



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**COMPONENTE PRÁCTICO DE EXAMEN COMPLEXIVO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENSAYO:

**“FUENTE DE INGRESOS PARA LA IDEA DE NEGOCIO
YOGURBIRDS, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2020”**

AUTOR:

RODRÍGUEZ TOMALÁ JOSELYN CAROLINA

TUTOR:

ING. MANUEL SERRANO LUYO, MSc.

La Libertad, Ecuador

2021

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del Ensayo titulado, **“FUENTE DE INGRESOS PARA LA IDEA DE NEGOCIO YOGURBIRDS, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2020”**, elaborado por la señorita **JOSELYN CAROLINA RODRÍGUEZ TOMALÁ**, 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.

PROFESOR 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, **JOSELYN CAROLINA RODRÍGUEZ TOMALÁ** con cédula de identidad número **240031354-6** 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.



Joselyn Carolina Rodríguez Tomalá
ESTUDIANTE

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con todo el cariño y amor a mis padres por haberme formado como la persona que soy en la actualidad, por sus esfuerzos y apoyo incondicional que me permitió no rendirme durante este trayecto de mi carrera profesional; muchos de mis logros se los debo a ellos entre los que se incluye este.

Joselyn Rodríguez Tomalá

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por concederme la vida, la persistencia y la sabiduría que me ha permitido llegar al final de mi carrera profesional, a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por ser la institución que me brindó la oportunidad de cumplir con esta etapa de mi vida, a mis docentes y compañeros que día a día me brindaron su amistad y apoyo constante para superar los obstáculos presentes en la vida.

Joselyn Rodríguez Tomalá

TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Libi Caamaño López, MSc
DIRECTOR DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



Ing. Manuel Serrano Luyo, MSc.
DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



Ing. Divar Castro Loo, MSc.
DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS



Ing. Sabina Villón Perero, MSc.
DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



Joselyn Carolina Rodríguez Tomalá
ESTUDIANTE

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR.....	I
AUTORÍA DEL TRABAJO	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
ÍNDICE GENERAL.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS	VI
RESUMEN	VII
ABSTRACT	VIII
INTRODUCCIÓN	1
DESARROLLO	3
CONCLUSIONES	12
RECOMENDACIONES	13
REFERENCIAS.....	14
ANEXOS.....	16

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 LIENZO CANVAS	16
TABLA 2 FIJACIÓN DE PRECIOS.....	17
TABLA 3 ESTADO DE RESULTADOS.....	18

**FUENTE DE INGRESOS PARA LA IDEA DE NEGOCIOS YOGURBIRDS, CANTÓN
LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2020**

RESUMEN

Las fuentes de ingresos se sitúan como el quinto componente dentro de la metodología Canvas, uno de los elementos importantes para poder examinar si la idea expresada en la propuesta de valor produce o no un beneficio monetario a la empresa. Este estudio tiene como objetivo determinar las fuentes de ingresos para el buen funcionamiento de la idea de negocio denominada YOGURBIRDS, para el desarrollo de la investigación se aplicó el tipo exploratorio y descriptivo a través del cual se realizó indagaciones en fuentes bibliográficas, además, se empleó una encuesta virtual para recolectar información sobre las percepciones de los clientes potenciales, mismos que dieron paso a establecer un rango aceptable en la fijación de precios. A través del análisis realizado a este componente, se demuestra que es muy importante considerarlo a la hora de generar un nuevo emprendimiento o reestructurar uno actual, puesto que al determinar con claridad el rendimiento financiero que tendrá el negocio por la venta de productos permite a la empresa tomar decisiones de inversión.

Palabras claves: Fuente de ingresos, fijación de precios, ventas.

**SOURCE OF INCOME FOR THE YOGURBIRDS BUSINESS IDEA, CANTON LA
LIBERTAD, PROVINCE OF SANTA ELENA, YEAR 2020**

ABSTRACT

The sources of income are placed as the fifth component within the Canvas methodology, one of the important elements to be able to examine whether or not the idea expressed in the value proposition produces a monetary benefit to the company. This study aims to determine the sources of income for the proper functioning of the business idea called YOGURBIRDS, for the development of the research the exploratory and descriptive type was applied through which inquiries were made in bibliographic sources, in addition, a virtual survey was used to collect information on the perceptions of potential customers, which gave way to establish an acceptable range in pricing. Through the analysis of this component, it is shown that it is very important to consider it when generating a new venture or restructuring a current one, since by clearly determining the financial return that the business will have from the sale of products allows the company to make investment decisions.

Key words: Revenue sources, pricing, sales.

INTRODUCCIÓN

El crecimiento de las empresas depende de la adaptación al cambio que presenta el mercado constantemente, por lo tanto, las organizaciones deben tomar riesgos en cuanto a estrategias que les permitan tener un alto porcentaje de participación en el mercado. Para generar valor y ventaja competitiva es necesario plasmar las acciones principales en un modelo de negocio estructurado científicamente que permite acceder a un enfoque estratégico de mejoras pensando siempre en brindar mayor satisfacción a los clientes.

Ecuador, tal como lo indica el (Global Entrepreneurship Monitor), es considerado como el país con el índice más alto de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) presentando un 36,2% en el año 2019, lo que significa que en nuestro entorno existen personas con ideas de negocios potencialmente creativas e innovadoras que pueden mejorar la economía, reducir el nivel de desempleo y subempleo de la sociedad.

Santa Elena, es una provincia que utiliza la pesca y el turismo como actividades productivas, sin embargo, actualmente existe crisis de desempleo y por ende las personas han decidido emprender sus ideas y así suplir sus necesidades diarias, pero muchos de estos pequeños negocios no son sostenibles por ser creados de manera empírica más no bajo un modelo de negocio que los oriente, por ejemplo, a fijar precios de sus productos o servicios a partir de estrategias adecuadas o también determinar exactamente las fuentes de ingresos. Es allí donde el desarrollo económico de la provincia no avanza ya que cada negocio naciente que aspira llegar al éxito muere de inmediato por no ser bien estructurado.

YOGURBIRDS es una idea de negocio que pretende ser constituida como Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) con sede en el cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena

perteneciente al sector productivo y comercial ya que como su misión la define, se encargará de la elaboración y comercialización de yogurt artesanal, cómo cualquier empresa que se crea tiene entre sus objetivos contribuir significativamente al desarrollo de un territorio, por lo que es necesario identificar de manera correcta sus fuentes de ingresos. Por lo tanto, este trabajo tiene como objetivo principal determinar las fuentes de ingresos para el buen funcionamiento de la idea de negocio denominada YOGURBIRDS, donde se plantea la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las fuentes de ingresos para YOGURBIRDS?

Las fuentes de ingresos aportan a que YOGURBIRDS al iniciar sus actividades, las realice de una manera lógica y estructurada para que así obtenga éxito y participación en el mercado, conociendo claramente si la venta de la propuesta de valor plasmada en el lienzo genera o no un rendimiento financiero a la empresa y cuáles son las posibles soluciones que se deberá tomar.

El desarrollo de este ensayo amerita una investigación exploratoria y descriptiva, apoyándose en textos y teorías que permitan determinar con mayor exactitud el componente fuentes de ingresos de YOGURBIRDS, se aplica un método deductivo tomando un enfoque cuantitativo y utilizando como técnica una encuesta realizada a 68 personas de la provincia de Santa Elena.

La estructura de este ensayo se divide en tres fragmentos; la introducción donde constan algunas posturas generales del tema a desarrollar, así como la descripción de la problemática, el objetivo y la importancia que merece la investigación; seguidamente del desarrollo donde se presentan análisis detallados de fuentes consultadas en libros, artículos, entre otros, que permiten llegar a los resultados; finalmente se presentan las conclusiones, recomendaciones y evidencias.

DESARROLLO

En la actualidad, la acción de emprender es considerada como un elemento esencial para el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de las comunidades, con el fin de hacer frente al desempleo, la desigualdad y la pobreza. Marulanda Valencia & Morales Gualdrón (2016). Por lo tanto, para resolver positivamente dichos indicadores, el primer paso es generar una idea de negocios creativa analizando las tendencias actuales y las demandas insatisfechas, por lo tanto, la innovación es un elemento muy importante.

Tal como mencionan los autores Vélez Romero & Ortiz Restrepo (2016), la innovación es uno de los componentes claves en la actividad emprendedora, innovar representa una vía mediante el cual el conocimiento se convierte en un bien tangible o intangible que aporta nuevas ventajas competitivas en el mercado donde desempeña una organización sus actividades. Pese a esto, es común ver a muchos emprendedores no tener capacidad innovadora que necesita una actividad comercial para su crecimiento, por ende, siguen sus instintos y crean negocios de manera tradicional y no dinámico lo que provoca que no sean sostenibles en el tiempo y por consecuencia no dan la oportunidad de desarrollar la economía de una sociedad.

El desarrollo del mercado, la entrada de nuevos productos y las ventajas competitivas de empresas similares, forjan a las organizaciones a convertirse dinámicas para así poder permanecer en un mercado competitivo, para ello deben organizar las ideas de manera que le permitan atender con rapidez las exigencias de los consumidores, y la implementación de un modelo de negocio bien estructurado lograra generar valor a una empresa, pues muestra un panorama estratégico de cómo un negocio plasmara y ejecutara sus actividades, en otras palabras muestra con claridad lo que la empresa va a ofrecer al mercado, como lo va hacer, a quien va a vender, como va a vender y de qué forma va a generar ingresos.

YOGURBIRDS, es una idea de negocio creativa e interesada en satisfacer las necesidades de un segmento que en la provincia de Santa Elena no ha sido atendido en los últimos tiempos. La propuesta de valor es la venta de yogurt vegetal y otros productos horneados elaborados artesanalmente, está dirigida a niños, adultos, personas mayores, que no toleran los productos lácteos y que buscan mejorar su estado de salud. Esta idea de negocios desea ser líder en la Provincia manteniendo siempre la satisfacción de su clientela, por lo tanto, se deben definir correctamente sus fuentes de ingresos en un modelo de negocios que le permita tomar buenas decisiones para su futuro.

Osterwalder & Pigneur (2011), mencionan que el modelo Canvas es una herramienta que refleja las fortalezas y debilidades de una empresa, que puede brindar rápida y fácilmente una perspectiva global, de manera que se detectan sistemáticamente los elementos que crean valor para un negocio. El autor en su libro "Generación de modelos de negocio" propone 9 componentes para el modelo Canvas.

Dentro del Modelo Canvas se encuentra un componente llamado fuente de ingresos que constituye todas aquellas estrategias para obtener dinero del segmento definido, es un elemento que determina la rentabilidad de la empresa, además, en él se reflejan las diferentes fuentes de entrada de dinero, se fijan las condiciones para establecer los precios y el modo de pago por los productos o servicios que la empresa oferta.

Según el (Plan General de Contabilidad), los ingresos son incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante un determinado periodo de tiempo, ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, siempre y cuando no sean aportaciones de los socios o propietarios, es decir son los beneficios monetarios que se suman a la empresa fruto de las operaciones comerciales.

Los ingresos también son todas las ganancias que se añaden al del presupuesto total de una entidad, ya sea pública o privada, individual o colectiva, generalmente, el ingreso es tanto un elemento monetario como un elemento no monetario que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia. Gil (2015)

Asimismo, los ingresos se pueden clasificar en operacionales y no operacionales, siendo los operacionales aquellos valores que son recibidos como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento del objeto social de una empresa, y los no operacionales aquellos que no están relacionados con el giro ordinario del negocio. Díaz Moreno (2011)

Para Osterwalder & Pigneur (2011), las fuentes de ingresos representan el dinero que la empresa genera de cada segmento de mercado, si los clientes constituyen el centro de un modelo de negocio las fuentes de ingreso serían las arterias, el mismo autor menciona que dentro de un modelo de negocios pueden existir dos tipos de fuentes de ingresos, la primera es ingresos por transacciones derivados de pagos puntuales de clientes; es decir un intercambio bilateral cuando es entregado el producto final al cliente y este el dinero a la empresa y la segunda es ingresos recurrentes derivados de pagos periódicos; es decir ingresos constantes a cambio de ofrecer un servicio constante, además, Osterwalder plantea varias formas por la cuales las organizaciones generan ingresos como son:

Ventas de activos: Se refiere cuando la propuesta de valor otorga a los clientes el derecho a utilizar el producto o servicio para darle el uso a su conveniencia, es la venta de bienes de diferentes categorías, los bienes que se entreguen a los clientes pueden ser físicos, por ejemplo Comandato vende electrodomésticos de diferentes marcas para que las personas puedan hacer uso de ellos, vender o revender, de igual manera existen bienes digitales que son productos intangibles por ejemplo un curso en línea o la compra de un eBook.

Cuota o pago por uso: Este tipo de flujo de ingreso es cuando el cliente paga únicamente por el uso del producto o servicio para satisfacer sus necesidades, es decir entre más consume el usuario, más paga; por ejemplo, las operadoras móviles como Claro, Movistar o Tuenti, en los que a medida que una persona consume más recursos paga una mayor cuota.

Cuota de suscripción: Consiste en que le cliente efectúa pagos frecuentes para satisfacer una necesidad o resolver algún problema. Por lo general es un servicio permanente o largo plazo y existe un contrato que estipula la relación entre cliente y empresa, por ejemplo, el pago de servicios como luz, agua e internet o la suscripción a plataformas de entretenimiento como Netflix o Spotify.

Préstamo o arrendamiento: El cliente obtiene una concesión sobre la propuesta de valor a cambio de una contraprestación o remuneración, tiene una ventaja para el arrendador debido a que este tipo de actividad le generan ingresos recurrentes, por ejemplo, el alquiler de autos o maquinarias.

Otorgamiento de licencias: La empresa recibe pagos por la explotación autorizada de nuestra propuesta de valor con fines comerciales o industriales, este tipo de flujo suele darse cuando el negocio comercializa algún tipo de Software o tiene patentes.

Publicidad: Consiste en aprovechar el posicionamiento del mercado de la propuesta de valor para promocionar otros negocios y otorgar espacios publicitarios a los clientes como los avisos publicitarios de los sitios web.

Gastos de corretaje: Se derivan de los servicios de intermediación realizados en nombre de dos o más partes, por ejemplo, la adquisición de un seguro para el auto mediante un agente independiente.

YOGURBIRDS S.A.S tiene como producto principal el yogurt de soya fermentado artesanalmente con kéfir para el consumo directo, el mismo que es producido y envasado en presentaciones individuales de 500 ml y 1lt, del mismo modo para alcanzar la mayor satisfacción de los clientes tendrá a disposición sabores de fresa, durazno y mora, además de ofertar complementos netamente horneados bajos en grasas, establecidos en combos, los mismos que son:

- ✓ Combo 1: Yogurbirds mediano (500ml) más 2 unidades de panes de yuca o dos empanadas de verde/maíz.
- ✓ Combo 2: Yogurbirds familiar (1lt) más 5 unidades de pan de yuca o 5 empanadas de verde/ maíz.

Por lo tanto, su razón social establece como fuente de ingresos la “venta de activos”. Esta fuente de ingresos es determinada por la venta de productos y se aumenta a medida que los clientes repiten la compra.

A partir de la generación de ingresos que tiene un negocio por la venta de su propuesta de valor, es indispensable elegir un mecanismo que nos permita medir la rentabilidad económica de la empresa, es allí donde un flujo de efectivo cumple su función. El estado de flujo de efectivo es el estado financiero básico que muestra el neto del efectivo al final de un periodo, muestra entradas y salidas en el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un periodo. Estupiñán Gaitán (2018)

Es así como el flujo de efectivo se convierte en una herramienta fundamental en la vida de una organización, pues presenta información de forma oportuna y concisa que da paso a la toma de decisiones sean estas de inversión, operación o financiamiento, además permite a la empresa

conocer su fluidez de dinero dándole la oportunidad de reaccionar ante potenciales problemas económicos.

Las empresas crean propuestas de valor que atienden a necesidades insatisfechas de un segmento con la finalidad de producir utilidades para beneficio de sus colaboradores y socios, por lo tanto, necesitan fijar precios a sus productos. El precio es el único elemento del marketing mix que produce ingresos; los demás generan costos. Kotler & Keller (2012), es por tal razón que las organizaciones necesitan trazar correctamente estrategias de precios para generar réditos permitiéndole mantenerse en el mercado competitivo, donde el factor innovación permite que la empresa se introduzca a un sector comercial es así que los ingresos forman parte en la estructura de la organización.

Para ello existe varios mecanismos como son: mecanismo fijo en el cual los precios se predefinen en base a variables estáticas, y mecanismo dinámico donde los precios cambian en función del mercado. Osterwalder & Pigneur (2013). Para la determinación de los precios se suman las “estrategias de precios” como: la fijación de precios basados en la competencia que consiste en el establecimiento de un precio al mismo nivel del competidor, los consumidores basarán sus juicios de valor del producto en los precios que los competidores cobran por productos similares. Se menciona, además, sobre la fijación de precios por costo-plus (costo más un margen) que consiste en establecer el precio de acuerdo con los costos de producir, distribuir y vender el producto más el nivel deseado de utilidad sobre la venta, este método le permite a la empresa asegurar un margen de utilidad y facilita el cálculo con grandes cantidades de productos. Grasset (2015)

(Armstrong & Kotler, 2013) propone la fijación de precios basada en el valor para el cliente, lo que significa que la compañía evalúa primero las necesidades del cliente y sus percepciones de

valor y a continuación, establece su precio meta basado en las percepciones de valor del cliente, el valor y precio meta impulsan las decisiones sobre en qué costos se puede incurrir y el diseño del producto resultante. Los mismos autores también mencionan que el precio basado en el buen valor es ofrecer la combinación adecuada de calidad y buen servicio a un precio justo y el precio basado en el valor agregado es cuando se añaden características y servicios de valor agregados para diferenciar sus ofertas y apoyar así sus precios más altos

La fijación de precios es una de las decisiones fundamentales para dar sentido al giro de la empresa, es más, requiere mucha atención puesto que los precios están en cambios constantes e incluso por factores externos que afectan a los negocios sin importar el tipo ni el tamaño, por ello, es conveniente tener en cuenta ciertos elementos, tales como: el costo, demanda-oferta y la competencia.

El costo; es todo dinero pagado para que se lleve a cabo cierta operación; el verdadero costo de una acción es lo que se ha dejado de ganar por el hecho mismo de haber seleccionado dicha acción y no otra. Fischer de la Vega & Espejo Callado (2011)

La demanda y oferta; cuando los precios están determinados por el mercado, entran en juego las leyes de la oferta y la demanda. La demanda, se refiere a la cantidad de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado, mientras que, la oferta se refiere a las cantidades de un producto que los fabricantes están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado. Fischer de la Vega & Espejo Callado (2011)

La Competencia; la fijación de precios en relación a los competidores hace que el empresario se dé cuenta con exactitud del nivel de precios de las demás empresas. Fischer de la Vega & Espejo Callado (2011)

La idea de negocio “YOGURBIRDS” considera necesario tomar en cuenta un estudio efectuado a una muestra de su demanda potencial, la misma que fue de 68 personas de los tres cantones de la provincia de Santa Elena, para dar orientación a la fijación de sus precios desde la percepción del cliente. Este estudio se realizó mediante una encuesta virtual en la que se demostró que las personas consideran que para las presentaciones individuales de 500 mililitros el precio por el que podrían estar cancelando sería entre \$1,00 a \$1,25 y para la presentación de un 1 litro el precio posible fluctúa entre \$1,50 a \$2, 25, tomando en consideración que las personas encuestadas tienen un nivel socioeconómico media-alto y tienen tendencias al consumo de productos saludables como el que ofrece la empresa en este caso.

Sin embargo, para el cálculo del precio se debe considerar los gastos que genera la puesta en marcha del negocio, además de la materia prima e insumos necesarios para la producción de yogurt, para un mayor entendimiento se especifica en la tabla #2 “Fijación de precios” del apartado de anexos. El precio determinado por YOGURBIRDS es de acuerdo a la propuesta de valor o características del producto, los cuales son: producto saludable, elaborado artesanalmente, variedad de sabores-acompañamientos y la buena atención al cliente, por lo tanto, se establecen precios del \$1.64, \$2.70, \$2.70 y \$4.45 para las producciones de yogurt en presentaciones de 500ml, 1lt, combo1 y combo 2 respectivamente, considerando los precios del mercado que ofertan productos similares, pues los clientes suelen hacer juicios de valor con la competencia en cuanto a valor a cancelar.

Otro punto importante dentro del componente de fuentes de ingresos es establecer el método o forma por el cual los clientes desean cancelar los productos o servicios de una empresa. Ramirez (2017), divide las formas de pago en dos apartados: convencionales (efectivo; cheque) y electrónicas (tarjeta de crédito - débito, pago en línea sin necesidad directa de tarjeta, a través de dispositivos móviles y moneda virtual), es decir, los empresarios tienen varias opciones para escoger sobre la forma de pago ideal para su negocio, por lo tanto deben analizar correctamente el giro de la empresa y el segmento de clientes para tomar una buena decisión.

YOGURBIRDS, al poner en marcha sus funciones como empresa nueva en el mercado y con distribución directa de sus productos, tanto en tienda física como virtual, se establece como método de pago a través de dinero en efectivo, la forma de pago más tradicional y convencional de todos los tiempos, puesto que el público objetivo al que se dirige la organización acostumbra este tipo de cancelación, pero no se descarta que con el crecimiento de la empresa se pueda incluir otra opción de pago como la electrónica con tarjetas de crédito.

Para finalizar, según los resultados de las encuestas, las personas que consumen yogurt habitualmente esperan que esta bebida posea beneficios para la salud, tales como: equilibrio del sistema inmunológico y regeneración de la flora intestinal, lo que representa que la propuesta de valor de YOGURBIRDS es atractiva, novedosa y única que atiende a los segmentos de personas con problemas gastrointestinales, además, de las personas que poseen algún dispositivo móvil de la provincia de Santa Elena. Por lo tanto, YOGURBIRDS operará en el mercado de bebidas nutritivas con escasos competidores directos que le otorgan una utilidad de \$25728,15 en el primer año con una probabilidad de incremento en sus ventas del 5% cada año, mismos que se muestran con detalles en la tabla #3 “Estado de resultados” de la sección de anexos.

CONCLUSIONES

La correcta estructuración de las fuentes de ingresos es importante al momento de introducir productos o servicios al mercado, pues permite a la empresa fijar correctamente sus precios mediante estrategias y conocer el rendimiento financiero que obtendrá la empresa por su giro comercial para de esta manera tomar decisiones de inversión, por tal razón la idea de negocio “YOGURBIRDS” iniciará sus actividades bajo lineamientos y estrategias que le permitan convertirse en un negocio sólido y así contribuya al crecimiento económico del territorio donde desempeña sus actividades comerciales.

El módulo fuentes de ingresos responde a tres preguntas claves dentro de un negocio como son; ¿por qué valor está dispuesto a pagar el segmento de mercado?, ¿cómo los clientes les gustaría pagar por el producto o servicio? y ¿cuánto representan las diferentes fuentes de ingresos al total?, por lo tanto en relación al análisis de la idea de negocios “YOGURBIRDS”, la principal fuente ingreso es a través de la venta de activos, el pago por la propuesta de valor es por medio de efectivo, finalmente la estrategia para la fijación de precios es basada en los costos de producción y por el valor agregado para el cliente.

RECOMENDACIONES

Para convertirse en un negocio sostenible, los emprendedores deben fijar los precios de sus productos mediante estrategias para generar rentabilidad, como la estrategia de fijar precios basados en el valor para el cliente o por el costo de fabricación más un margen de ganancias, además, deben establecer un mecanismo como un flujo de efectivo que le permita conocer el rendimiento financiero de la empresa y así tomar decisiones acertadas.

YOGURBIRDS tiene gran potencial de crecimiento, por lo que en el transcurso de su evolución debe abarcar un nuevo segmento de mercado y así dar paso a la creación de otra fuente de ingreso como la de ofrecer espacios publicitarios a otros negocios, del mismo modo debe implementar otra forma de pago, por ejemplo, el pago con tarjetas de créditos, para brindar más facilidad, comodidad y seguridad a sus clientes.

REFERENCIAS

Díaz Moreno, H. (2011). *Contabilidad general* (Tercera ed.). Pearson Educación.

Estupiñán Gaitán, R. (2018). *Estado de flujos de efectivo, otros flujos de fondos* (Tercera ed.). Ecoe Ediciones.

Expertemprende. (2012). *Guía Didáctica, Modelo Canvas*. Obtenido de Recuperado de:
http://culturaemprededora.extremaduraempresarial.es/wp-content/uploads/2012/09/Guia-Did%C3%A1ctica_Modelo-Canvas.pdf

Ferreira-Herrera, D. C. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo y Desarrollo*.

Fischer de la Vega, L. E., & Espejo Callado, J. (2011). *Mercadotecnia* (Cuarta ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.

Gil, S. (2015). *Economipedia Sitio web*. Obtenido de Ingreso:
<https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html>

Global Entrepreneurship Monitor. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Ecuador: ESPAE.

Grasset, G. (2015). *FIJACIÓN DE PRECIOS POR COSTO-PLUS*. Obtenido de FIJACIÓN DE PRECIOS BASADOS EN LA COMPETENCIA: <https://www.lokad.com/es/definicion-de-fijacion-de-precios-basados-en-la-competencia#:~:text=La%20fijaci%C3%B3n%20de%20precios%20basados,estrategia%>

20de% 20fijaci% C3%B3n% 20de% 20precios.&text=Esta% 20empresa% 20decide% 20esta
blecer% 20este% 20precio% 20para% 20su%

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (Decimocuarta ed.). México:
PEARSON EDUCACIÓN.

Magretta, J. (2002). Why Bussiness Models Matter. *Harvard business review*, 86-92.

Marulanda Valencia, F., & Morales Gualdrón, S. (2016). Entorno y motivaciones para
emprender. *Revista Escuela De Administración De Negocios*(81), 12-28.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona, España:
Centro de libros PAPP,S.L.U.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Generación de modelos de negocio: manual para
visionarios, revolucionarios y retadores*.

Plan General de Contabilidad . (2010). Obtenido de Instituto de Contabilidad y Auditoría de
Cuentas:

[http://www.icac.meh.es/Documentos/CONTABILIDAD/PGCPYMES%20arreglado%20
correccion%20erratas.pdf](http://www.icac.meh.es/Documentos/CONTABILIDAD/PGCPYMES%20arreglado%20correccion%20erratas.pdf)

Ramirez, A. (14 de Noviembre de 2017). *Revista InformaBTL*. Obtenido de ¿Cuántas formas de
pago existen?: <https://www.informabtl.com/cuantas-formas-de-pago-existen/>

Vélez Romero , X. A., & Ortiz Restrepo, S. (2016). Emprendimiento e innovación. *Ciencias
económicas y empresariales*, II(4), 346-369.

ANEXOS

TABLA 1 LIENZO CANVAS

Socios Claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relación con clientes	Segmentos de clientes
	Recursos clave		Canales	
Estructura de costos			Fuentes de ingreso <ul style="list-style-type: none">✓ Venta de yogurt (en presentaciones individuales o combos).✓ Modalidad de pago: efectivo	

Elaborado por: Rodríguez Tomalá Joselyn

TABLA 2 FIJACIÓN DE PRECIOS

Yogur 500 ML		
Costo		
Costos Fijos		
Materia Prima		0,15
Mano de Obra (Operarios)		0,06
Depreciación de Maq/Herramientas		0,12
Herramientas		-
Servicios Básicos		0,03
Total Costos Fijos		0,35
Costos Variables		
envase	\$	0,08
azúcar	\$	0,03
fruta	\$	0,05
Total Costos Variables		0,16
Total Costo Unitario		0,51
Margen de Utilidad		1,13
Precio		1,64

Yogur 1 LT		
Costo		
Costos Fijos		
Materia Prima		0,30
Mano de Obra (Operarios)		0,11
Depreciación de Maq/Herramientas		0,12
Herramientas		
Servicios Básicos		0,05
Total Costos Fijos		0,58
Costos Variables		
envase	\$	0,11
azúcar	\$	0,05
fruta	\$	0,10
Total Costos Variables		0,26
Total Costo Unitario		0,84
Margen de Utilidad		1,87
Precio		2,7

COMBO 1 envase 500ml + acompañamiento		
Costo		
Costos Fijos		
Materia Prima		0,15
Mano de Obra (Operarios)		0,06
Depreciación de Maq/Herramientas		0,12
Herramientas		
Servicios Básicos		0,03
Total Costos Fijos		0,35
Costos Variables		
envase	\$	0,08
acompañamiento	\$	0,45
azúcar	\$	0,03
fruta	\$	0,05
Total Costos Variables		0,61
Total Costo Unitario		0,96
Margen de Utilidad		1,73
Precio		2,7

COMBO 2 envase 1lt + acompañamiento		
Costo		
Costos Fijos		
Materia Prima		0,30
Mano de Obra (Operarios)		0,11
Depreciación de Maq/Herramientas		0,12
Herramientas		
Servicios Básicos		0,05
Total Costos Fijos		0,58
Costos Variables		
envase		0,11
acompañamiento 5 panes o 3 empanada		0,75
azucar		0,05
fruta		0,10
Total Costos Variables		1,01
Total Costo Unitario		1,59
Margen de Utilidad		2,86
Precio		4,45

Elaborado por: Rodríguez Tomalá Joselyn

TABLA 3 ESTADO DE RESULTADOS

ESTADOS DE RESULTADOS ANUALES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	87.193,12	91.338,28	95.680,50	100.229,15	104.994,04
Yogur 500 ML	6.728,62	7.048,50	7.383,58	7.734,60	8.102,30
Yogur 1 LT	19.248,23	20.163,29	21.121,86	22.125,99	23.177,86
COMBO 1 envase 500ml + acompañamiento	16.167,81	16.936,42	17.741,58	18.585,02	19.468,55
COMBO 2 envase 1lt + acompañamiento	45.048,46	47.190,06	49.433,48	51.783,55	54.245,34
Costos Fijos	13.502,26	13.866,82	14.241,22	14.625,73	26.966,00
Costos Variables	16.402,32	16.845,18	17.300,00	17.767,10	18.246,81
UTILIDAD BRUTA	57.288,54	60.626,28	64.139,28	67.836,31	59.781,23
Gastos Operativos					
Gastos Administrativos	8.286,53	8.663,57	9.057,76	9.469,89	9.900,77
Gastos de Ventas	7.529,60	7.872,20	8.230,38	8.604,86	8.996,39
Gastos de Constitución	167,00				
UTILIDAD ANTES DE OTROS GASTOS	41.305,41	44.090,51	46.851,13	49.761,56	40.884,07
Gastos Financieros	2.499,75	1.603,61	593,81		
UTILIDAD ANTES DE PARTIC TRABJ	38.805,66	42.486,91	46.257,32	49.761,56	40.884,07
Utilidad Participación Trabaj	5.820,85	6.373,04	6.938,60	7.464,23	6.132,61
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	32.984,81	36.113,87	39.318,72	42.297,32	34.751,46
Impuesto a la Renta	7.256,66	7.945,05	8.650,12	9.305,41	7.645,32
UTILIDAD NETA	25.728,15	28.168,82	30.668,60	32.991,91	27.106,14

Elaborado por: Rodríguez Tomalá Joselyn