genere una rentabilidad sustancial que permita su desarrollo y sustento a largo plazo, abriéndose paso en un sector cada vez más creciente – los suplementos nutricionales.

6) Misión y visión

Misión

Proveer de productos nutricionales deportivos de alta calidad a precios competitivos en todo el territorio ecuatoriano.

Visión

ZEUS NUTRITION S.A. se proyecta como una empresa líder en la participación de mercado en el sector de suplementos nutricionales para deportistas en el Ecuador.

7) Metas

- Lograr distribuir toda la línea de productos que ZEUS NUTRITION S.A. ofrece, en las principales ciudades y centros de comercio de todo el país.
- Incrementar las importaciones y ventas anuales de los suplementos nutricionales en un 5%.

- Obtener un margen de rentabilidad, siempre y cuando no se sacrifique la calidad y se mantengan precios competitivos.
- Conseguir establecerse en la mente del consumidor como una marca confiable, de calidad y consistente a lo largo del tiempo.
- Cumplir con todas las normas de calidad, salud e higiene que exige este tipo de negocio.

8) Viabilidad legal (Permisos, licencias, registro de marca)

En vista de las ventajas que ofrece la estructura jurídica, ZEUS NUTRITION S.A. constará como una persona jurídica para su funcionamiento. Como punto importante, esta empresa firmará un contrato de exclusividad con ONLYNAT S.A. en el que se le entregará toda la mercadería únicamente a esta empresa, misma que estará dispuesta a aceptar siempre todo el inventario disponible. ZEUS NUTRITION S.A. cargará con los costos de transporte desde la aduana hasta las bodegas de ONLYNAT S.A. Una vez entregado el producto en las bodegas, la empresa anterior cubre con el resto de los costos.

Esta sección detalla los pasos para registrarse como importadora, y para solicitar el registro sanitario de los productos.

Requisitos para importar

- Abrir una compañía cuyo objeto social sea la importación y distribución de este tipo de productos,
- Establecer una relación con un proveedor en el exterior, el cual enviará los productos, y firmar contrato de representación,
- Solicitar un *token* para representación legal,
- Registrarse como importador en la SENAE,
- Solicitar el registro sanitario para todos los productos (SENAE, 2017).

Requisitos para inscripción de registro sanitario por producto

- Declaración de que el producto cumple con la norma técnica nacional respectiva: debe constar el nombre y firma del responsable técnico en Ecuador y el nombre del producto a registrar tal como consta en el formulario de solicitud.

- Certificación del fabricante extranjero o propietario del producto: se debe adjuntar una autorización del fabricante o propietario del producto para el registro y comercialización del alimento en Ecuador.
- Certificado de libre venta, certificado sanitario y certificado de exportación o equivalente: serán expedidos por la autoridad competente del país fabricante del producto, mismo que indicará que el producto es apto para consumo humano.
- Certificado de buenas prácticas de manufactura, o de análisis de peligros y puntos críticos de control: serán emitidos por el país de origen de los productos.
- Descripción general del proceso de elaboración del producto: este debe contener el nombre del producto, junto con todas las etapas de proceso de fabricación del producto, entre otros.
- Especificaciones físicas y químicas del material de envase: esta será proporcionada por el fabricante del envase dirigido al fabricante del producto que contendría.
- Etiqueta de los productos.
- Declaración del tiempo de vida útil del producto.
- Descripción del código del lote (ARCSA, 2017).

Requisitos para apertura de oficina

- Uso de suelo: el Municipio de Guayaquil es la institución encargada de emitir este permiso. Se debe adquirir un certificado de Servicios Técnicos Administrativos y un formulario conocido como Solicitud de Consulta de Uso de Suelo.
- Permiso de bomberos: con la copia de la cedula del solicitando, copia completa del RUC, copia del nombramiento del representante legal de la empresa, y factura de la compra de extintor. Estos documentos deben ser enviados al Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil (El Emprendedor, 2012).

9) Análisis de mercado

9.1 Mercado objetivo

Cada vez existe una mayor consciencia social en cuanto a la importancia de una buena alimentación y realizar ejercicios. De hecho, el 65% de los adultos de 19 a 59 años

en el país, caen dentro del criterio de obesidad (El Universo, 2017). Esto sirve para reflejar que en general, en el país no existe, quizás, una buena educación alimenticia entre gran parte de la población. Es verdad que este tipo de productos tienden a ser caros en relación con comida “real”, lo que dificulta de cierta forma la captación completa del mercado, sin embargo, con el sin número de investigaciones apuntando a los beneficios de tener una dieta balanceada, el consumo de este tipo de productos podría incrementarse en el futuro, asegurando así un futuro próspero para el desarrollo del proyecto.

El mercado objetivo al que este proyecto está dirigido en especial es para las personas de la ciudad de Guayaquil entre una edad de 18 a 55 años que realizan ejercicios de alta intensidad, aquellos que realizan ejercicios moderadamente y las personas que buscan tener una dieta baja en calorías, alta en nutrientes y elementos esenciales, es decir, personas que siguen, o quieren seguir, la tendencia *healthy* y de un nivel socioeconómico medio –bajo.

9.2 Análisis PESTAL

Considerando el aspecto político, cada vez es evidente que en el país se reduce la probabilidad de inestabilidad jurídica y política. En la actualidad, el presidente de la República del Ecuador es Benín Moreno sucesor de Rafael Correa, perteneciente también al oficialismo (El Telégrafo, 2017). Los cambios que el gobierno ha creado han sido encaminados para motivar la industria nacional, misma que busca reducir la dependencia del país respecto a recursos e influencia extranjera. El plan del buen vivir creado por el gobierno anterior incluye la buena alimentación de la sociedad ecuatoriana, indicando una serie de objetivos claros que buscan conseguir el mayor beneficio para la sociedad por medio de incentivos a la industria alimenticia (Consejo Nacional de Planificación , 2012).

En el aspecto económico, es necesario recalcar que el país ha tenido un avance bastante grande en cuanto a muchos indicadores. En primer lugar, el PIB tuvo un crecimiento significativo en los últimos cinco años. Mientras que en el 2010 el PIB era de \$69 billones de dólares, en el 2016 fue de \$97 billones de dólares, teniendo un crecimiento promedio anual de 6%, crecimiento nada despreciable. A pesar de su espectacular crecimiento, la economía ecuatoriana sufrió de gran manera debido a la

abismal reducción del precio del petróleo ocurrido en el 2014, recurso del cual este país depende de gran forma. Existe una discrepancia respecto al crecimiento del PIB para el 2017: el FMI estima que la economía decrecerá 2.7% este año, mientras que la CEPAL indica que podría cerrar el año en un rango de crecimiento entre 0.3% y 0.7%. En contraste, el BCE estima un crecimiento de 1.42% (El Universo, 2017). Adicionalmente, para el 2017-2018 se prevé un crecimiento de 11% para las exportaciones, principalmente por las expectativas de incremento de precio del petróleo gracias a que cada vez se avizora la posibilidad de que la OPEP reduzca la producción diaria de petróleo entre los países con mayor producción petrolera, evento que permitirá un incremento de precio de este energético (EFE, 2017).

Ecuador es un país con un mercado relativamente grande. De acuerdo con el INEC, la población del país es de 16,625,775, la cual está mayormente distribuida en las provincias de Pichincha, Guayas y Tungurahua. 7,786,879¹ es la cantidad de personas en un rango de edad entre 15 a 44 años, es decir, solamente este grupo representa el 46% de la población. El poder adquisitivo de la población ecuatoriana ha experimentado un impacto positivo puesto que el salario básico unificado ha tenido un incremento constante en los últimos 10 años, periodo en el cual el ex presidente Correa ejerció la presidencia; mientras que la inflación se ha ubicado en 3.91% en promedio anual desde el 2006 (Astudillo, 2016). Específicamente, en el 2006 el salario básico unificado era de \$160, mientras que en el 2016 fue de \$366, mismo que incrementó a \$375 en el 2017. Los efectos de esta decisión son evidentes en un mayor poder adquisitivo de la mayoría de la población, en teoría, contrarrestando de esa forma a la inflación (El Telégrafo, 2016).

El aspecto tecnológico no tendría un gran impacto en el desarrollo del proyecto. Ecuador, al ser aun un país en vías de desarrollo, no cuenta con una plataforma tecnológica completa para manufacturar este tipo de productos asegurando un estándar alto de calidad y niveles de salubridad adecuados, dos aspectos sumamente importantes para el proyecto. A pesar de eso, el gobierno ha encaminado a sus instituciones y a la sociedad a invertir en investigación y desarrollo para poder producir bienes con mayor valor agregado percibido no solo por la población ecuatoriana, sino por el resto del mundo donde se espera que se vendan estos productos. Adicionalmente, se ha visto una implacable preocupación por la importancia de la propiedad intelectual. Gracias a esto,

¹ <http://www.populationpyramid.net/es/ecuador/2017/>

proporciona un mayor grado de seguridad para las empresas, lo cual las motiva a incrementar el presupuesto para investigación y desarrollo sin el temor de sufrir robo de información clave (Canal News, 2016).

En el aspecto ambiental, se han realizado reformas en las normas ambientales para que las empresas cumplan con los niveles permitidos de contaminación, permisos ambientales y adecuado manejo de residuos o desechos tóxicos. Sin embargo, en la actualidad se evidencia que no existen controles rigurosos a las empresas para verificar que se rigen bajo las normas ambientales establecidas por el Ministerio del Ambiente. Entre los proyectos estratégicos realizados por el gobierno anterior se encuentran proyectos energéticos no contaminantes como son las hidroeléctricas y las instalaciones generadoras de energía eólica en sitios estratégicos. Estos proyectos han sido para beneficio del país ya que así se podrá generar energía a todo el país e incluso exportarla, siendo amigables con el ambiente puesto que no se lo contamina (Puentestar, 2015).

9.3 Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

Fortalezas

- Certificados sanitarios internacionales para cada producto, asegurando el consumo y suministro apto para las personas.
- Infraestructura adecuada para las oficinas administrativas y bodegas, ofreciendo un excelente ambiente laboral.
- Empleados capacitados sobre el uso y suministro de las dosis de cada producto.
- La ubicación es estratégica porque las instalaciones se encuentran anexas a la empresa ONLYNAT S.A., a la cual se comercializará los productos.
- Contrato de exclusividad con la empresa ONLYNAT S.A. para que comercialice todos los productos a nivel local.
- Precio de venta por debajo del precio de mercado.

Oportunidades

- Aumento de la demanda de suplementos nutricionales a nivel nacional.
- Proporcionar plazas de trabajo.

- Ayudar a las personas que realizan algún tipo de actividad física a mejorar su dieta alimenticia para una mejor salud y rendimiento físico.
- Disponibilidad de laboratorios que elaboran suplementos nutricionales en Estados Unidos.
- Productos de calidad importados desde un laboratorio de Estados Unidos, y comercializados bajo el nombre comercial de la empresa ZEUS NUTRITION.

Debilidades

- Empresa nueva en el mercado.
- Falta de adaptación para el uso correcto del software administrativo.
- Alto nivel de inversión inicial para poder cumplir los niveles mínimos de compra a laboratorios internacionales bajo el nombre de la marca que lo compra.
- Altos costos por logística y proceso de importación de los productos desde Estados Unidos hasta Ecuador.
- Falta de personal capacitado para el área de comercio exterior.

Amenazas

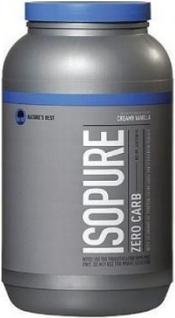
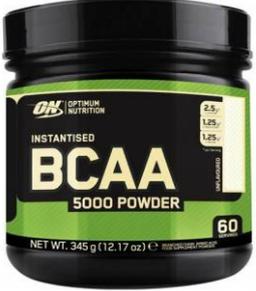
- Competencia por parte de distribuidores de marcas reconocidas a nivel internacional.
- Dependencia del proveedor para continuar con la comercialización de los productos a ONLYNAT S.A.
- Comercialización de suplementos nutricionales falsificados.
- Desestabilización en la economía ecuatoriana debido al endeudamiento existente por parte del gobierno.
- Regulaciones de comercio exterior para la importación de productos.

9.4 Análisis de las 4 Ps

Producto

- ZEUS NUTRITION S.A. ofrecerá los siguientes suplementos nutricionales: proteína, aminoácidos y creatina.

- Los productos son elaborados por laboratorios estadounidenses certificados que cumplen con las normas sanitarias y de control para que sean aptos para el consumo humano.
- La siguiente tabla describe las presentaciones de cada tipo de producto. Las imágenes presentadas en la misma son con fines referenciales.

Presentación ejemplo	Peso	Descripción
	3.3 lb	Este tipo de proteína ha sido procesada de tal forma que contenga mayor porcentaje de proteína por peso, al mismo tiempo que se han eliminado impurezas. Proviene igualmente del suero de leche y es bajo en carbohidratos, ideal para dietas bajas en grasa (NLH, 2012).
	345 gr	Este producto contiene los tres aminoácidos más importantes que componen los músculos: leucina, isoleucina y valina. Su nombre, BCAA, hace referencia a los Aminoácidos de Cadena Ramificada. La función de los BCAA es el de proporcionar extra a los músculos, lo que al mismo tiempo reduce la fatiga del mismo, pudiendo funcionar por más tiempo a la misma intensidad (NLH, 2012).

	300 gr	<p>La función de la creatina en el cuerpo es producir energía más rápidamente. Su efecto es evidente en la intensidad y tiempo que el usuario puede soportar por cada <i>set</i> de ejercicios. Gracias a la creatina extra, la producción muscular incrementa en menos tiempo. Este producto interactúa perfectamente con el uso de los BCAA (Mi Piel Sana, 2014).</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	--------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabla # 1: Descripción de cada producto.

Elaboración: El autor

Promoción

- El principal medio por el cual se realizará la publicidad de los productos serían las redes sociales, principalmente Facebook y tendría contemplado expandirse a Instagram.
- Un *community manager* se contratará para realizar las gestiones de las pautas publicitarias en las redes sociales.
- Se realizarán combos con un porcentaje del 10% de descuento para beneficiar a los consumidores finales.
- Adicionalmente, debido a que ONLYNAT S.A. cuenta con tiendas disponibles en diferentes centros comerciales, se plantea que en estas se entreguen volantes con información de los productos a todos los clientes que lleguen, así de esta forma se expandiría el alcance.

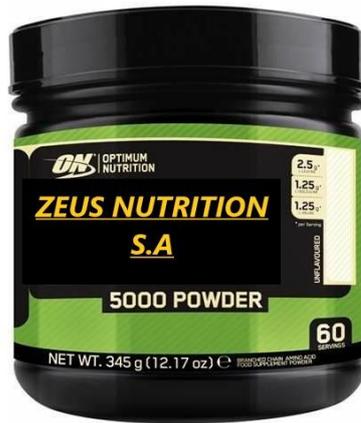


Figura # 1. Prototipo de la creatina con el nombre de la empresa.

Elaborado por: El autor

Plaza

- ZEUS NUTRITION S.A. estaría ubicada en León Febres Cordero 8, 18 y Lorenzo Garaicoa, Guayaquil, Guayas.
- La empresa se establecerá en el mismo edificio donde se encuentra la empresa ONLYNAT S.A. a la cual se distribuirá toda la mercadería, siendo un lugar estratégico porque permitirá minimizar tiempo y costos por los pedidos entregados.
- La infraestructura para las oficinas administrativas y las bodegas ocupan un espacio de 85 m².



Figura # 2. Fachada principal de la empresa.

Fuente: Google Maps, 2017.

Precio

- ZEUS NUTRITION S.A. venderá sus productos a ONLYNAT S.A. a un precio mucho más bajo que la competencia, permitiendo de esta forma penetrar el mercado de los suplementos nutricionales de una forma más agresiva y rápida, ofreciendo los mismos beneficios y efectos esperados.
- La siguiente tabla muestra los precios los productos con sus respectivos contenidos en peso que se han fijado para vender a ONLYNAT S.A.

Producto	Precio de venta a ONLYNAT S.A.
Proteína aislada (isolate) (3lb)	\$38
Aminoácidos (300gr)	\$14
Creatina (300 gr)	\$8

Tabla # 2. Productos y precios.

Elaborado por: Carlos Cornejo

9.5 Análisis de la demanda y oferta

Demanda

El mundo de los deportes cada vez es más competitivo por lo que en la rutina física de aquellas personas que practican algún tipo de deporte se manifiesta cada vez más esfuerzo físico para un mejor rendimiento y resultados. A más de eso hay personas que se suman a realizar deportes no solo por diversión sino también por belleza y salud, con el fin de seguir una tendencia *fitness* (Meza & Cabezas, 2012). Para lograr estas metas y satisfacciones, los deportistas consumen alimentos saludables. Sin embargo, se necesitan de suplementos nutricionales deportivos que les brinde mayor energía, vitalidad, recuperación y aumento muscular, por lo que la demanda de los mismos ha aumentado en forma considerable siendo el mercado deportivo a nivel mundial y local un mercado atractivo para la comercialización de los suplementos (Arjona, 2011).

Cabe recalcar que Ecuador es considerado como el líder mundial en consumo de vitaminas per cápita, debido a la publicidad de diversos fármacos donde se indica sobre los beneficios que generan en el cuerpo humano, aumentando el consumo por lo general por jóvenes (Calderón, 2014).

Se considera que los productos farmacéuticos que no requieren de receta médica se consideran como productos para la salud, donde se encuentran los suplementos nutricionales para deportistas. En Ecuador, las ventas totales suplementos alimenticios para deportistas aumentaron en un 19,05% promedio anual entre el año 2007 – 2012. Este incremento indica la dinámica por productos destinados al control de peso, nutrición, vitaminas y suplementos dietéticos (Calderón, 2014).

Con respecto a las ventas de productos de salud como: Vitaminas y suplementos dietéticos, y de nutrición para deportistas, aumentaron en un 11,5% y 26,6% promedio anual respectivamente desde el año 2007 hasta el año 2012. A continuación, se muestra una tabla con respecto a las ventas de productos farmacéuticos durante los años 2007 – 2012 (Calderón, 2014).

**Ecuador: ventas de productos para la salud según categoría,
2007-2012**
(millones de USD)

Categoría	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Participac.	Crec.
							2012	Promed. 07-12
Vitaminas y suplementos dietéticos	53,2	59,0	71,1	77,7	84,7	91,8	42,6%	11,5%
Fármacos de venta libre (OTC)	64,7	67,9	70,7	74,5	79,2	85,1	39,5%	5,6%
Control del peso	6,0	7,4	21,0	24,8	30,2	32,6	15,1%	40,3%
Productos herbales/tradicionales	12,7	14,2	15,7	17,3	19,0	20,8	9,6%	10,4%
Productos pediátricos	6,7	7,1	7,6	8,0	8,4	9,0	4,2%	6,1%
Anti-alérgicos	3,0	3,2	3,3	3,5	3,7	4,0	1,9%	5,9%
Nutrición para deportistas	0,8	0,9	1,9	2,1	2,3	2,6	1,2%	26,6%
Total productos para la salud	126,5	137,1	166,9	181,9	199,5	215,7	100,0%	11,3%

Tabla # 3. Ventas de productos para la salud según categoría en Ecuador desde el año 2007 hasta el año 2012.

Elaborado por: El autor.

En la actualidad, se ha evidenciado que los ecuatorianos siguen la tendencia de comer saludable, tomar vitaminas y realizar ejercicios con la finalidad de sentirse y verse

mejor, mejorando la calidad de vida. Alrededor del 41,8% de los ecuatorianos practica algún deporte, aquellas personas que realizan actividades físicas optan por el consumo de suplementos dietéticos nutricionales considerados ergogénicos ya que permiten mejorar el rendimiento físico, muscular y ayudan a tener una dieta alimenticia propicia (El Telégrafo, 2015). Esto ha generado que la demanda por los suplementos dietéticos deportivos aumente. En el 2012, las ventas de suplementos dietéticos representaron el 43% del total de las ventas de productos relacionados con la salud (Calderón, 2014).

De acuerdo con un estudio de mercado sobre las proyecciones de los crecimientos de productos para la salud desde el año 2012 hasta el año 2017 realizado por Euromonitor, se obtuvo que los productos como vitaminas y suplementos dietéticos incrementarían en un 2,4% anual, teniendo como la causa principal de crecimiento el deseo de las personas por belleza y salud (Calderón, 2014).

Como mercado potencial para ZEUS NUTRITION S.A. para la venta de los suplementos nutricionales dietéticos se encuentran todas las personas de 18 – 55 años de la ciudad de Guayaquil que por lo general practican más deportes y quieren mejorar sus condiciones físicas para el cuidado de su salud y belleza.

Tomando como referencia la ciudad de Guayaquil hasta el año 2010 la población era de 2'350.915 de personas (INEC, 2010). Las personas que comprenden desde 18 hasta 55 años representan el 54,8% de la población, lo cual equivale a 1'288.301 personas. De acuerdo con el INEC, el 41,8 % de los ecuatorianos practican deportes, lo cual si se lo relaciona a la población de los habitantes de Guayaquil entre el rango de edad establecido serían 538.510 personas.

En vista que los precios de venta de los suplementos nutricionales van a hacer inferiores al precio del mercado, los productos se enfocan más para los estratos socioeconómicos medio – bajo, que representan alrededor del 49,3% de la población ecuatoriana (INEC, 2011); si se realiza la equivalencia para las personas de Guayaquil entre una edad de 18 a 55 años que practican alguna actividad deportiva física y de un nivel socioeconómico medio bajo, corresponde a 265.485 personas, siendo el mercado objetivo del presente proyecto.

A continuación, se muestra en una tabla la segmentación realizada a partir del mercado potencial para obtener el mercado objetivo:

Población en el Guayaquil año 2010		2.350.915
PROYECCIÓN TAMAÑO DEL MERCADO	Primer año	
	%	Número de personas
Personas de 18 a 55 años	54,8%	1.288.301
Personas que practican alguna actividad física	41,8%	538.510
Persona de nivel socioeconómico medio - bajo	49,3%	265.485
% DE CLIENTES (MERCADO OBJETIVO)	4,0%	10.619

Tabla # 4. Segmentación del Mercado Potencial

Elaborado por: El autor.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula para el cálculo, teniendo en cuenta que N equivale al mercado objetivo obtenido en la segmentación del mercado:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + (k^2 * p * q)}$$

Datos:

n=?

N=265.485

k=1,96

p= 0,5

q= 1 - 0,05 =0,95

e= 10%

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,95 * 265.485}{0,10^2 * (265.485 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,95)}$$

n = 182 encuestas

Se obtuvo que el tamaño de la muestra fue de 182, por lo tanto, se procedió a realizar ese número de encuestas sobre el estudio de mercado de los suplementos y conocer la aceptación de la marca nueva por parte del mercado objetivo del presente proyecto. Los resultados de las encuestas fueron los siguientes:

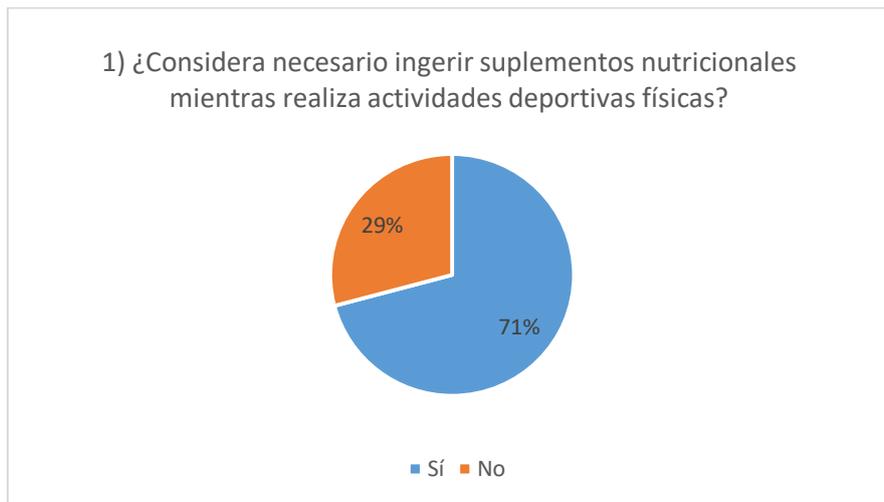


Figura # 3. ¿Considera necesario ingerir suplementos nutricionales mientras realiza actividades deportivas físicas?

Elaborado por: El autor.

De los encuestados, con respecto a si considera necesario ingerir suplementos nutricionales mientras realiza actividades deportivas físicas, se obtuvo: el 71% considera que Sí, mientras que el 29% considera que no.

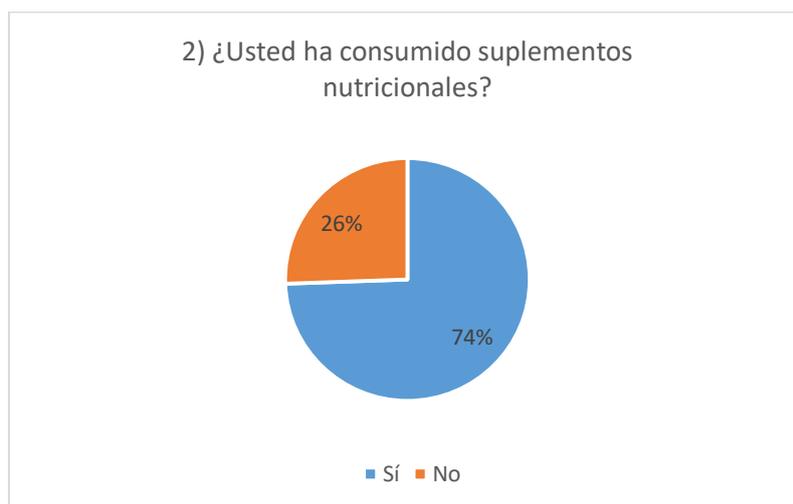


Figura # 4. ¿Usted ha consumido suplementos nutricionales?

Elaborado por: El autor.

De las personas encuestadas, se obtuvo que: el 74% sí ha consumido suplementos nutricionales, mientras que el 26% no ha consumido suplementos nutricionales.

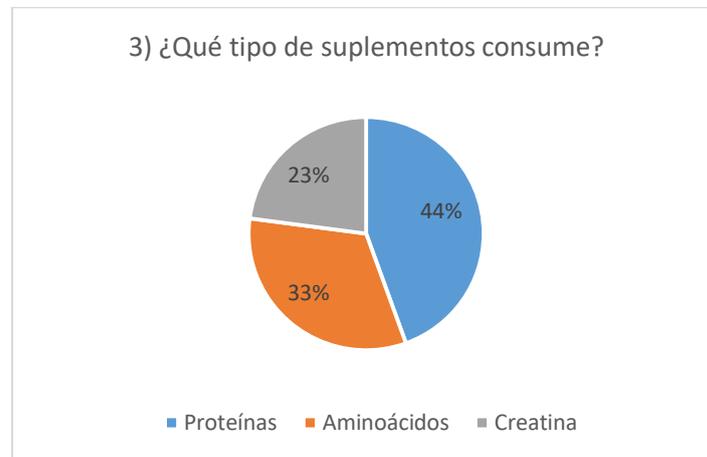


Figura # 5. ¿Qué tipo de suplementos nutricionales consume?

Elaborado por: El Autor.

Del total de las personas encuestadas que sí han consumido suplementos nutritivos se obtuvo que: el 44% consume proteínas, 33% consume aminoácidos y el 23% consume creatina.

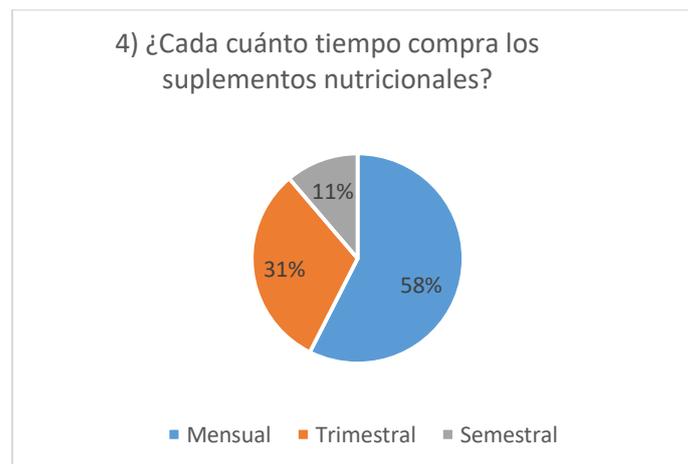


Figura # 6. Frecuencia de compra de suplementos nutricionales

Elaborado por: El Autor.

De acuerdo con las personas que han consumido suplementos nutricionales se tiene: 58% compra de forma mensual, 31% compra cada trimestre y el 11% compra cada semestre.

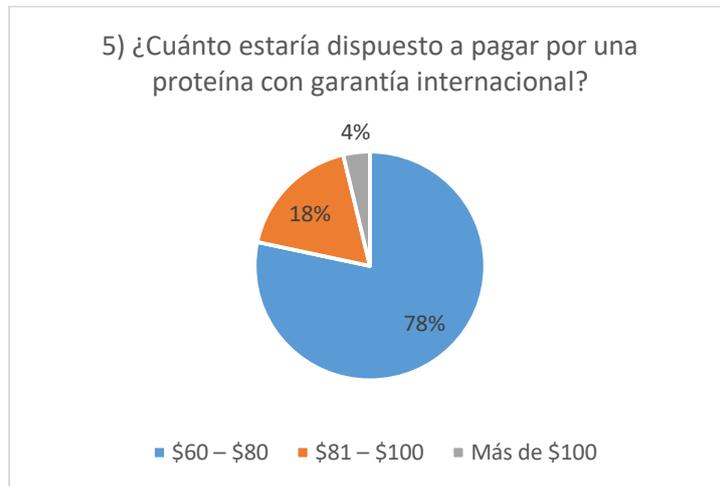


Figura # 7. Cantidad dispuesto a pagar por una proteína con garantía internacional.

Elaborado por: El autor.

Del total de encuestados que han consumido suplementos nutricionales se obtuvo que: 78% está dispuesto a pagar entre \$ 60 - \$80 por una proteína, 18% está dispuesto a pagar entre \$81 - \$100 y el 4% restante está dispuesto a pagar más de \$100 dólares.

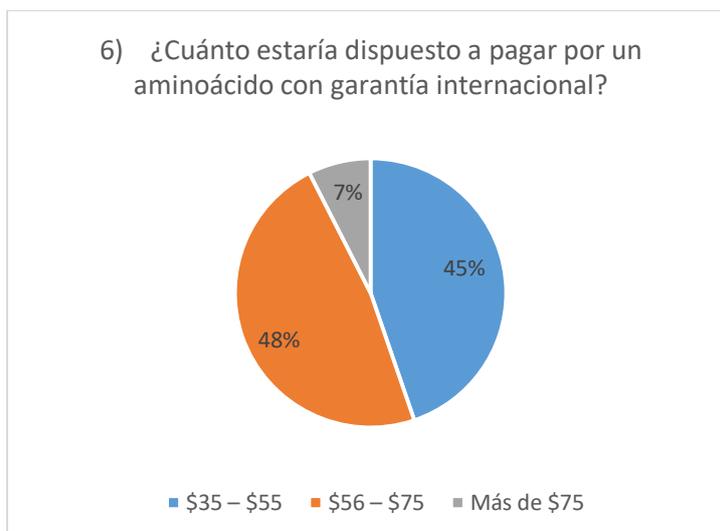


Figura # 8. Cantidad dispuesto a pagar por un aminoácido con garantía internacional.

Elaborado por: El autor.

Del total de encuestados que han consumido suplementos nutricionales se obtuvo que: 48% está dispuesto a pagar entre \$ 56 - \$75 por un aminoácido, 45% está dispuesto a pagar entre \$35 - \$55 y el 7% restante está dispuesto a pagar más de \$75 dólares.

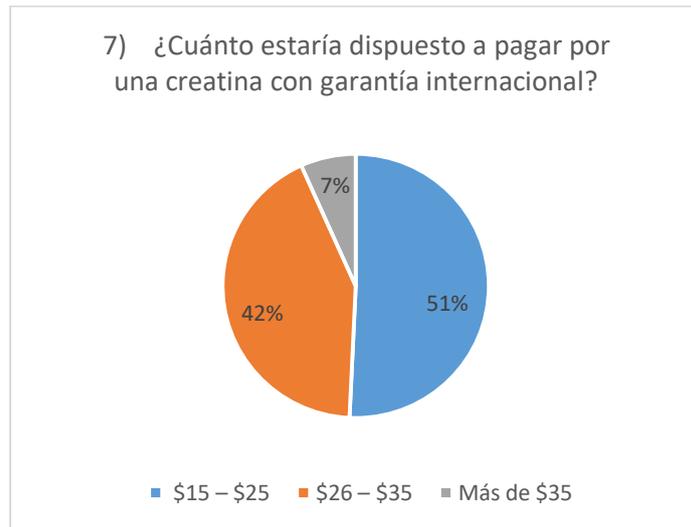


Figura # 9. Cantidad dispuesto a pagar por una creatina con garantía internacional.

Elaborado por: El autor.

Del total de encuestados que han consumido suplementos nutricionales se obtuvo que: 51% está dispuesto a pagar entre \$15 - \$25 por una creatina, 42% está dispuesto a pagar entre \$26 - \$35 y el 7% restante está dispuesto a pagar más de \$40 dólares.

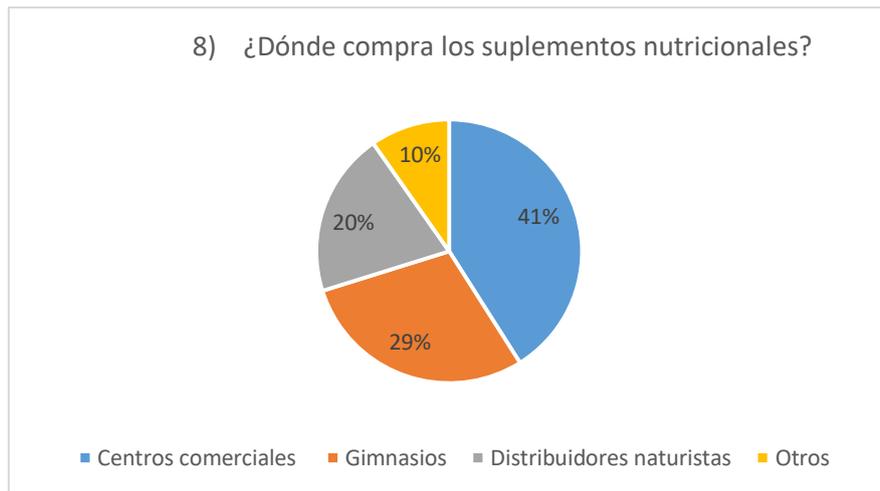


Figura # 10. Lugar donde compra los suplementos nutricionales

Elaborado por: El autor.

Del total de encuestados que han consumido suplementos nutricionales se obtuvo que: 41% los compra en centros comerciales, 29% en los gimnasios, 20% en las distribuidoras naturistas, y el 10% en otros lados.

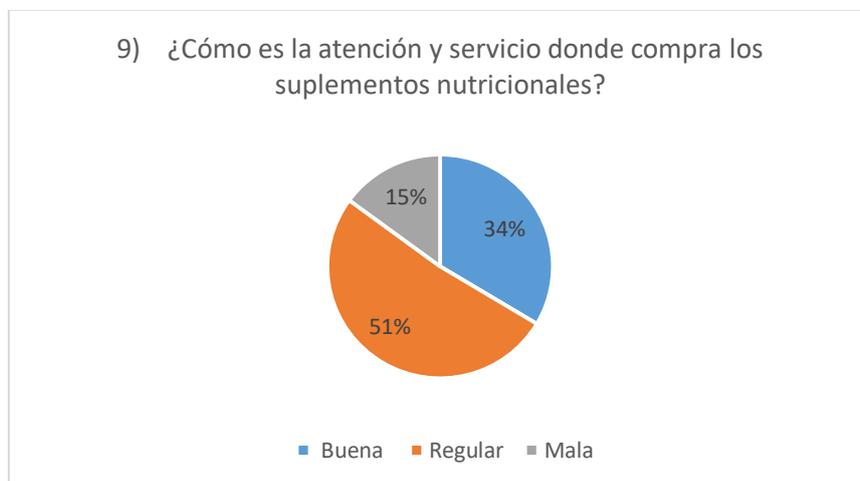


Figura # 11. Atención en el lugar donde compra los suplementos nutricionales

Elaborado por: El autor.

Del total de encuestados que han consumido suplementos nutricionales se obtuvo que: 51% ha obtenido buena atención y servicio, 34% ha obtenido una atención y servicio regular y el 15% restante ha obtenido una mala atención y servicio.

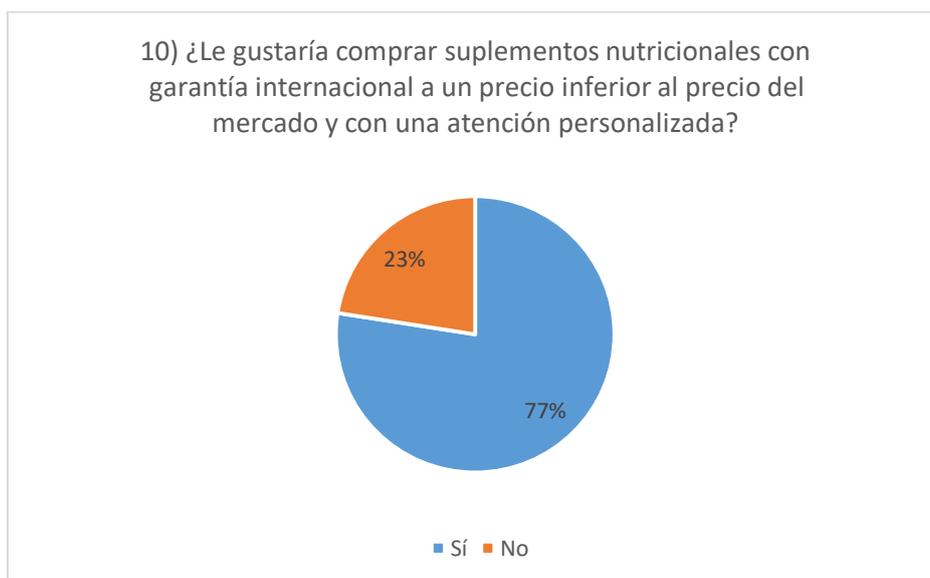


Figura # 12. ¿Le gustaría comprar suplementos nutricionales con garantía internacional a un precio inferior al precio del mercado y con una atención personalizada?

Elaborado por: El autor.

Con respecto a si les gustaría comprar suplementos nutricionales con garantía internacional a un precio inferior al del mercado y con una atención personalizada se obtuvo que: el 77% sí le gustaría, mientras que al 23% no le gustaría.

Oferta

A nivel global, la industria de los suplementos nutricionales ha alcanzado un nivel de ventas que ronda entre los \$84 y \$100 billones de dólares. De acuerdo con Pro Ecuador, en el país existen alrededor de 100 laboratorios farmacéuticos dedicados a elaborar una amplia categoría de productos para la salud. Estos laboratorios no utilizan el 100% de su capacidad instalada, sino que va de un rango desde 30 a 40%. De los 100 laboratorios, únicamente 40 cuentan con el certificado de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). De estos 100 laboratorios, solamente existen 26 que elaboran específicamente suplementos deportivos/nutricionales/alimenticios (ProEcuador, 2014).

A nivel local, las empresas más representativas en la venta y distribución de productos farmacéuticos son internacionales, estas son Bayer S.A. y Boehringer Ingelheim. La industria ecuatoriana con respecto a la elaboración de productos

farmacéuticos es muy baja y por lo general produce productos genéricos, hasta el año 2011 sólo el 14% del total de productos farmacéuticos consumidos eran producidos en el país, el resto es importado a otros países como Estados Unidos, Brasil, Argentina, Perú, Alemania, entre otros (ProEcuador, 2014).

En cuanto a las importaciones de suplementos nutricionales por parte de Ecuador (con partida arancelaria 210690), desde el 2009 han venido creciendo a un paso considerable: 5.3% en promedio anual; pasando de importar \$101 millones de dólares en el 2009, a \$141 millones de dólares en enero del 2016 (Lara, 2016). Evidentemente existe una demanda por este tipo de productos entre la sociedad ecuatoriana, demanda que será satisfecha en parte por ZEUS NUTRITION S.A.

Respecto a las exportaciones, Ecuador no tiene una participación significativa en el mercado internacional de suplementos nutricionales. Aun así, desde el 2009, las exportaciones de este tipo de productos crecieron en un promedio anual de 21%, pasando de exportar solamente \$1.7 millones de dólares en el 2009, a exportar \$4.3 millones de dólares hasta enero del 2016 (ProEcuador, 2014).

De acuerdo con Freire, el 80% de los niños, de 4 a 10 años utilizan algún tipo de suplemento nutricional. Así mismo, el estudio indica que gran parte de los suplementos nutricionales, incluyendo energéticos, vitamínicos, proteínas, etc., son consumidos por este segmento. Asimismo, de acuerdo con Pediatras Ecuador, el 90% de personas que presentan un trastorno conocido como “vigorexia” (obsesión por tener un cuerpo sumamente musculoso), utilizan suplementos nutricionales (López, 2017).

Las empresas más representativas en la distribución de la categoría de suplementos nutricionales son: Muscle Store, Taurus Ecuador, Omnilife, Herbalife, Natural Care; siendo competidores directos (Cabrera, 2015). Los precios promedios de los suplementos nutricionales como proteínas, aminoácidos y creatina en el mercado son los siguientes:

Producto	Precio promedio	Precio Máximo	Precio Mínimo
Proteína aislada (isolate) (3.3lb)	\$100	\$105	\$90

Aminoácidos (300gr)	\$58	\$75	\$38
Creatina (300 gr)	\$26	\$29	\$25

Tabla # 2. Precios promedio, máximo y mínimo en el mercado de suplementos nutricionales

Elaborado por: El autor.

Con respecto a la oferta de suplementos nutricionales que realizará la empresa ZEUS NUTRITION a ONLYNAT S.A. será de aproximadamente 10.700 productos de forma anual entre proteína, aminoácidos y creatina, lo que representa el 4% de la demanda actual. Esta cantidad proyectada se basa en los niveles actuales de venta que tiene ONLYNAT S.A. con respecto a venta de suplementos naturales dentro de sus locales de venta en los principales centros comerciales del país.

9.6 Estrategia de diferenciación

La empresa ZEUS NUTRITION como estrategias de diferenciación tiene: precios de venta inferior al precio del mercado, distribución de suplementos nutricionales de origen internacional bajo la marca ZEUS NUTRITION por medio del acuerdo “Private Labelling” con el laboratorio extranjero, certificados sanitarios internacionales que brindan garantía para el consumo de estos suplementos, y la venta directa de los productos a ONLYNAT S.A. que es una empresa ya reconocida en el mercado en la venta de productos nutricionales y naturales de calidad internacional.

9.7 Acciones de Promoción

Para promocionar la marca ZEUS NUTRITION se realizará la publicidad de los productos por medio de las redes sociales, principalmente Facebook y tendría contemplado expandirse a Instagram. Se implementará una página web para dar a conocer más información sobre el origen, nuevos productos y suministro adecuado de los suplementos nutricionales para deportistas.

Debido que ONLYNAT S.A., empresa a la cual se distribuirá los productos cuenta con tiendas disponibles en diferentes centros comerciales, se plantea que en estas se entreguen volantes con información de los productos a todos los clientes que lleguen, así de esta forma se expandiría la publicidad.

Cabe recalcar que se ofrecerán combos de suplementos que serán vendidos por ONLYNAT S.A. con un porcentaje del 10% de descuento para beneficiar a los consumidores finales.

9.8 Canal de distribución

Como empresa importadora y distribuidora de suplementos nutricionales tiene dos canales de distribución: directo e indirecto. El canal de distribución será directo puesto que toda la oferta de los suplementos nutricionales importados por ZEUS NUTRITION serán vendidos directamente a ONLYNAT S.A, considerando a esta empresa como el único cliente al que se venderá.

Hay que tener en cuenta que para que los suplementos lleguen al consumidor final que son los deportistas, estos tienen que ser distribuidos por ONLYNAT S.A. en sus diferentes tiendas comerciales, siendo un canal de distribución indirecto considerando al consumidor final en el proceso de distribución.

El canal de distribución directo permite ahorrar tiempo y costos adicionales que se incurrirían si se tuviera que distribuir los productos a otros locales comerciales, a más que a la empresa a la cual se distribuirá los productos se encuentra en el mismo edificio de oficinas donde está la empresa ZEUS NUTRITION.

Canal directo

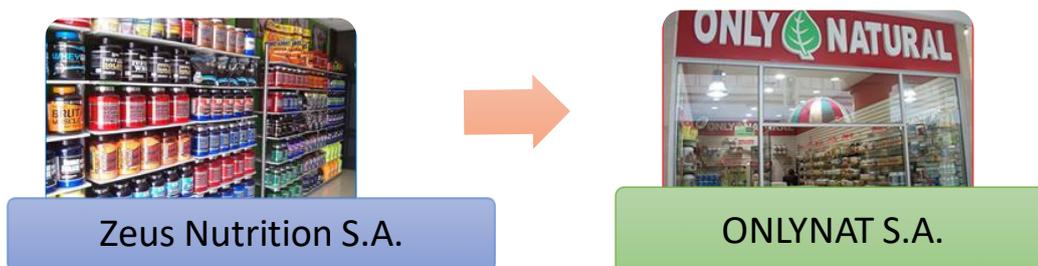


Figura # 13. Canal de distribución directo.

Elaborado por: El autor.

Canal indirecto



Figura # 14. Canal de distribución indirecto.

Elaborado por: El autor.

10) Análisis operativo

10.1 Localización y descripción de las instalaciones

Las oficinas y bodega requeridas por la empresa ZEUS NUTRITION S.A. se localizarán en León Febres Cordero 8, 18 y Lorenzo Garaicoa, ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas. La infraestructura para las oficinas administrativas y las bodegas ocuparán un espacio de 85 m².

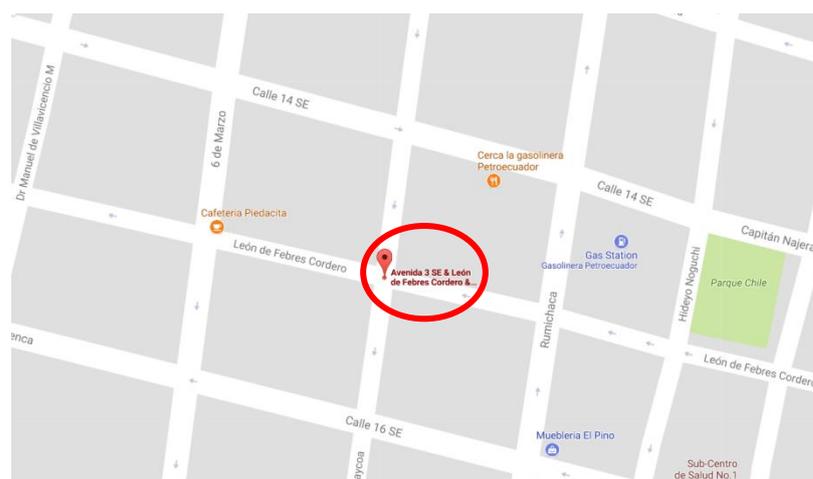


Figura # 15. Ubicación de la empresa ZEUS NUTRITION S.A. y ONLYNAT S.A.

Fuente: Google Maps, 2017.

Se adecuarán dos oficinas para la administración y comercio exterior donde cada una ocupará 20 m². En las oficinas se instalarán los equipos de computación, equipos de oficinas, muebles, enseres, etc. La bodega ocupará un área de 30 m². Dentro de las bodegas se colocarán una pequeña parte de los suplementos nutricionales que se distribuirán a ONLYNAT S.A.

La localización de la empresa es en el mismo edificio de oficinas donde se encuentra la empresa ONLYNAT S.A. a la cual se distribuirá toda la mercadería, siendo un lugar estratégico porque permitirá minimizar tiempo y costos por los pedidos entregados. Este edificio cuenta con 4 pisos, por lo que ZEUS NUTRITION ocupará una sección del mezanine.

10.2 Método de producción y comercialización

La empresa ZEUS NUTRITION S.A. realizará contrato con la empresa americana ROBINSON PHARMA INC. para la compra de los suplementos nutricionales y bajo la figura de “Private Labelling” para poder distribuir los productos en Ecuador bajo la marca “ZEUS NUTRITION S.A.”

Una vez realizado el contrato, primero se procederá a realizar los pedidos de suplementos nutricionales a la empresa con la que se realizó el contrato. Esta empresa americana es la que elabora los productos y actúa como FOB porque deja la carga en el puerto de embarque de Miami.

Luego, un agente aduanero desde Ecuador será contratado por ZEUS NUTRITION S.A. para que la carga sea inspeccionada, colocada en un container y embarcada en un buque de transporte de carga para que llegue al puerto de desembarque Guayaquil en el tiempo establecido.

Una vez desembarcada la carga, se realiza la inspección aduanera respectiva de la carga, se pagan los impuestos correspondientes de acuerdo con la partida arancelaria. Posteriormente, la carga se embarca en un camión y este se traslada hasta las instalaciones de la empresa.

La empresa se encargará de la comercialización de toda la mercadería de suplementos nutricionales a ONLYNAT S.A. para que distribuya los productos en sus tiendas comerciales de Guayaquil, y así el consumidor final pueda comprar los suplementos. Este proceso lo realizará dependiendo de los pedidos requeridos por ONLYNAT S.A.

Se proyecta que durante el primer año se venderán alrededor de 10.700 suplementos nutricionales, representando el 4% del mercado objetivo considerado para la ciudad de Guayaquil.

10.3 Capacidad instalada

La capacidad de la empresa para importar y distribuir los suplementos depende mucho de la demanda que requiera ONLYNAT S.A. En base al mercado objetivo obtenido y el nivel de ventas de suplementos por parte de ONLYNAT S.A., se espera satisfacer el 4% de la demanda proyectada en el mercado objetivo, lo que significa ventas mensuales de 892 productos variados entre: proteínas, aminoácidos y creatina.

La empresa realizará las importaciones a ROBINSON PHARMA INC. de forma periódica, cumpliendo con las reglas pactadas en el contrato para cumplir con el nivel de compra mínimo establecido por \$60.000 que se debe realizar al año para continuar con la firma anual del contrato. Por tal motivo ZEUS NUTRITION S.A. ha realizado una alianza con ONLYNAT S.A. para distribuirle toda la mercadería de suplementos nutricionales, basándose en el nivel de ventas que presenta la empresa en el segmento de suplementos nutricionales.

El área total que ocupará la empresa será de 85 m², distribuidos de la siguiente manera: área de recepción 20 m², sala de reuniones 20 m², área administrativa, de comercio exterior y marketing 50 m².

16 m ² Sala de recepción	20 m ² Sala de reuniones	25 m ² Bodega	
		15 m ² Área administrativa y comercio exterior.	9 m ² Área de Marketing

Cuadro # 1. Distribución del espacio físico de la empresa ZEUS NUTRITION.

Elaborado por: El autor



Figura # 16. Distribución del espacio físico de la empresa ZEUS NUTRITION en software.

Elaborado por: El autor

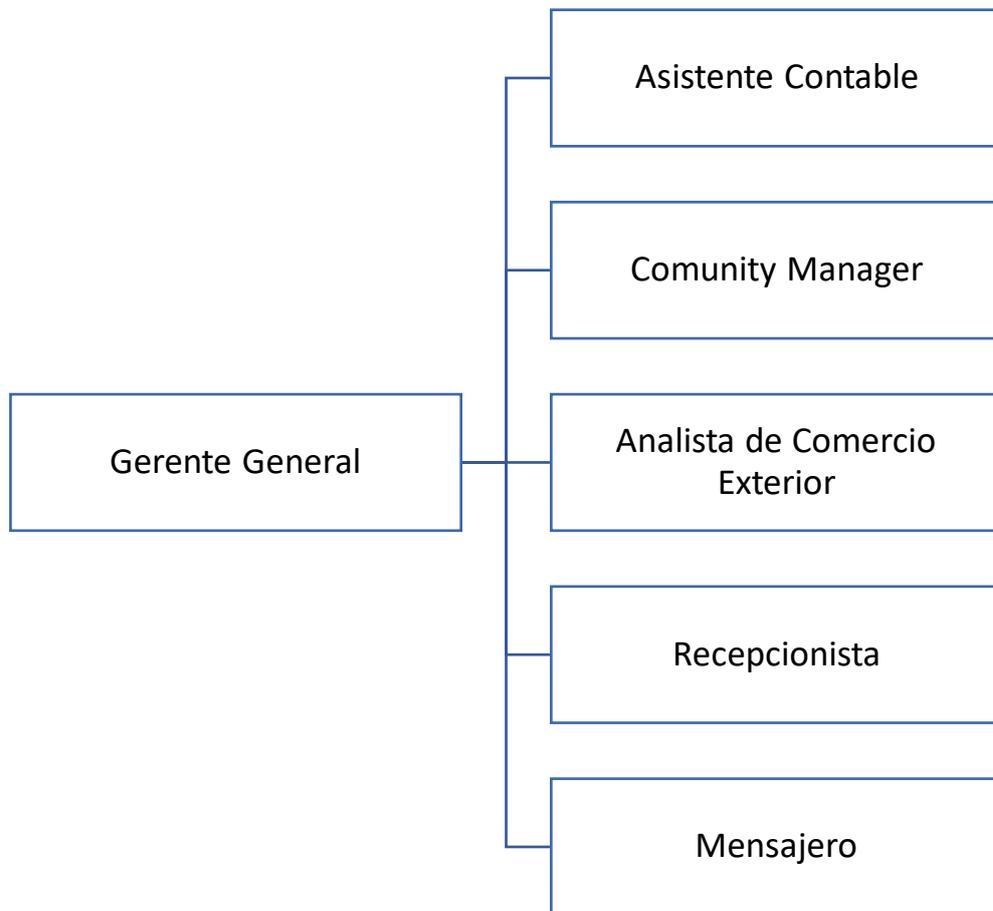
10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, transporte, inspección, demora, almacenamiento).



Figura # 17. Diagrama de flujo de procesos de importación y distribución de la empresa ZEUS NUTRITION.

Elaborado por: El autor

10.5 Recursos Humanos



Cuadro # 2. Estructura Organizacional de la empresa ZEUS NUTRITION S.A.

Elaborado por: El autor

10.5.1 Descripción de cargos

Gerente General:

- Representante legal de la empresa ZEUS NUTRITION S.A.
- Promover y controlar que se cumpla la política y reglamentos internos de la empresa.
- Motivar a cada área de la empresa para que cumplan con las metas y objetivos propuestos.

- Organizar reuniones con los trabajadores para evaluar el desempeño de cada actividad.

Asistente Contable

- Control de la contabilidad de la empresa.
- Comparar los estados financieros en base a los proyectados por la empresa para determinar si se necesitan tomar decisiones inmediatas.
- Realizar el presupuesto de la empresa para las diferentes actividades y rubros en los que incurrirá la empresa.
- Gestionar el proceso de pagos de personal de la empresa.
- Realizar los pagos a tiempo con respecto al pago de impuestos y otras obligaciones legales que le corresponden a la empresa.

Community Manager

- Encargado de la publicidad de ZEUS NUTRITION S.A. en redes sociales.
- Gestionar la publicidad externa a la empresa, a través del contrato de promotores que se encarguen de entregar volantes.
- Manejo de la página web de la empresa para publicar sobre las promociones, productos, etc.
- Innovar en la edición de videos y fotos para la publicidad en redes sociales.

Analista de Comercio Exterior

- Realizar la compra de los suplementos nutricionales a Robinson Pharma, Inc.
- Contratar un agente aduanero de carga en cada compra.
- Gestionar convenios con la empresa internacional proveedora de los suplementos nutricionales.
- Coordinar el proceso junto con el consolidador de carga, en cuanto a la importación desde USA hasta que llega a Ecuador.

Recepcionista

- Atender a las personas que requieran información sobre los productos.
- Organizar la agenda de reuniones a realizarse en la empresa.
- Archivar documentos relevantes para la empresa.
- Anotar los puntos importantes tratados en las reuniones.

Mensajero

- Realizar las gestiones internas con respecto a la entrega de cargas.
- Llevar un registro la mercadería que entra y que sale de la empresa.
- Realizar la limpieza de la empresa.
- Colocar las cajas de suplementos nutricionales en la bodega.

11) Análisis Financiero

11.1 Inversión Inicial y Financiamiento

INVERSIÓN INICIAL		Valor Total
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$	17.662,40
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$	9.500,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$	11.956,80
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$	39.119,20

Años	Principal	Intereses
1er.	\$ 5.366,56	\$ 1.071,09
2do.	\$ 5.586,04	\$ 851,62
3er.	\$ 5.814,49	\$ 685,53
4to.	\$ 6.052,29	\$ 385,37
5to.	\$ 6.299,81	\$ 137,85
TOTAL	\$ 29.119,20	\$ 3.131,46

Elaborado por: El autor

La empresa ZEUS NUTRITRION S.A. requiere una inversión inicial de \$39.119,20. La forma de financiamiento será de la siguiente manera: Capital propio \$10.000 y la diferencia se obtendrá mediante financiamiento al Banco del Pacífico a un plazo de pago de 5 años.

11.2 Estado de Resultados proyectado a 5 años

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 246.148,42	\$ 277.390,66	\$ 312.598,50	\$ 352.275,32	\$ 396.988,42
(-) Costo de Venta		\$ (154.572,75)	\$ (171.769,48)	\$ (191.121,19)	\$ (212.901,02)	\$ (237.416,77)
(=) Utilidad Bruta		\$ 91.575,67	\$ 105.621,17	\$ 121.477,30	\$ 139.374,30	\$ 159.571,65
(-) Gastos Administrativos		\$ (78.884,61)	\$ (70.120,93)	\$ (70.865,91)	\$ (71.619,66)	\$ (72.382,29)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 12.691,07	\$ 35.500,24	\$ 50.611,39	\$ 67.754,64	\$ 87.189,35
(-) Gastos Financieros		\$ (1.071,09)	\$ (851,62)	\$ (685,53)	\$ (385,37)	\$ (137,85)
(=) UAIT		\$ 11.619,97	\$ 34.648,63	\$ 49.925,86	\$ 67.369,27	\$ 87.051,51
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (1.743,00)	\$ (5.197,29)	\$ (7.488,88)	\$ (10.105,39)	\$ (13.057,73)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (2.172,93)	\$ (6.479,29)	\$ (9.336,14)	\$ (12.598,05)	\$ (16.278,63)
UTILIDAD NETA		\$ 7.704,04	\$ 22.972,04	\$ 33.100,85	\$ 44.665,83	\$ 57.715,15

Elaborado por: El autor.

En base al estado de resultados proyectado a 5 años de la empresa ZEUS NUTRITION S.A. se observa que desde el primer año presenta una utilidad neta positiva incrementando cada año, llegando en el año 5 ser de \$57.715,15 dólares.

11.3 Flujo de Caja proyectado a 5 años

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (17.662,40)					
UAIT		\$ 11.619,97	\$ 34.648,63	\$ 49.925,86	\$ 67.369,27	\$ 87.051,51
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (1.743,00)	\$ (5.197,29)	\$ (7.488,88)	\$ (10.105,39)
Pago de IR		\$ -	\$ (2.172,93)	\$ (6.479,29)	\$ (9.336,14)	\$ (12.598,05)
EFFECTIVO NETO		\$ 11.619,97	\$ 30.732,70	\$ 38.249,27	\$ 50.544,26	\$ 64.348,06
(+) Deprec. Área Prod.		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 4.131,31	\$ 4.131,31	\$ 4.131,31	\$ 4.131,31	\$ 4.131,31
(+) Aporte Accionistas	\$ 10.000,00					
(-) Préstamo concedido	\$ 29.119,20	\$ (5.366,56)	\$ (5.586,04)	\$ (5.814,49)	\$ (6.052,29)	\$ (6.299,81)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 21.456,80	\$ 10.384,71	\$ 29.277,96	\$ 36.566,09	\$ 48.623,28	\$ 62.179,56
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 21.456,80	\$ 31.841,51	\$ 61.119,48	\$ 97.685,56	\$ 146.308,84
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 21.456,80	\$ 31.841,51	\$ 61.119,48	\$ 97.685,56	\$ 146.308,84	\$ 208.488,39

Elaborado por: El autor.

En base al flujo de caja proyectado a 5 años de la empresa ZEUS NUTRITION S.A., se observa que desde el año 0 hasta el año 5 los flujos acumulados son positivos. Al inicio, en el año 0, el flujo acumulado es de \$21.456,80, y para el año 5 el flujo acumulado es de \$208.488,39.

11.4 Análisis del punto de equilibrio

PE =	8.223	unidades al año	\$ 201.462,97
PE =	685	unidades al mes	\$ 16.788,58

Elaborado por: El autor.

De acuerdo con el análisis del punto de equilibrio para la empresa ZEUS NUTRITION S.A., se tiene que la empresa debe vender al año 8.223 unidades de suplementos nutricionales por un valor de \$ 201.462,97. Cabe recalcar que lo proyectado a vender es de alrededor 10.700 suplementos nutricionales entre proteínas, aminoácidos y creatina, valor que supera el punto de equilibrio, por tal motivo la empresa generará ganancias económicas.

11.5 Análisis Tasa Interna de Retorno, Índice de Rentabilidad, Valor actual Neto, Recuperación de la Inversión

CÁLCULO DE TIR Y VAN						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (39,119.20)					
UAIT		\$ 11,619.97	\$ 34,648.63	\$ 49,925.86	\$ 67,369.27	\$ 87,051.51
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (1,743.00)	\$ (5,197.29)	\$ (7,488.88)	\$ (10,105.39)
Pago de IR		\$ -	\$ (2,172.93)	\$ (6,479.29)	\$ (9,336.14)	\$ (12,598.05)
EFFECTIVO NETO		\$ 11,619.97	\$ 30,732.70	\$ 38,249.27	\$ 50,544.26	\$ 64,348.06
(+) Deprec. Área Prod.		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 4,131.31	\$ 4,131.31	\$ 4,131.31	\$ 4,131.31	\$ 4,131.31
(+) Aporte Accionistas						
(+) Préstamo concedido		\$ (5,366.56)	\$ (5,586.04)	\$ (5,814.49)	\$ (6,052.29)	\$ (6,299.81)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (39,119.20)	\$ 10,384.71	\$ 29,277.96	\$ 36,566.09	\$ 48,623.28	\$ 62,179.56

TIR	61.53%
VAN	\$59,464.87
Pay Back	1.99 años

Elaborado por: El autor.

En base a la TIR calculada de la empresa ZEUS NUTRITION S.A., se tiene un valor de 61,53%. Este valor indica que el proyecto sí es viable porque es positivo y porque es mayor a la rentabilidad mínima requerida. El VAN es positivo, lo que indica que el proyecto sí es rentable. Con respecto al Pay Back o recuperación de la inversión, se

obtuvo que la inversión se la recuperará en 2 años aproximadamente antes de los 5 años proyectados.

12) Viabilidad del proyecto

El estudio de mercado realizado refleja que existe una gran demanda de suplementos nutricionales en el país, en especial por los deportistas de entre una edad de 18 a 55 años que presentan una tendencia *fitness*. El suplemento más consumido es la proteína, le sigue el aminoácido y por último la creatina. Los consumidores están dispuestos a pagar un precio inferior al del mercado por suplementos nutricionales con calidad internacional garantizada.

Con respecto al análisis Financiero de la empresa ZEUS NUTRITION S.A. se obtuvo que las utilidades netas proyectadas a 5 años son positivas todos los años, lo que indica que existe un margen de rentabilidad. La TIR obtenida es de 61,53%, valor que es mayor a la rentabilidad mínima requerida, además de ser positivo, lo que manifiesta que el proyecto sí es viable. El VAN obtenido fue de \$126.643,79, valor que es positivo e indica que la empresa sí es rentable en la actualidad.

El análisis operativo de la empresa se basará en la importación de los suplementos nutricionales al laboratorio estadounidense ROBINSON PHARMA, INC. con el acuerdo de “Private Labelling” para poder distribuir bajo la marca ZEUS NUTRITION S.A. a la empresa ONLYNAT S.A. Con respecto a lo proyectado en unidades vendidas, se tiene que son mayores a las obtenidas en el punto de equilibrio, constatando que la empresa podrá solventar todos los gastos y costos.

13) Bibliografía

ARCSA. (3 de febrero de 2017). *NORMATIVA SANITARIA PARA CONTROL DE SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS*. Obtenido de AGENCIA NACIONAL DE REGULACION, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA- ARCSA: http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/Resoluci%C3%B3n_ARCSA-DE-028-2016-YMIH_NTS_SUPLEMENTOS_ALIMENTICIOS.pdf

- Arjona, D. (31 de mayo de 2011). *LOS SUPLEMENTOS DEPORTIVOS ¿ PORQUE SON TAN TENTADORES?* Obtenido de Alto Rendimiento ciencia deportiva, entrenamiento y fitness: <http://altorendimiento.com/nutricion-deportiva-suplementos/>
- Astudillo, G. (Diciembre de 2016). El salario mínimo en Ecuador pasó de USD 160 a 366 en 10 años. *El Comercio*.
- Cabrera, A. (junio de 2015). *“ESTADO NUTRICIONAL, RENDIMIENTO FÍSICO Y CONSUMO DE AYUDAS ERGOGÉNICAS EN LOS JUGADORES DE RUGBY DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE*. Obtenido de Universidad Técnica del Norte: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6102/1/06%20NUT%20173%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- Calderón, J. (febrero de 2014). *Oportunidades para productos farmacéuticos y cosméticos en Ecuador* . Obtenido de PROCOMER: <http://www.procomer.com/uploads/downloads/4391dcefb5bfd2b1ce94434dcafd6607c3a85ff1.pdf>
- Canal News. (20 de octubre de 2016). *EXPERTOS ANALIZARON SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS FUTURAS DEL SECTOR TIC EN ECUADOR*. Obtenido de Canal News: <http://canalnews.ec/category-canales/819-expertos-analizaron-situacion-actual-y-perspectivas-futuras-del-sector-tic-en-ecuador>
- Consejo Nacional de Planificación . (2012). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017*. Obtenido de Unicef: https://www.unicef.org/ecuador/Plan_Nacional_Buen_Vivir_2013-2017.pdf
- EFE. (febrero de 2017). *La OPEP confirma una bajada de la oferta y vaticina una subida de la demanda*. Obtenido de EFE: <https://www.efe.com/efe/america/economia/la-opep-confirma-una-bajada-de-oferta-y-vaticina-subida-demanda/20000011-3177719>
- El Emprendedor. (2012). *¿Cómo obtener el permiso de funcionamiento?* Obtenido de El Emprendedor: <http://www.emprendedor.ec/como-obtener-el-permiso-de-funcionamiento/>
- El Mercurio. (4 de septiembre de 2016). *Recursos ergogénicos en el deporte*. Obtenido de El Mercurio: <http://www.elmercurio.com.ec/554182-recursos-ergogenicos-en-el-deporte/>
- El Telégrafo. (24 de julio de 2015). *El 41,8% de los ecuatorianos practica algún deporte*. Obtenido de El Telégrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/otros-deportes/26/el-418-de-los-ecuatorianos-practica-algun-deporte>
- El Telégrafo. (27 de julio de 2015). *La tendencia de alimentación sana impone retos y genera negocios*. Obtenido de El Telégrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-tendencia-de-alimentacion-sana-impone-retos-y-genera-negocios>
- El Telégrafo. (19 de diciembre de 2016). *\$ 375 es el nuevo salario básico unificado que regirá desde 2017*. Obtenido de El Telégrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/usd375-sera-el-nuevo-salario-para-2017>

- El Telégrafo. (27 de mayo de 2017). *Lenín Moreno asume Presidencia de Ecuador*. Obtenido de El Universo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politiko-2017/49/lenin-moreno-asume-la-presidencia-de-ecuador>
- El Universo. (2017). *Cifras del crecimiento del PIB para el 2017 difieren según la institución*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2017/01/10/nota/5989852/cifras-crecimiento-pib-2017-difieren-segun-institucion>
- El Universo. (junio de 2017). *Obesidad se duplicó en un año en guayaquileños*. *El Universo*.
- INEC. (2010). *Así es Guayaquil cifra a cifra*. Obtenido de Ecuador en Cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf
- INEC. (diciembre de 2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011*. Obtenido de Ecuador en Cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf
- Lara, L. (septiembre de 2016). *"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SUPLEMENTOS NUTRICIONALES PARA DEPORTISTAS, EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA."*. Obtenido de Repositorio Universidad Técnica del Norte: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/5725/1/02%20ICO%20561%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- López, D. (24 de abril de 2017). *Beneficios de la ayudas ergogénicas en la nutrición deportiva*. Obtenido de Granotec: <http://www.granotec.com/ecuador/new/20170424183545/>
- Meza, A., & Cabezas, P. (2012). *"ESTUDIO DE LAS AYUDAS ERGONÓMICAS MÁS USADAS EN 100 DEPORTISTAS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"*. Obtenido de Dspace Espol: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/24904/1/TesinaMeza.pdf>
- Ministerio de Salud. (junio de 2016). *RESOLUCIÓN ARCSA-DE-00X-2016-GGG*. Obtenido de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria: http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/06/16.06.02_Proyecto_Resolucio%CC%81n_Suplementos_Alimenticios_V2.1.pdf
- NHS Choices. (2013). *Causes of obesity*. Obtenido de NHS: <http://www.nhs.uk/Conditions/Obesity/Pages/Causes.aspx>
- ProEcuador. (2014). *Perfil de nutraceuticos*. Obtenido de ProEcuador: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-nutraceuticos-2014/>
- Puentestar, W. (6 de febrero de 2015). *"LA PROBLEMÁTICA AMBIENTAL Y EL DETERIORO DE LOS RECURSOS NATURALES EN EL ECUADOR. UNA PERSPECTIVA DESDE LA GEOGRAFÍA"*. Obtenido de PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8665/LA%20PROBLEM%C3%81TICA%20AMBIENTAL%20Y%20EL%20DETERIORO%20DE%20R.N.%20EN%20EL%20ECUADOR.%20UNA%20PERSPECTIVA%20DESDE%20LA%20GEOGRAFI.pdf?sequence=1>

Rodríguez, F., Crovetto, M., & González, A. (2011). *CONSUMO DE SUPLEMENTOS NUTRICIONALES EN GIMNASIOS, PERFIL DEL CONSUMIDOR Y CARACTERÍSTICAS DE SU USO*. Obtenido de Scielo: <http://www.scielo.cl/pdf/rchnut/v38n2/art06.pdf>

SENAE. (abril de 2017). *Requisitos para Importar*. Obtenido de Aduana: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

14) ANEXOS

EMPRESA “ZEUS NUTRITION”

Distribución de suplementos nutricionales (proteínas, aminoácidos y creatina)

- 1) ¿Considera necesario ingerir suplementos nutricionales mientras realiza actividades deportivas físicas?
 - Sí
 - No
- 2) ¿Usted ha consumido suplementos nutricionales?
 - Sí
 - No
- 3) ¿Qué tipo de suplementos consume?
 - Proteínas
 - Aminoácidos
 - Creatina
- 4) ¿Cada cuánto tiempo compra los suplementos nutricionales?
 - Mensual
 - Trimestral
 - Semestral
- 5) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una proteína con garantía internacional?
 - \$60 – \$80
 - \$81 – \$100
 - Más de \$100
- 6) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un aminoácido con garantía internacional?
 - \$35 –\$55
 - \$56 –\$75

Más de \$75

7) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una creatina con garantía internacional?

\$15 – \$25

\$26 – \$35

Más de \$40

8) ¿Dónde compra los suplementos nutricionales?

Centros comerciales

Gimnasios

Distribuidores naturistas

Otros

9) ¿Cómo es la atención donde compra los suplementos nutricionales?

Buena

Regular

Mala

10) ¿Le gustaría comprar suplementos nutricionales con garantía internacional a un precio inferior al precio del mercado y con una atención personalizada?

Sí

No