



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**FUENTES DE INGRESO PARA LA IDEA DE NEGOCIO “V- GREEN”,
CANTON LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2021.**

AUTOR:

ALCIVAR SANCHEZ DAYANA ESTEFANIA

TRABAJO PRÁCTICO

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

LA LIBERTAD – ECUADOR

2021

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del Ensayo titulado, “Fuentes de ingresos para la idea de negocio V-GREEN, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2021”, elaborado por Alcivar Sánchez Dayana Estefanía, de la Carrera Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, con la modalidad Trabajo de Integración Curricular, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. Manuel Serrano Luyo, MSc.

DOCENTE TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Dayana Estefanía Alcivar Sánchez, con cédula de identidad número 2450884875 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Dayana Alcivar

.....
Dayana Estefanía Alcivar Sánchez

DEDICATORIA

En primer lugar, le doy gracias a Dios por permitirme tener un día más de vida, guiarme e iluminarme, darme la fortaleza necesaria para lograr todo lo que quiero y me he propuesto. A mis padres que son mi pilar fundamental en todo este recorrido largo de todos mis años de estudio, porque siempre han estado para apoyarme y darme aliento a cada paso que doy, a cada uno de mis compañeros que estuvieron en todo el proceso universitario gracias.

Dayana Estefanía Alcivar Sánchez.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a cada uno de los docentes porque sin su ayuda no lograría incorporarme, todos los conocimientos que nos imparten nos convierten en grandes profesionales, demostrando mucha paciencia y profesionalismo a su profesión.

Dayana Estefanía Alcivar Sánchez.

TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Libi Caamaño López, MSc

**DELEGADO DEL DIRECTOR
DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



Ing. Manuel Serrano Luyo, MSc.

**DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**



Ing. Divar Castro, MSc

**DOCENTE ESPECIALISTA DE
LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



Ing. Sabina Villón Perero, Mgt.

**DOCENTE GUÍA DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

Dayana Alcivar

ALCÍVAR SÁNCHEZ DAYANA ESTEFANIA

C.C 2450884875

ESTUDIANTE

Índice

RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11
DESARROLLO	12
CONCLUSIÓN	20
RECOMENDACIÓN	21
REFERENCIAS	22
ANEXOS	25

Índice de Tablas

Tabla 1 Lienzo Canvas	25
Tabla 2 Ingresos	26
Tabla 3 Estado de Resultados	27

**FUENTES DE INGRESO PARA LA IDEA DE NEGOCIO “V- GREEN”, CANTON LA
LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2021.**

RESUMEN

El ensayo está enfocado hacia fuentes de ingreso mencionado en el modelo Canvas, conociendo la implementación y beneficios que permita a la empresa posicionarse en el mercado a través del modelo de negocio “V-GREEN”, el quinto componente dará a conocer si la introducción de los productos al mercado generará rentabilidad a la idea de negocio. El trabajo de investigación es de tipo exploratorio con un método empírico, las técnicas utilizadas son encuestas y entrevistas a expertos para conocer la aceptación o impacto que tendrá la idea de negocio. “V-GREEN” es una empresa dedicada a la venta de productos vegetarianos a través de catálogos virtuales en redes sociales. Esta tienda sería la primera en la provincia de Santa Elena que brinde especialización a vegetarianos y personas con enfermedades en búsqueda de diversificar su alimentación y mantener posibles cuidados ante enfermedades, por lo que es necesario estudiar el componente fuentes de ingresos con el objetivo de analizar los beneficios que se obtendrán mediante la implementación de la propuesta de valor tomando en cuenta la detección del método de pago e ingresos.

Palabras claves: fuentes de ingresos, propuesta de valor, segmento de clientes.

**SOURCES OF INCOME FOR THE “V- GREEN” BUSINESS IDEA, CANTON LA
LIBERTAD, PROVINCE OF SANTA ELENA, YEAR 2021.**

ABSTRACT

The essay is focused on the sources of income mentioned in the Canvas model, knowing the implementation and benefits that allow the company to position itself in the market through the "V-GREEN" business model. The fifth component will reveal whether the introduction from products to market will generate profitability for the business idea. The research work is exploratory with an empirical method, the techniques used are surveys and interviews with experts to know the acceptance or impact that the business idea will have. "V-GREEN" is a company dedicated to the sale of vegetarian products through virtual catalogs on social networks. This store would be the first in the province of Santa Elena that offers specialization to vegetarians and people with diseases in search of diversifying their diet and maintaining possible care against diseases, so it is necessary to study the component sources of income in order to analyze the benefits that will be obtained through the implementation of the value proposition taking into account the detection of the payment method and income.

Keywords: Entrepreneurship, economic growth, study, income sources, value proposition, segment

INTRODUCCIÓN

El mayor objetivo de toda empresa es el crecimiento y para esto debe prepararse y adaptarse a los cambios constantes que presenta el mercado, presentando variedad de productos con ideas innovadoras o mejoras en el desempeño de las actividades que le permiten desarrollar ventajas competitivas y de esta manera generar beneficios a sus clientes, para que todo esto se cumpla se deben implementar estrategias y la puesta en marcha de ideas innovadoras plasmadas dentro de un modelo de negocios

Todos los componentes del modelo Canvas se encuentran direccionados al análisis internos y externos. Mediante el siguiente trabajo se definirá uno de los componentes indispensables dentro del modelo que es “fuentes de ingresos”, el cual ayuda percibir y examinar la idea que está dentro de la propuesta de valor y si esta tiene impactos positivos para la empresa V-Green. El tipo de investigación escogido para realizar este trabajo fue la investigación exploratoria, con un enfoque mixto se logró conocer las características que debe poseer y las herramientas cuantitativas y cualitativas

Al culminar de mencionar el componente analizado para el desarrollo de la propuesta de valor y los ingresos que este generara, es necesario indicar q “V-Green” obtendrá ingresos por medio de la venta de sus activos originado por la venta de los productos que ofertara la tienda virtual. Con la propuesta se busca aumentar los ingresos abriéndose a diferentes tipos de segmentos en el cantón La Libertad, satisfaciendo diferentes consumidores con la variedad y exclusividad de sus productos, todo esto ayudara a incrementar los ingresos de la empresa y obteniendo crecimiento y participación en el mercado.

DESARROLLO

Todo negocio nace de una idea plasmada en donde lo que se busca ofrecer es satisfacción al cliente o usuario, manteniendo al día las tendencias actuales y las necesidades que no han sido satisfechas de esta manera se produce una propuesta que tenga beneficios positivos y planear estrategias que ayuden a tener valor a la empresa beneficiándose con crecimiento en el mercado. (Sánchez, 2004).

El modelo Canvas agrega valor a las empresas innovando con ideas y desarrollándose para que cualquier organización se vuelva más competitiva en el mercado, ya que ofrece una visión diferente de modelos que permite la obtención de oportunidades y planes que ayudan a elaborar enfoques que se adapten al mercado cambiante, contribuyendo a la relación con los consumidores y para beneficio de la empresa. Este instrumento tiene conexiones con todos los componentes permitiendo detectar fallas y trabajar de manera organizada para corregir la propuesta de valor.

Modelo Canvas está dividido por 9 elementos que se encuentran conectados entre sí, que pueden moldearse. En el centro del lienzo se coloca la propuesta de valor que es un factor importante dentro del modelo ya que aquí se desarrollará un valor agregado para que la empresa se diferencie en el mercado. Para llevar a cabo una propuesta efectiva se necesita mantener una buena relación con los clientes a través de diferentes canales, dentro de la empresa también se debe tener en cuenta las actividades, recursos y socios claves de esta forma se tiene claro que hacer. Finalmente se tiene las fuentes de ingreso y estructura de costos, en donde se verá reflejado el rendimiento que tiene la propuesta de valor. (Campos, 2016)

Al realizar una propuesta de valor se organiza la información sobre lo que quieren los clientes de una manera sencilla que permita que los patrones de creación de valor sean visibles con facilidad. Como resultado se diseñará de manera más efectiva la propuesta de valor y modelos de negocio rentables que tengan como objetivo los trabajos, frustraciones y alegrías más urgentes de sus clientes. (Osterwalder, Alexander- Yves Pigneur, Alan Smith- Bernarda, Gregory-Papadakos, 2015)

Toda empresa sale al mercado en busca de rentabilidad y estabilidad es por esto que debe tener en cuenta todas las actividades que realiza, necesita implementar herramientas que ayuden a generar ingresos y establecerse en el mercado, en donde la única diferencia es generar propuestas de valor que estén acorde a las necesidades de los clientes, ayudando a levantar la empresa o que se quede en el camino de introducción, es así, en donde se involucran los ingresos que está dentro de los puntos importantes en la organización.(Orador Marquez, 2013).

Maslow en su pirámide jerárquica ubica las necesidades humanas como necesidad de logro y autorrealización como principal satisfacción, ya que es el punto en donde se amplían muchas ideas y desarrollamos todo el potencial, y es ahí en donde se sitúa la acción de emprender, toda persona está en condiciones de generar un universo distinto y único que le permita desarrollar fuentes de ingresos y no se necesitan capacidades específicas, sino el instinto de superación y conocimiento.

De tal modo, en el modelo Canvas se encuentra un componente que es fuentes de ingresos, el mismo, que nos va permitir conocer los beneficios que tiene la empresa en cuanto a la propuesta de valor, para determinar la fijación de precios se debe realizar un

análisis que ayude a conocer las condiciones del mercado, obteniendo esa información se puede seguir con la definición de ingresos como resultado de la actividad económica.

Los ingresos son aumentos en toda empresa u organización, a diferencia de las contribuciones que están direccionados como fondos por parte de accionistas, como consecuencia de las acciones financieras en la comercialización de productos o asistencia a un servicio o como consecuencia de las variaciones en el valor de activos y pasivos que deben reconocerse contablemente. (Alcarria Jaime, 2016), en definitiva los beneficios que genera una empresa se encuentran ligados con la obtención de ingresos que este generará mediante las operaciones comerciales.

El coste se genera a lo largo del proceso interno de creación de valor, mientras que el ingreso se genera al final de dicho proceso, cuando los bienes o servicios son puestos a disposición del cliente. El concepto de ingreso está ligado a la cadena de valor de la empresa, es decir, es el valor que el mercado otorga a la empresa por la venta de bienes y servicios que entrega a sus clientes, dependiendo de dicho valor y enfrentándolo con el importe de los costes acumulados, la empresa obtendrá beneficio o pérdida. (Fullana Belda, Carmen-Paredes Ortega, 2007).

Las fuentes de ingreso cuentan como el dinero que la empresa crea por la comercialización de sus productos o servicios y que se encuentran direccionados a una parte de la población. Los clientes son las personas que intervienen y dan valor a la idea generando ingresos y beneficios al negocio. (Benavides, 2016), de esta forma, se crean diferentes estrategias que lleven a generar dinero en conjunto con segmento de clientes, es así como se constituye el principal eje para determinar rentabilidad en la empresa, ya que

los ingresos son un valor que se genera por la venta de algún producto y crea beneficio a la empresa.

Se debe de tener en cuenta que existen varias maneras de generar ingresos, y existen dos puntos importantes dentro de la generación, uno esta direccionado directamente a la idea del negocio y por qué se dio su implementación que es la venta de sus productos que es el resultado de operaciones operacionales, el siguiente punto esta direccionado a la generación de valor pero ya no interviene la venta de productos sino operaciones aparten que de alguna manera se encuentran dirigidas al negocio y son reconocidas como no operacionales..(Zapata, 2011)

De la misma manera, (Osterwalder y Pigneur, 2013) dentro de su libro mencionan maneras en las que se puede generar dinero:

Venta de activos, se da como ingreso por la comercialización de algún producto material, por ejemplo: Ambacar comercializa diferentes automóviles que los individuos pueden manejar, comercializar, mediar o dar de baja.

Cuota por uso, se da por el manejo o intervención de un servicio en especial, entre más tiempo se requiera del servicio más ingresos genera, ejemplos muy claros del uso de este punto es cuando una persona viaja de un lugar a otro, el vehículo en el que viaja cobra por el servicio de transporte cuanto más se utiliza, más ingresos se generan.

Cuota de suscripción, se da en los gimnasios y escuelas de baile en donde se paga por el uso de los espacios físicos en los que se va a desarrollar las actividades

Préstamo/alquiler/leasing, concesión temporal por el uso de algún activo en un tiempo determinado, utilizando tarifas de pago, para la persona que presta el activo es un beneficio ya que obtiene dinero de forma seguida.

Concesión de licencias, la utilización de un bien intelectual a diferencia de esta prestación se paga una licencia, la fuente de ingresos se genera a las personas que son titulares de una propiedad, los que no realizan fabricación del producto.

Gasto de corretaje, este gasto se deriva por medio de servicios de intermediación en los cuales se benefician de dos a más partes. Por ejemplo, las personas que generan las tarjetas de crédito por cada transacción realizada por cliente, estos reciben un cierto porcentaje de ganancia por el cobro por este medio.

Publicidad dinero generado por intervención de publicidad hacia un bien o servicio y también abarca marcas. El activo continúa generando valor para la empresa, y también pertenecerá a la misma, la obtención del dinero varía en tamaño y calidad.

“V-Green” es una tienda que se dedica a la comercialización de productos de origen vegetal como suplementos de proteína cárnica a base de soya, trigo, maní, cebada, chocho, quínoa, entre otros, con el fin de ofrecer un mejor estilo de vida a toda la comunidad del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, cumpliendo con altos estándares de eficiencia y calidad, manteniendo el compromiso social y buenas prácticas organizacionales, la fuente de ingresos que tendrá la empresa es “venta de activos” , mientras más se comercialice el producto, más ingresos generará la tienda. (Expansion, 2012)

Todos los ingresos que generará la empresa V-Green se dará por la venta de los activos, o sea la venta de sus productos, todo esto se llevará a cabo por medio de redes en donde se ofertaran los diferentes productos que tendrá a disposición la tienda y en donde el consumidor podrá adquirir solo con un mensaje diciendo los productos que necesita para su consumo diario y así poder cuidar su alimentación ya sea por prevención o algún tipo de enfermedad. (Torres Morales, 2015)

Al mencionar fuentes de ingresos, se debe tener en cuenta la fijación de precio, la cual nos ayuda a determinar los ingresos que va a generar la empresa con sus operaciones económicas. Existen 2 formas de fijación de precios principales: fijo en el cual el valor del producto se define por variables estáticas y dinámico en donde se toma en cuenta las variables que tiene el mercado. (A. Osterwalder & Yves, 2011)

La empresa “V-Green” implementará un sistema de fijación de precios fija en donde se tendrá en cuenta las diferentes variaciones en cuanto a las particularidades del bien y la población a la que se encuentra direccionada. El método de pago por parte de sus clientes se dará a través de la transacción de recursos en el momento que se realiza la compra de los productos. El cobro se hará en efectivo para todo tipo de consumidor, aunque también se comprara por medio de tarjetas ya que abre mercado a nuevos clientes que implementen este tipo de pago, ya que en ocasiones no se tiene el dinero a la mano.

Para la implementación de la idea de negocio se efectúa este método de pago por medio de tarjetas de crédito y débito, ya que permite al consumidor tener facilidad y seguridad en el proceso de la compra. De esta forma, se genera una nueva forma de generar ingresos haciendo que este dinero se vuelva efectivo en poco tiempo y no pase hacer una cuenta por cobrar.

La empresa V-Green hasta el momento tiene bien fijado su mercado dentro del cantón La Libertad, debido a que ofertará accesibilidad y diversidad de productos vegetarianos para diferentes segmentos de clientes, con la correcta fijación de precios y el estudio de todas las variables esta empresa se convertirá en un referente para todos sus consumidores, con la propuesta se planea abrir nuevos nichos de mercado que permitan aumentar los ingresos, así también generar mayor participación en el mercado y captar nuevos consumidores y que tenga relación con la competencia. (Kotler, 2006) la participación en el mercado consiste en el diseño, recopilación, el análisis y el reporte de la información y de los datos relevantes del mercado para una situación específica a la que se enfrenta la empresa. Una empresa recurre a diversas fuentes para obtener la información que necesita. Las grandes corporaciones suelen contar con sus propios departamentos de investigación de mercados, que generalmente desempeñan funciones esenciales dentro de la organización.

El tipo de investigación escogido para realizar este trabajo fue la investigación descriptiva exploratoria, puesto que el análisis se efectuó mediante información recolectada en encuestas y entrevistas a expertos, permitiendo establecer los mecanismos a utilizar para la solución de problemáticas. Con un enfoque mixto se logró conocer las características que debe poseer el servicio a ofertar en cuanto atención, precio, distribución y ambiente.

De la misma forma, se determinó los factores claves que atraerán al consumidor mediante herramientas cuantitativas y cualitativas. En cuanto a la aplicación métodos de investigación, la base se centra en el método empírico con entrevistas a expertos y encuestas, con la finalidad de recopilar información primaria que tributara a determinar el mercado objetivo propicio para la oferta de productos de origen vegetal.

La propuesta de valor destacada en el modelo canvas esta direccionada hacia varios componentes Mejorar calidad de vida, estabilidad y control de enfermedades, cuidado ante posibles enfermedades, facilidad y seguridad en el proceso de compra, accesibilidad y diversidad de productos vegetarianos todos estos puntos harán que la empresa sea muy diversa e interesante para los consumidores, por lo tanto el mercado meta es llegar a 59.220,34 personas lo que ocasionara tener mayor participación en el mercado y por ende lograr rentabilidad.

De tal forma en la tabla 2 de la sección anexos se puede observar el rubro de ingresos que se tendrá por cada marca en detalle de cada uno de sus productos para realizar entregas a toda la Provincia de Santa Elena especialmente a La Libertad. Durante los cinco años iniciales el precio del producto esta direccionado al costo, se debe tener en cuenta que la utilidad se ve reflejada desde el año uno. Posteriormente, en la 3ª tabla encontraremos el detalle de la utilidad que obtendrá V-Green al implementar la propuesta.

CONCLUSIÓN

La principal fuente de ingreso que obtiene V-Green se dará por medio de la venta de sus activos, mostrando diversidad y accesibilidad en la oferta de sus productos vegetarianos, esto le ayudará a obtener mayor participación en el mercado y obtener buenas utilidades que beneficien a la empresa, se debe de tener en cuenta que esta sería la primera tienda dedicada a la comercialización de productos que representan suplementos cárnicos. La correcta actualización de todos sus procesos hará que los productos se posesionen en la mente del consumidor dando como resultado rentabilidad al negocio.

RECOMENDACIÓN

La correcta ejecución de los procesos ayuda al negocio a generar las fuentes de ingreso el progreso comienza sus actividades en un mercado alimenticio muy competitivo, por lo consiguiente es viable que cada cierto tiempo se revisen los procesos que se llevan a cabo para captar nueva clientela, puesto que mantener los mecanismos bien estructurados permite que la organización satisfaga las necesidades del consumidor al adquirir un producto o servicio con calidad y atención de excelencia y todo esto ayuda a generar ingresos al negocio teniendo rentabilidad en el mercado.

REFERENCIAS

- Alcarria Jaime, J. J. (2016). *Contabilidad financiera I. D* - Universitat Jaume I. Servei de Comunicacio i Publicacions. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/51612>
- Angelelli, P., & Moori Koenig, V. (2009). *Desarrollo Emprendedor* (IDV Bookst).
- Benavides, A. del R. V. (2016). *Modelo de Negocios Basado en Canvas para un proyecto de Implementacion de un Parque de Diversion Infantiles en la Ciudad de Cuenca*. 137.
- Caldas, María Eugenia; Reyes Carrión, A. J. H. (2017). *La idea emprendedora. El modelo Canvas (Empresa e iniciativa emprendedora)* - Google Libros. https://books.google.com.ec/books?id=SOgpDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Campos, R. (2016). *Aplicación del modelo Canvas para la creación y puesta en marcha de un negocio de comercio electrónico*. BRILDOR.
- Córdova-Pacheco, Ana-Moina-Sánchez, Paúl-Morales-Carrasco, L. (2020). *Crecimiento económico en una región emprendedora en el Ecuador*. <https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/19.2020.04>
- Expansion. (2012). *La búsqueda de ingresos*. Bubok Publishing S.L. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/51315>
- Fullana Belda, Carmen-Paredes Ortega, J. (2007). *Manual de Contabilidad de Costes*. - Google Libros. DELTA. <https://books.google.com.ec/books?id=I9F83xQv4-AC&pg=PA59&dq=definicion+de+ingresos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiVkJYrRyKTsAhUNrFkKHUQDBnwQ6AEwA3oECAMQAg#v=onepage&q=definicion> de

ingresos&f=false

GEM. (2016). <https://www.gemconsortium.org/>

Harper, S. (2020). *Emprendedor Inteligente*.

<https://www.emprendedorinteligente.com/definicion-de-emprendedor/#:~:text=en sí mismo.-,Definición de emprendedor según Daniel Jennings,es decir%2C innovar con ellos.>

Kotler, P., Keller, K. L., & Rivera, C. E. (2006). *Dirección de marketing (12a. ed.)*. Pearson Educación. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/107668>

Orador Marquez, J. A. de. (2013). *Entorno e información de mercados*. IC Editorial. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/44109>

Osterwalder, Alexander- Yves Pigneur, Alan Smith- Bernarda, Gregory-Papadacos, P. (2015). *Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que ...* -. https://books.google.com.ec/books?id=pzt6BgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Osterwalder, A.-P. Y. (2013). *Generación de modelos de negocio*. <https://books.google.com.ec/books?id=NBSaoWaxeRsC&printsec=frontcover&dq=generacion+de+modelos+de+negocio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwii1rjmpq7sAhVlpVlKHX0ACvAQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=generacion de modelos de negocio&f=false>

Osterwalder, A., & Yves, P. (2011). *Generación de modelos de negocio*. https://books.google.com.ec/books?id=MZnPkFUYeYcC&printsec=frontcover&dq=generacion+de+modelos+de+negocio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj7kMvGy6_sAhXL1FkKHRWDDdcQ6AEwAXoECAyQAg#v=onepage&q=generacion de modelos de

negocio&f=false

Prieto Herrera, J. E. (2009). *Investigacion de mercados*. Ecoe Ediciones.

<https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/69104>

Sanchez, F. (2004). *Un buen negocio*. El Cid Editor. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/36226>

Torres Morales, V. (2015). *Administracion en ventas* . Grupo Editorial Patria.

<https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/39394>

Zapata, P. (2011). *Contabilidad General*.

ANEXOS

Tabla 1 Lienzo Canvas

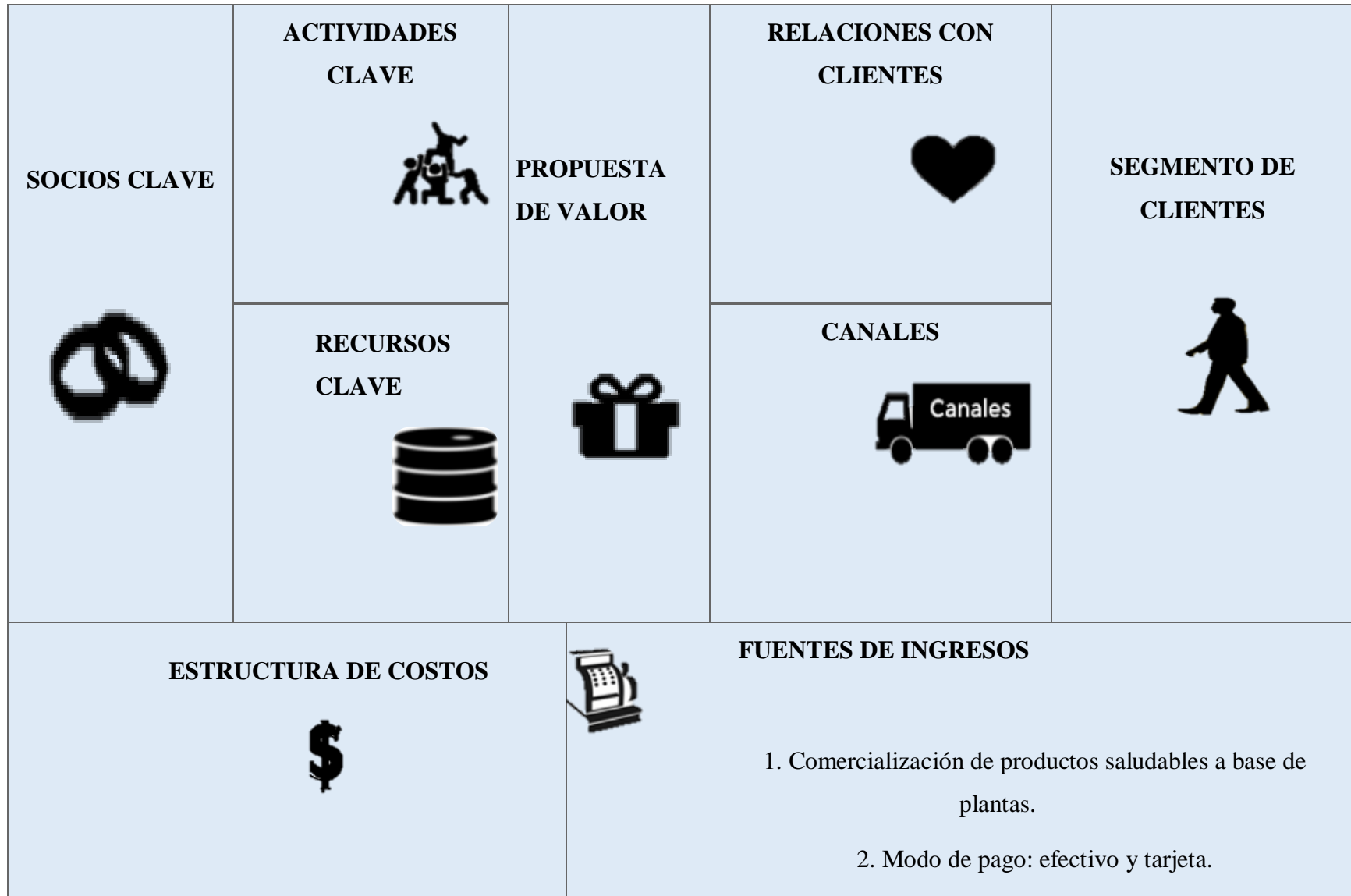


Tabla 2 Ingresos

VENTAS PROYECTADAS	1	2	3	4	5
Camari	\$ 41.735,20	\$ 43.333,66	\$ 44.993,34	\$ 46.716,58	\$ 48.505,83
Super Foods	\$ 20.724,00	\$ 21.517,73	\$ 22.341,86	\$ 23.197,55	\$ 24.086,02
Organic Market	\$ 21.161,24	\$ 21.971,72	\$ 22.813,24	\$ 23.686,98	\$ 24.594,20
Total ventas	\$ 83.620,44	\$ 86.823,11	\$ 90.148,43	\$ 93.601,12	\$ 97.186,04

Elaborado por: Dayana Alcivar Sánchez

Tabla 3 Estado de Resultado

ESTADOS DE RESULTADOS ANUALES

Ingresos por Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Camari	41735,2	43333,65816	44993,33727	46716,58208	48505,82718
Super Foods	20724	21517,7292	22341,85823	23197,5514	24086,01762
Organic Market	21161,24444	21971,72011	22813,23699	23686,98396	24594,19545
Total Ingresos	\$ 83.620,44	\$ 86.823,11	\$ 90.148,43	\$ 93.601,12	\$ 97.186,04
Costos de Ventas					
Camari	18780,84	18968,6484	19158,33488	19349,91823	19543,41742
Super Foods	9325,8	9419,058	9513,24858	9608,381066	9704,464876
Organic Market	9522,56	9617,7856	9713,963456	9811,103091	9909,214121
Total Costos	\$ 37.629,20	\$ 38.005,49	\$ 38.385,55	\$ 38.769,40	\$ 39.157,10
UTILIDAD BRUTA	\$ 45.991,24	\$ 48.817,62	\$ 51.762,89	\$ 54.831,72	\$ 58.028,94
Gastos Operativos					
Gastos Administrativos	\$ 7.977,69	\$ 8.283,23	\$ 8.600,48	\$ 8.929,88	\$ 9.271,89
Gastos de Ventas	\$ 14.550,40	\$ 14.695,90	\$ 14.842,86	\$ 14.991,29	\$ 15.141,20
Gastos de Constitución	\$ 510,00				
UTILIDAD ANTES DE OTROS GASTOS	\$ 22.953,16	\$ 25.838,48	\$ 28.319,54	\$ 30.910,54	\$ 33.615,84
Gastos Financieros	\$ 2.140,23	\$ 1.740,03	\$ 1.302,50	\$ 824,17	\$ 301,23
UTILIDAD ANTES DE PARTIC TRABJ	\$ 20.812,93	\$ 24.098,45	\$ 27.017,04	\$ 30.086,37	\$ 33.314,62
Participación Trabajadores	\$ 3.121,94	\$ 3.614,77	\$ 4.052,56	\$ 4.512,96	\$ 4.997,19
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 17.690,99	\$ 20.483,68	\$ 22.964,48	\$ 25.573,42	\$ 28.317,42
Impuesto a la Renta	\$ 3.892,02	\$ 4.506,41	\$ 5.052,19	\$ 5.626,15	\$ 6.229,83
UTILIDAD NETA	\$ 13.798,97	\$ 15.977,27	\$ 17.912,30	\$ 19.947,27	\$ 22.087,59

