



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO**

**“PROYECTO DE FÁCTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE EXTRACTO DE NONI PARA  
EL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE QUITO”**

TEIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL  
GRADO DE INGENIERO COMERCIAL.

**AUTOR:**

Rómulo Fernando Naranjo Espín

**DIRECTOR:**

Ing. Galo Salcedo López

1859

Loja - Ecuador  
2013

## **CERTIFICACION**

**ING. GALO SALCEDO LÓPEZ**

**DIRECTOR DE TESIS**

**Certifica:**

Que la presente tesis de grado, realizada por el egresado Fernando Naranjo, ha sido dirigido y revisado en todo su proceso investigativo; cumpliendo con las disposiciones emanadas por la Universidad Nacional de Loja, razón por la cual se autoriza su presentación.

Loja, Octubre del 2013



---

**Ing. Galo Salcedo López**

# AUTORIA

Yo, Rómulo Fernando Naranjo Espín declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

**AUTOR:** Rómulo Fernando Naranjo Espín.

**FIRMA:** .....



**CEDULA:** 1711663391

**FECHA:** Loja, 23 de Octubre de 2013

**CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, Rómulo Fernando Naranjo Espín, declaro ser autor de la tesis Titulada **“PROYECTO DE FÁCTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EXTRACTO DE NONI PARA EL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE QUITO”**. Como requisito para optar al título de *Ingeniero Comercial*, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de su visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de Información de país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja a los 23 días del mes de Octubre del dos mil trece, firma el autor.

Firma: 

**Autor:** Rómulo Fernando Naranjo Espín

**Cedula:** 1711663391

**Dirección:** Quito, Barrio Pio XII

**Correo Electrónico:** rfnaranjo@gmail.com

**Teléfono:** 0998136783

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Director de Tesis:** Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc

**Tribunal de Grado:**

Ing. Lolyta Hualpa Lima

PRESIDENTE

Ing. Edison Espinoza Bailon MAE.

VOCAL

Ing. Carlos Rodríguez Mg, Sc

VOCAL

# **DEDICATORIA**

*A Dios por permitirme compartir una de las etapas de superación académica más importante en mi vida; a mi Esposa por su incondicional apoyo; y a mi Hijo por compartir junto a mí en todo momento.*

*Fernando Naranjo.*

# **AGRADECIMIENTO**

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, Modalidad de Estudios a Distancia a la Carrera de Administración de Empresas en especial a los docentes por la formación académica, profesional y apoyo brindado a lo largo del pensum de estudios durante estos cinco años.

De manera especial mi gratitud al Ingeniero Galo Salcedo López, Director de Tesis; por su entereza, quien dirigió el desarrollo del presente trabajo de manera espléndida y en base a sus conocimientos profesionales.

A toda mi familia por su apoyo moral e incondicional durante la carrera universitaria; inmensas gracias por vuestra comprensión, tolerancia y por sobre todo por vuestras presencias en mi vida.

**a. TITULO**

**“PROYECTO DE FÁCTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE  
EXTRACTO DE NONI PARA EL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE  
QUITO”**

## **b) RESUMEN**

El principal objetivo de este proyecto es el estudio para la creación de una empresa productora y comercializadora de Extracto de Noni en el Sector Sur de la ciudad de Quito el mismo que ha impulsado para realizar el análisis de todos los aspectos que forman parte de esta investigación.

Se utilizaron diferentes métodos como el científico, deductivo, inductivo, analítico, además se utilizaron las técnicas de observación, entrevistas, encuestas realizadas a la población objeto de estudio.

Se determinó el estudio de mercado realizado en el Sur de la ciudad de Quito con una muestra de 399 personas y 203 comercializadores de extracto de Noni determinando los siguientes resultados: una demanda potencial 143.898 familias con una tasa de crecimiento de 4.2 %, demanda real 128.069 una demanda efectiva 96.052. En cuanto a la oferta la cantidad de 18.420 y la demanda insatisfecha de 962.441 lo cual determinó que el proyecto es viable

En el estudio técnico estableció la macro y micro localización, tamaño e ingeniería del proyecto, diagramas de procesos, requerimientos técnicos como equipos, muebles, enseres.

Se realizó el estudio administrativo constituyendo a la empresa como una compañía de responsabilidad limitada, y, la estructura orgánica con niveles jerárquicos de las diferentes áreas a través de organigramas detallando las funciones de cada persona que formará parte de la empresa a través de manuales de funciones.

Se presenta el estudio financiero en el que se establece la inversión y el financiamiento mediante préstamo y aporte de los socios, requerimientos necesarios para poner en marcha el proyecto.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: VAN positivo 90,166.46; TIR 46.65; el tiempo para recuperar la inversión sería de 1 año 1 mes y 20 días; se determinó así mismo una relación beneficio costo de 1,50 finalmente se definió que el proyecto soportará hasta un incremento del 36,55% de los costos y una disminución hasta del 14,15% de los ingresos.

Entre las conclusiones y recomendaciones más relevantes tenemos que la implementación del proyecto es recomendable por los resultados obtenidos mediante la evaluación financiera.

## **SUMMARY**

The main objective of this project is to study the creation of a producer and marketer of Noni Extract Southern Sector Quito has driven it for the analysis of all aspects that are part of this research.

Different methods were used as scientific, deductive , inductive, analytical techniques were also used observation , interviews, surveys of the population under study .

We determined the market study in the South of the city of Quito with a sample of 399 people and 203 marketers determining Noni extract the following results: a potential demand 143.898 families with a growth rate of 4.2%, real demand 128.069; 96.052 effective demand . As for the amount of 18,420 supply and unmet demand for 962.441 which determined that the project is viable

The technical study established the macro and micro location, size and project engineering process diagrams, technical requirements such as equipment, furniture, waxing .

Administrative study was performed constituting the company as a limited liability company and the organizational structure with hierarchical levels of different areas through flowcharts detailing the roles of each person who will be part of the company through operating manuals.

Financial study is presented which provides investment and loan financing through contributions from partners, requirements necessary to implement the project.

The financial evaluation shows the following results : 90,166.46 positive NPV , IRR 46.65 , the payback time would be 1 year 1 month and 20 days was determined himself a benefit cost of 1.50 was finally defined that the project will support up to a 36.55% increase in costs and a decrease of up to 14.15% of revenues.

Among the most important conclusions and recommendations have to project implementation is recommended for the results obtained by the financial evaluation.

## **c) INTRODUCCIÓN**

En los últimos años el crecimiento desmedido de enfermedades se ha incrementado en nuestro país, las mismas son ocasionadas por malos hábitos alimenticios, consumo de grasas saturadas, falta de actividad física y sedentarismo, es tan evidente esta realidad, que continuamente aumentan las cifras e índices negativos en términos de salud.

En este escenario, la industria de productos naturales, ha mantenido un constante e importante crecimiento en el mercado, principalmente por la tendencia de la población en cuidar su salud y evitar enfermedades. Los productos naturales han tenido una asociación directa con el cuidado preventivo de la salud.

Dentro de estas actividades, el consumo de productos naturales, el ejercicio y el cuidado médico preventivo han sido los más importantes.

La empresa motivo del presente estudio además de tener el conocimiento requerido para la preparación de extracto de Noni contará con la tecnología que le permita realizar procesos eficientes que resulten en productos de calidad para satisfacer los requerimientos del cliente y por lo tanto obtener una mayor rentabilidad.

Por tal razón se realizó un Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de extracto de Noni en el Sector Sur de la ciudad de Quito.

Mencionado proyecto está encaminado a contribuir con el desarrollo socio-económico generando nuevas fuentes de empleo y brindando un producto de calidad nutricional con las más estrictas normas de higiene y salubridad.

El estudio de mercado permitió determinar que existe una demanda (potencial, real, efectiva) aceptable que garantice el éxito del proyecto.

Posteriormente se realizó el plan de comercialización mediante el cual se detalló el producto, precio, publicidad, plaza con cada una de sus políticas y estrategias, que ayudan a optimizar el proceso productivo

El estudio Técnico contiene información referente a la demanda insatisfecha, capacidad instalada, la capacidad utilizada, el tamaño y localización adecuada de la Ingeniería del proyecto considerando los requerimientos óptimos para la producción.

En el Estudio Organizacional, se describe la organización jurídica y administrativa de la empresa, conformado por un Manual de Funciones de cada uno de los funcionarios que conformarán la empresa.

Estudio Financiero, en el que se sistematizó la información de carácter monetario estableciéndose la inversión del proyecto y la elaboración de cuadros de presupuestos. Aplicando indicadores de medición, VAN, TIR, B/C, Recuperación de Capital entre otros. A través de los resultados obtenidos se permite recomendar la implementación del proyecto desde el punto de vista económico.

## d) REVISION DE LITERATURA

### MARCO REFERENCIAL

El Noni (Morinda Citrifolia L) es una fruta no tradicional en Ecuador, utilizada con fines alimenticios a la cual se le atribuyen beneficios para la salud en varios campos de la medicina natural principalmente.

#### GRAFICA 1



FUENTE: <http://www.google.com.ar/search?q=el+noni>

ELABORACION: El autor

Su sabor es amargo y de un olor poco agradable, razón por la cual su consumo no ha podido universalizarse, pese a sus ventajas nutricionales como la capacidad de retrasar la absorción de los azúcares simples en el intestino, lo que produce una ligera reducción de los niveles de glucosa. En países donde crece abundantemente se aprovechan las hojas, raíces, corteza, semillas, brotes tiernos y el jugoso fruto.<sup>1</sup>

El zumo del Noni se utiliza en los siguientes tratamientos:

---

<sup>1</sup> (Heince, R, 2011, p.45)

- Alergias
- Artritis
- Asma
- Cáncer
- Fibromialgia
- Fatiga Crónica
- Problema Digestivos
- Hipertensión
- Trastornos Menstruales
- Combatir adicciones al tabaco, alcohol.

### COMPONENTES DEL NONI.

COMPONENTES	DESCRIPCIÓN
Elementos Básicos	Antraquinonas, Acidos Orgánicos, Anthraquinones, Damnacatal, Poliscaridos, Proxeronina
Vitaminas	Betacaroteno, Niacina, Riboflavina y Tiamina
Minerales	Hierro, Calcio, Potasio.

**Fuente:** Propiedades Medicinales del Noni. Beneficios Curativos del Noni 2008.

**Elaborado por:** El Autor.

A continuación, se describen los componentes del Noni

El zumo del fruto contiene también una substancia rica en polisacáridos, el noni-ppt, que según la Universidad de Hawái, EEUU, en estudios realizados, puede mejorar notablemente las expectativas de vida de ratones con cáncer de pulmón. Los investigadores han señalado que puede tener futuras aplicaciones clínicas como un agente complementario en el tratamiento del cáncer.

**Descripción de los principales componentes del Noni:**

Según Heince, R, en sus estudios referentes a las propiedades del Noni, Señala los siguientes aspectos:

**Proxeronina-** Substancia precursora de la Xeronina, misma que trabaja a nivel molecular mejorando la asimilación de proteínas en las células.

**Excolopetina-** Tiene propiedades anti-inflamatorias, antihistamínicas, anti-bacteriales y anti-micóticas, regula la presión sanguínea y actúa con la seronina para regular el sueño, el hambre y la temperatura del cuerpo.

**Antraquinones-** Proporciona una amplia variedad de actividades biológicas que incluyen el combatir la inflamación y dolor producidos por infecciones bacterianas, parásitos y tumores, así como hongos.

**Damnacantal-** Inhibe el crecimiento de células pre-cancerosas, principalmente en cáncer de pulmón, colon y páncreas, así como leucemia.

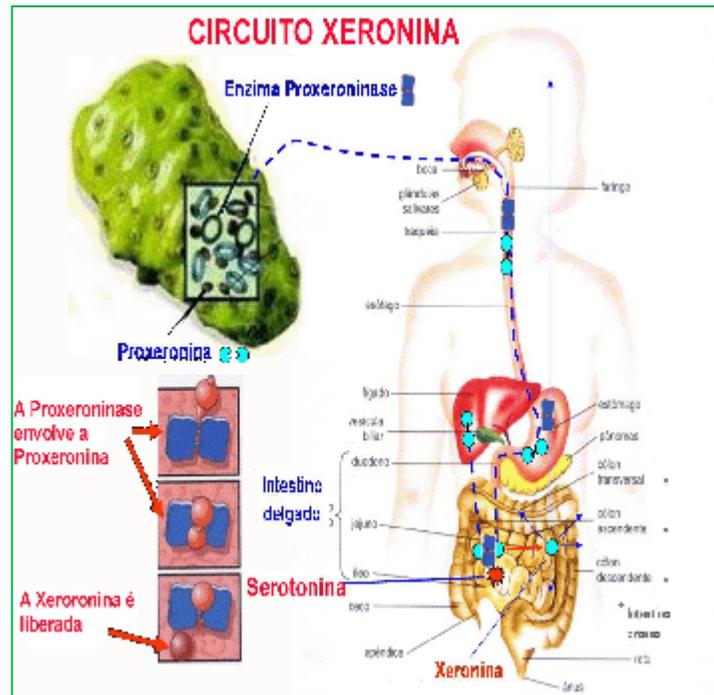
**Polisacaridos-** Modulador del sistema inmunológico, con propiedades anti-bacteriales, anticancerosas y anti tumorosas.<sup>2</sup>

Como se puede observar, es altamente efectivo y positivo para el ser humano el consumo del Noni, sus propiedades y beneficios señalados anteriormente en muchos casos no son conocidos por la población, razón por la cual el consumo de la fruta no ha sido generalizado.

---

<sup>2</sup> (Heince, R, 2011, p. 56)

GRAFICA 2



FUENTE: <http://www.inkanatural.com/es/arti.asp?ref=noni>

ELABORACION: El Autor

## DESCRIPCIÓN DE LAS VENTAJAS DEL USO DEL NONI

Ampliando las ventajas del uso del Noni citadas anteriormente, a continuación se describen las principales propiedades curativas de la planta:

- Reducir la Hipertensión Arterial
- Interactúa con la melatonina y la serotonina para regular el sueño, la temperatura y los estados de ánimo
- Aumenta la energía del organismo
- Actúa como agente antiinflamatorio y antihistamínico

- Alivia el dolor
- Posee propiedades antibacterianas que pueden proteger contra trastornos digestivos y lesiones cardíacas. Inhibe la función precancerosa y el crecimiento de tumores cancerosos, entre otros.

### DETALLE DE LOS LUGARES EN DONDE SE PRODUCE NONI EN ECUADOR.

A continuación se describe la producción de Noni en Ecuador por Región:

#### PRODUCCIÓN DEL NONI EN ECUADOR POR REGIÓN

REGION	PRODUCCION TM (ANUAL)
Chone	15600
Los Bancos	8700
Ventanas	7300
Sto. Domingo	6700
Jujan	4500
El Puyo	4500
Babahoyo	3200
Napo	3200
Las Peñas	1200
Otros	890

**Fuente:** Agro Ecuador. Productos Tradicionales en Ecuador. 2011.

**Elaborado por:** El Autor.

Por niveles de producción, las plazas de Chone, Los Bancos y Ventanas son las más viables para adquirir el producto

## MARCO CONCEPTUAL

### EMPRESA

#### CONCEPTO

Empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.

#### CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS

Las empresas pueden clasificarse según la actividad económica que desarrollan:

- **Empresas del sector primario** (que obtienen los recursos a partir de la naturaleza, como las agrícolas, pesqueras o ganaderas)
- **Empresas del sector secundario** (dedicadas a la transformación de bienes, como las industriales y de la construcción)
- **Empresas del sector terciario** (empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio).

Otra clasificación es de acuerdo a su constitución jurídica.

- **Empresas individuales** (que pertenecen a una sola persona)
- **Empresas societarias** (conformadas por varias personas). En este último grupo, las sociedades a su vez pueden ser:

- Anónimas,
- Responsabilidad limitada
- Economía social (cooperativas)

## **PROYECTO DE FACTIBILIDAD**

### **CONCEPTO**

El proyecto de inversión es un proceso sistemático que permite identificar, medir y valorar los costos y beneficios relevantes asociados a una decisión de inversión, para emitir un juicio objetivo sobre la conveniencia de su ejecución desde distintos puntos de vista: económico, privado o social<sup>3</sup>.

Los proyectos de inversión surgen como respuesta a determinadas necesidades humanas y su éxito depende de la importancia de la necesidad a satisfacer. Desde el punto de vista empresarial, lo que interesa es la posibilidad de que dicho valor corresponda a una determinada capacidad y disposición a pagar; a fin de que exista generación de beneficios para financiar los costos económicos. Si alguien está dispuesto a pagar por el bien o servicio, y existe un mercado donde negociar el producto, esta disposición debería reflejarse en el precio, que constituiría entonces un indicador de valor que al multiplicarse por las unidades potenciales de venta, permitirá obtener el ingreso por ventas del proyecto, una de las variables claves en la decisión de emprender o no una inversión desde un punto de vista privado. Hacer un proyecto tiene sus ciclos, es decir, etapas sucesivas que abarcan el nacimiento, desarrollo y extinción de un proyecto de inversión<sup>4</sup>.

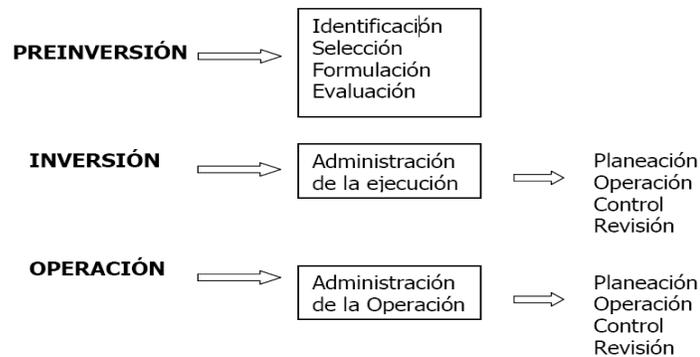
---

<sup>3</sup> LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN: Aguilera R., Sepúlveda F

<sup>4</sup> LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN: Aguilera R., Sepúlveda F

## CICLOS DE VIDA DE LOS PROYECTOS

Todo proyecto desde el más simple hasta el más complejo presenta fases bien definidas durante su ciclo vital<sup>5</sup>:



### PREINVERSION

Fase de definición de proyectos y planes de negocio, niveles de profundidad de los proyectos, matriz planificación objetivos del plan de mercados, criterios de selección de los canales de distribución, la estrategia y las alternativas de financiación.

El estudio de pre inversión de un proyecto productivo debe contener los elementos suficientes para demostrar que es viable tanto el punto de vista técnico como el económico. Debido a esto también se le conoce como estudios de factibilidad técnica y económica. Estos estudios parciales son:

1. Estudio de mercado.
2. Estudio técnico.
3. Estudio financiero.

<sup>5</sup> PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS: Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

#### 4. Repercusión económica<sup>6</sup>.

### **FASES EN LA ETAPA DE PREINVERSION**

Es la Fase del Ciclo de vida en la que los proyectos son estudiados y analizados con el objetivo de obtener la información necesaria para la toma de decisiones de inversión. Este proceso de estudio y análisis se realiza a través de la preparación y evaluación de proyectos para determinar la rentabilidad socioeconómica y privada, en base a la cual se debe programar la inversión.

Las etapas de la fase de pre inversión son:

- Estudio de perfil
- Estudio de prefactibilidad
- Estudio de factibilidad<sup>7</sup>.

### **ESTUDIO DE PERFIL**

Constituye el primer estudio de la idea de un proyecto y deberá como mínimo contar con los siguientes elementos:

1. Diagnóstico preliminar de la situación que motiva considerar el proyecto, que permita identificar la necesidad insatisfecha, el problema a solucionar o la potencialidad a desarrollar con el proyecto. Este diagnóstico debe incluir un análisis básico de la población beneficiaria, la localización del proyecto, su entorno económico, los servicios básicos existentes, la accesibilidad de la zona, los

---

<sup>6</sup> PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS: Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

<sup>7</sup> PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS: Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

indicadores de servicio, y la información adicional relevante para conocer las características que tendrá el proyecto.

2. Descripción preliminar de los principales aspectos técnicos del proyecto, como son sus componentes, su capacidad, dimensionamiento, etc.
3. Identificación y estimación de los beneficios y costos (de inversión y operación) del proyecto, así como su posible financiamiento.

Las conclusiones resultantes del estudio, deben recomendar alguna de las siguientes decisiones:

- Abandonar la idea de proyecto analizada.
- Postergar el estudio de la idea de proyecto analizada<sup>8</sup>.

## **ESTUDIO DE LA PREFACTIBILIDAD**

El objeto de la prefactibilidad consiste en progresar sobre el análisis de las alternativas identificadas, reduciendo la incertidumbre y mejorando la calidad de la información. Se busca seleccionar la alternativa óptica.

Aquí se profundizan los estudios de mercado, técnico, legal, administrativo, socioeconómico y financiero por las alternativas aprobadas en la fase anterior. A este nivel, el proyectista debe procurar homogeneidad en los estudios de todas las alternativas, evitando concentrarse en la que él considere mejor.

---

<sup>8</sup> PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS: Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

Como parte de las herramientas de decisión, en esta fase suele efectuarse la declaración de efectos ambientales. La calificación ambiental de las alternativas definirá el alcance de los estudios que se exijan posteriormente. Con base en los diversos estudios, el equipo interdisciplinario de evaluación debe hacer un análisis para definir cuál es la alternativa óptima.

La preparación del proyecto no deberá seguir adelante con los estudios de factibilidad hasta tanto no haya recibido del equipo de evaluación, la especificación de la mejor alternativa. En el caso en que se determine que no hay alternativas atractivas, el proyecto podrá ser descartado<sup>9</sup>.

## **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

La fase de factibilidad busca generar una decisión definitiva sobre la realización del proyecto y la definición detallada de los aspectos técnicos así como el cronograma de actividades. En esta fase, es necesario que el proyectista profundice en el análisis de la mejor alternativa, recurriendo al levantamiento de información primaria para los diversos estudios del proyecto.

Con base en los resultados de estos estudios, el grupo interdisciplinario de formulación y evaluación determina la viabilidad de la alternativa seleccionada en todos sus aspectos. En esta etapa tan avanzada, el rechazo de un proyecto debe ser la excepción, y no la regla, siempre y cuando las primeras etapas del ciclo se hayan cumplido cabalmente.

En caso de ser necesario, se podría recomendar la reprogramación de inversiones o el redimensionamiento del proyecto, sujeto a la revisión de posibles cambios en los beneficios y costos cuantificados y no cuantificados. Se podría recomendar descartar la

---

<sup>9</sup> PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS: Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

alternativa seleccionada y la reconsideración de alguna alternativa que se había analizado en la fase de pre factibilidad.

Una vez definidos los resultados, se puede proceder a la elaboración del informe de evaluación el cual se presentará al inversionista. Como se puede apreciar el trabajo de la evaluación en la etapa de formulación y preparación se basa en la proyección de actividades, costos, logros esperados y, por lo tanto, suele ser llamada "evaluación ex – ante"<sup>10</sup>.

### **ETAPAS DE INVERSION**

Son todas las acciones tendientes a ejecutar físicamente el proyecto tal y como ha sido especificado en el documento producto de la pre inversión, a fin de concretar los beneficios netos estimados en la misma.

Es la etapa en que se ejecutan los proyectos seleccionados y priorizados en la pre inversión y que se les asignó recursos. En esta fase se utilizan recursos financieros y se efectúan desembolsos para la contratación de mano de obra, compra de maquinaria y equipo; terrenos, construcción de infraestructura e instalación de equipo, entre otros. En los proyectos sociales, es el momento donde se realizan cada una de las actividades programadas para alcanzar el objetivo.

Esta fase comprende las siguientes etapas:

1. Estudios definitivos.
2. Ejecución y montaje.
3. Puesta en marcha<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS: Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

<sup>11</sup> LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN: Aguilera R., Sepúlveda F

## **ETAPAS DE OPERACIÓN**

La ejecución de un proyecto es la etapa en la que se hacen la mayor parte de las inversiones necesarias es seguida por la etapa de operación o funcionamiento, en esta fase los recursos humanos, técnicos y administrativos son orientados hacia la producción de un bien o hacia la prestación de un servicio, que constituye el objeto social permanente de la empresa. En la etapa de operación se presenta el ciclo típico de la acción administrativa: planeación, acción y control.

La actividad principal y el eje central del proceso obviamente es la acción, que es precedida por el planeamiento que determina el mejor curso a seguir y antecede a la fase de control, que verifica que la acción se ejecute de acuerdo al plan, y dado que el control identifica nueva información nos conduce a la revisión e implantación de nuevos planes, determina el inicio de un nuevo ciclo.

Por otro lado las actividades rutinarias de operación de un proyecto se pueden agrupar en áreas funcionales: producción, finanzas, ventas, talento humano, investigación y desarrollo y otras dependiendo del tipo de empresa, funciona armónicamente en el cumplimiento de su función social<sup>12</sup>

## **ETAPA DE EVALUACIÓN DE RESULTADOS**

La evaluación de resultados es un proceso que tiene por finalidad detectar desviaciones respecto de lo planificado (objetivos y metas), estudiar las causas que las originan e implementar acciones correctivas y ajustes necesarios.

---

<sup>12</sup> PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS: Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

Esta tarea debe ser ejecutada por la alta gerencia, la cual debe evaluar si las cosas se están haciendo bien o no, y definir las acciones a tomar en cada caso. La ejecución de la estrategia no es un proceso fácil, requiere de mucho esfuerzo y aprendizaje, por lo tanto, es normal que las empresas realicen ajustes en sus planes estratégicos<sup>13</sup>.

## **MERCADO.**

El mercado es el lugar en donde confluye la oferta y la demanda buscando los primeros obtener rentabilidad en base a la comercialización de sus productos y servicios y los segundos a satisfacer sus necesidades.

Al Ries define al mercado como: **“El mercado es un lugar intangible donde confluye la oferta y la demanda produciendo la transacción de bienes y servicios para cubrir las necesidades de los consumidores”**.<sup>14</sup>

El mercado se conforma por el conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores, establecido en función de regulaciones que fomenten el equilibrio entre el ingreso y el gasto.

## **DEMANDA.**

Se denomina demanda al conjunto de personas naturales o jurídicas que comparten una misma necesidad que puede ser satisfecha mediante un producto o servicio determinado.

---

<sup>13</sup> PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS: Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

<sup>14</sup> (Al Ries, 2008)

Al Ries indica en la Guerra de la Mercadotécnica que la demanda se conforma en función de las necesidades del ser humano, mismas que nacen en el momento mismo del nacimiento de cada persona.

Debido a que la demanda nace de una necesidad, es importante citar a Maslow, quien clasificó las necesidades en categorías, las cuales principalmente se dividen en dos, básicas y suntuarias, representadas las primeras como elementales para la supervivencia del ser humano mientras que las segundas compuestas por elementos adicionales propias de su snob.<sup>15</sup>

De esta manera, se entiende que la demanda está conformada por las personas que teniendo una necesidad buscan productos y servicios en el mercado nacional e internacional y que incentivan a la producción y al crecimiento económico de los países.

A continuación se describen los tipos de demanda existentes:

### **DEMANDA POTENCIAL.**

La demanda potencial es la cantidad de clientes existentes en el mercado que producto a su necesidad pueden ser clientes de la empresa que se está desarrollando.

### **DEMANDA REAL.**

La demanda real se define como la cantidad de clientes dentro del mercado que han optado por adquirir los productos o servicios que la empresa en estudio provee. Establece de esta manera, la captación de clientes dentro del mercado.

---

<sup>15</sup> (RIES, A, 2006,p.47)

**DEMANDA EFECTIVA.**

Cantidad de un bien que los consumidores desean y pueden adquirir a un Precio dado en un momento determinado.

**DEMANDA INSATISFECHA.**

Representa la cantidad de clientes que teniendo la necesidad no han encontrado productos o servicios que cumplan y satisfagan sus requerimientos.

**OFERTA.**

Según Tom Peters, en su libro de desarrollo de Negocios, la oferta está conformada por un conjunto de empresas y personas naturales que a través de sus actividades ponen a disposición del mercado un conjunto de bienes y servicios en relación a las necesidades existentes.

De esta manera, se entiende que la oferta presenta al mercado diferentes bienes y servicios orientados a satisfacer necesidades puntuales existentes en el ser humano.

Mario Sánchez, señala por otra parte en su libro de Desarrollo Empresarial lo siguiente:

**“La oferta se conforma por la cantidad de servicios y productos disponibles en el mercado que se orientan a satisfacer las necesidades del hombre.**

**Los conceptos encontrados concuerdan en que la oferta está conformada por todos los bienes producidos enfocados a satisfacer una determinada necesidad en el mercado.”**

#### **d) PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

El plan de comercialización es una estructura conformada por una serie de objetivos, estrategias y actividades que orientan cada acción que permita cumplir con los siguientes requerimientos:

- Brindar información sobre la existencia de productos y servicios al mercado objetivo
- Establecer mecanismos para que el mercado objetivo pueda identificar una marca o un producto
- Acercar el producto al mercado objetivo
- Permitir un efectivo proceso de venta
- Establecer acciones que fomenten la diferenciación y liderazgo

El plan de comercialización es un instrumento útil para determinar las acciones y el presupuesto requerido para cumplir objetivos que fomentan el crecimiento y desarrollo de la empresa.

Para su desarrollo, el plan debe alimentarse de información referente a los gustos y preferencias del consumidor, a fin de poder orientar cada acción a su satisfacción.

#### **PRODUCTO.**

Un producto es, cualquier elemento que se puede ofrecer a un mercado para la atención, adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas". El producto tiene tres aspectos básicos que son:

- Característica del producto; ¿qué es?
- Funciones; ¿qué hace?
- Beneficios; ¿qué necesidades satisface?

Por eso es muy importante conocer las necesidades y deseos de los clientes, porque representa el componente más destacado (beneficio) para agregar valor a nuestros productos.

## **PRECIO.**

El precio es el valor que tiene un producto o servicio en el mercado. Su determinación se fija en base al análisis de varios factores que se detallan a continuación:

- **Costos:** Los precios deben cubrir los costos y permitir un margen de utilidad aceptable. Esto es aplicable tanto a empresas industriales, de servicios o que comercializan productos fabricados por terceros.
- **Precios de los competidores:** El precio en relación a la competencia puede ser más alto o más bajo, aun cuando se venda el mismo producto.
- **Percepción de los clientes:** Existen productos que a mayor precio genera mayores ventas, puesto que los clientes piensan que la calidad y los precios van de la mano.

## **PLAZA.**

El propósito fundamental de ésta variable de marketing, es poner el producto o servicio lo más cerca posible del cliente para que éste pueda comprarlo con rapidez y simplicidad.

Tiene que ver con el lugar donde se va a ofrecer el producto (ubicación) y la forma de llegar al cliente (distribución).

- **Ubicación:** para muchos emprendimientos representa un factor crítico para realizar la comercialización de los productos. Por ello es necesario descubrir cuáles son los criterios específicos para analizar las distintas alternativas y responder determinadas preguntas que lo pueden ayudar a decidir cuál es la más conveniente.
- **Los canales de distribución:** Los objetivos que estos deben cumplir con la cobertura del mercado son: (masiva, selectiva o exclusiva), su penetración y los servicios que facilitan el acceso al producto por parte del consumidor.<sup>16</sup>

## **PROMOCIÓN.**

“Los objetivos que estos deben cumplir se relaciona con la cobertura del mercado (masiva, selectiva o exclusiva), su penetración y los servicios que facilitan el acceso al producto por parte del consumidor. La comunicación está integrada por las siguientes estrategias parciales:

- **Publicidad:** El objetivo de la publicidad es brindar una información a los consumidores con el fin de estimular o crear demanda para un producto o servicio. Los medios publicitarios más utilizados son diarios, revistas, radio, televisión, cine, vías públicas y transportes, internet.

---

<sup>16</sup> (A.F STONER James, FREEMAN Edward, 1996, Pág. 202)

- **Promoción de Ventas:** La promoción de ventas tiene como finalidad tomar contacto en forma personal con el mercado objetivo para comunicar sobre el producto o servicio de la empresa. Los objetivos específicos de la promoción de ventas son que el consumidor pruebe el producto o servicio, que se aumente la cantidad y frecuencia de consumo, fortalecer la imagen del producto o servicio y lograr la fidelidad del producto o servicio.
- **Relaciones Públicas:** Las relaciones públicas se desarrollan prácticamente en todas las organizaciones, con mayor o menor intensidad. Son parte del sistema de comunicación y se realizan en forma consciente o inconsciente en todos los contactos que la organización tiene con las personas, clientes o proveedores”.<sup>17</sup>

## **2. ESTUDIO TÉCNICO.**

El estudio técnico comprende una serie de elementos que determinan la factibilidad de la creación de una empresa. Los factores de estudio son:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe los procesos necesarios para la producción o prestación del servicio y los costos necesarios para su cumplimiento.

---

<sup>17</sup> (FRED R. David; 2003, Pág.102)

### **TAMAÑO DEL PROYECTO.**

El tamaño del proyecto es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante su periodo de funcionamiento.

Su definición se establece en base a los recursos disponibles para poder atender a la demanda objetivo, compuesta por los consumidores que tienen una necesidad que puede satisfacerse con la adquisición de lo que se desea producir.

La delimitación del tamaño del proyecto, establece los posibles escenarios a presentarse, permitiendo planificar las acciones necesarias para cumplir los objetivos esperados.

### **LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.**

Delimita en espacio físico la ubicación del proyecto. Su localización se debe realizar de manera Macro y Micro. La primera define el país, provincia y ciudad, mientras que la segunda establece la dirección exacta en donde será ubicado. En el presente proyecto, estos factores se detallaron en la delimitación del problema.

### **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

#### **FACTORES DETERMINANTES.**

##### **Talento Humano:**

Representa el análisis del personal requerido en las diferentes áreas de la empresa. El estudio debe señalar las competencias y perfiles requeridos para garantizar su buen funcionamiento.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> (ENRÍQUEZ, M ,1998. p.90)

**Recursos Técnicos:**

Representa la infraestructura, equipamiento y materiales necesarios para cada proceso necesario en la empresa a crear. Debe establecer sus características como dimensión, peso, marca, etc. para garantizar su funcionamiento y pertinencia en función de la empresa a crear.

**Equipamiento:**

El equipamiento está conformado por los equipos necesarios para operar como computadores, servidores, equipos de comunicación, información, etc.T

**Tecnología.**

El desarrollo de la tecnología, ha generado cambios dentro de las técnicas y métodos de la ingeniería de un proyecto, influyendo directamente en la calidad de los servicios prestados. Es por ello que debe concentrarse en varios aspectos como el hardware, software, conocimiento, entre otras.<sup>19</sup>

**PROCESOS PRODUCTIVOS.**

Los procesos productivos comprenden las actividades que permiten transformar las materias primas en productos terminados. Definen las entradas, procesos y salidas necesarios así como las metodologías aplicar para garantizar la obtención de productos de calidad.

---

<sup>19</sup> (Monge G, 2009, pág.34)

**“Los procesos productivos determinan de una manera ordenada la transformación de las materias primas requeridas hasta la obtención de un producto final esperado orientado a satisfacer una necesidad en el mercado”<sup>20</sup>**

## **INFRAESTRUCTURA.**

La infraestructura se da por un conjunto de bienes tangibles que son demandados por los procesos de la empresa para poder producir el bien o servicio requerido en función de la razón social de la empresa.

“La infraestructura está conformada por bienes tangibles como equipos y maquinarias requeridas que permiten a la empresa atender a su mercado.”<sup>21</sup>

“Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados”. Las actividades mencionadas que son parte de un proceso pueden ser repetitivas y son estas actividades las que crean un producto o servicio pues tanto los elementos de entrada y los resultados pueden ser tangibles o intangibles. Los resultados pueden ser también elementos no planeados o no intencionados como lo son desperdicios o contaminación.<sup>22</sup>

Sin la infraestructura una empresa no podría operar ya que representa los diferentes recursos necesarios para cumplir con los procesos requeridos.

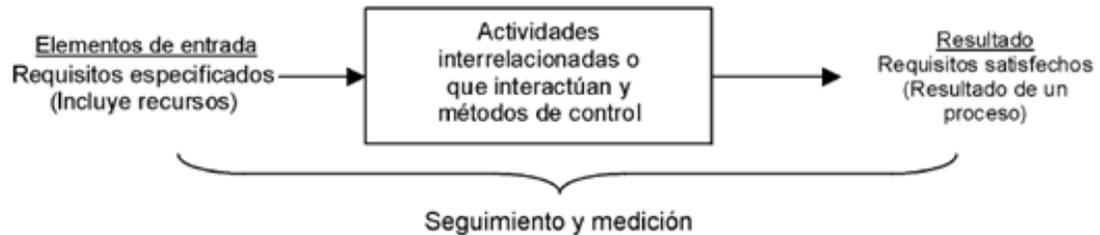
---

<sup>20</sup> (PETERS, Tom 2008, Pág.67)

<sup>21</sup> Esparza, A, 2009, p.104

<sup>22</sup> (ISO 9000:2000: “Sistemas de Gestión de la Calidad. Conceptos y Vocabulario”, p 7).

### DIAGRAMA DE UN PROCESO DE PRODUCCIÓN



**Fuente:**(ISO/TC 176/SC 2/N 544R2, 2004, p3)

### FLUJOGRAMA.

Los flujogramas son una representación gráfica de los procesos para mostrar ampliamente su secuencia y comportamiento. Utilizan objetos que adquieren significados para entender de mejor manera su desarrollo.

### 3. ESTUDIO ORGANIZATIVO EMPRESARIAL.

#### ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

La estructura organizacional es un modelo que establece las áreas administrativas existentes dentro de una empresa.

Su definición es fundamental porque define la línea de mando existente en función de las áreas citadas.

La estructura en línea generalmente vertical u horizontal determina los niveles de la autoridad y la forma como se desarrolla. Establece los grados de responsabilidad que tiene cada funcionario en base a su posición y jerarquía.

## **ORGANIGRAMAS.**

Los organigramas permiten definir adecuadamente cada una de las funciones necesarias dentro de una empresa:

Philip Kotler indica al respecto en su libro Fundamentos de Mercadotecnia.

“La definición de la organización empresarial es un elemento fundamental dentro de la gestión y se encarga de definir las estructuras, funciones y responsabilidades que deben ser cumplidas conforme la planificación las ha establecido.”<sup>23</sup>

Debido a la importancia de la organización, existen varios procesos de clasificación. A continuación se expresan los más importantes. Se ha incluido diagramas para mostrar su modelo de una manera más eficiente.

### **Organización Estructural.**

La organización estructural demanda de una serie de herramientas necesarias para poder establecer limitantes en cada una de las áreas que dispone una empresa.

A continuación se establecen los tipos de organigramas que se pueden aplicar:

### **Organigrama Funcional.**

La estructura funcional describe una organización de las funciones que deben cumplir los diferentes cargos institucionales existentes dentro de una empresa.

---

<sup>23</sup> (Kotler Philip., 2009. P.34)

Su organización detalla por niveles los diferentes cargos existentes a fin de identificar los niveles de responsabilidad y capacidad de toma de decisión. Dentro de sus ventajas, se señalan las siguientes:

- La organización establece estructuras que evitan la duplicidad de las funciones.
- Define métodos de gestión para el aprovechamiento de los recursos disponibles
- Establece una mayor eficiencia en la gestión de cada una de las áreas existentes en la empresa.

### **MANUAL DE FUNCIONES.**

El manual de funciones es un documento que detalla las funciones a cumplir por cada uno de los cargos existentes. El manual de funciones siempre debe estar actualizado y debe socializarse en todos los empleados de la empresa a fin de que sea un instrumento que apoye a mejorar la organización interna.

### **ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.**

#### **Constitución de la Empresa.**

La constitución de toda empresa debe tener una personería jurídica, para lo cual es fundamental seguir los siguientes procesos:

Es importante analizar los principales elementos a considerar dentro de la constitución. En este caso se ha tomado como referencia principal las empresas de Responsabilidad Limitada que se ajustan más a las actividades que se pretende realizar en la productora y comercializadora del extracto de Noni

### **El Nombre.**

En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala, Portoviejo y Loja.<sup>24</sup>

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de inconfundibilidad o peculiaridad.

El principio de propiedad, consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio o de propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra.

El principio de inconfundibilidad o peculiaridad consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías.

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres

---

<sup>24</sup> (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008).

de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

### **Solicitud de aprobación.**

La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la Compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.<sup>25</sup>

### **Socios.**

#### **Capacidad.**

Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.<sup>26</sup>

#### **Números mínimo y máximo de socios.**

La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

---

<sup>25</sup> (Art. 136 de la Ley de Compañías).

<sup>26</sup> (Art. 99 de la ley de Compañías)

**Capital Mínimo.**

La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía.

Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán valuadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato.

Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías).

Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal (Codificación 2005-013. R. O. 119 del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y

reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario La Autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001 El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1 y 10 de la Ley de Compañías en concordancias con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el Artículo Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

### **Participaciones.**

Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

### **El Objeto Social.**

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, segura, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías

#### **4. ESTUDIO FINANCIERO.**

##### **PLAN DE INVERSIÓN DE UN PROYECTO.**

De acuerdo con la ingeniería del Proyecto existen rubros que determinan la inversión y que se clasifican en los siguientes elementos:

##### **ACTIVOS FIJOS.**

Son todos los bienes que son tangibles y están sujetas a depreciación que es la pérdida de valor por su uso.

Los podemos dividir en:

- **Maquinaria y equipos:** comprende lo necesario para fabricación del producto o para la prestación del servicio, por ejemplo, máquinas de coser, cortadoras, taladros, tornos, soldadores, herramientas, etc.
- **Vehículos:** comprende los vehículos necesarios para el transporte del personal o de la mercadería de la empresa.
- **Terrenos y edificios:** comprende los terrenos, edificios, construcciones, infraestructura; así como la inversión requerida para la implementación del local: instalaciones, pintura, acabados, acondicionamiento, decoración.

##### **ACTIVOS DIFERIDOS.**

Son los gastos requeridos para la implementación de estrategias, promoción y publicidad de la empresa. Los activos diferidos deben amortizarse, debido a que su valor es recuperable, los podemos dividir en:

- **Investigación y desarrollo:** estudio del proyecto, investigación de mercados, diseños del producto, etc.
- **Gastos de constitución y legalización:** constitución legal de la empresa, obtención de licencias, permisos, registros, etc.
- **Gastos de puesta en marcha:** selección y capacitación de personal, marketing de apertura, promoción y publicidad, etc.
- **Imprevistos:** monto destinado en caso de emergencia.

#### **CAPITAL DE TRABAJO.**

El capital de trabajo establece un rubro necesario para cubrir durante un tiempo todos los gastos de la empresa. Dentro de los gastos se encuentran los relacionados a aspectos administrativos como sueldos, arriendos, los gastos financieros y los gastos de mercadeo.

#### **ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

Este instrumento permite determinar el nivel de rentabilidad durante un ejercicio económico. Está conformado por los ingresos, los costos y los gastos, permitiendo obtener los resultantes que permitirán el pago de impuestos, dividendos y utilidades retenidas.

Para su obtención se establece un proceso matemático en donde se resta del total de ingresos los costos para obtener el margen de contribución. Posteriormente, se resta los gastos de ventas, administrativos para obtener la utilidad operacional, luego se resta los gastos financieros para obtener la utilidad antes de reparto. Luego se resta el 15% de pertenecientes a trabajadores para obtener la utilidad antes de impuestos y finalmente los impuestos (25% Renta) para obtener la utilidad Neta.

## **PUNTO DE EQUILIBRIO**

El punto de equilibrio es una herramienta financiera para determinar el momento en el cual las ventas de un producto cubrirán exactamente los costos, esto es igual a un volumen de ventas donde los costos totales son iguales a los ingresos totales, una forma más intuitiva de comprender el concepto es pensar en un punto en que las utilidades son iguales a cero. Esta herramienta analiza las relaciones existentes entre el costo fijo, el costo variable y las utilidades, permitiendo establecer un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, el mismo se puede expresar en valores, porcentaje y/o unidades.

## **COSTO FIJO TOTAL**

Se entiende por costo operativos de naturaleza fija aquellos que no varían con el nivel de producción y que son recuperables dentro de la operación, no cambian en proporción directa con las ventas y cuyo importe y recurrencia es prácticamente constante, esto indica que son los que hay que pagar aunque no se haya producido ninguna venta, como: la renta del local, los salarios, las depreciaciones, amortizaciones, etc.

## **COSTO VARIABLE UNITARIO**

Son aquellos que cambian en proporción directa con los volúmenes de producción y ventas, por ejemplo: materias primas, mano de obra a destajo, comisiones, los costos indirectos de fabricación, los regalos promocionales, embalajes, etc.

## COMO SE CALCULA EL PUNTO DE EQUILIBRIO

Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Tantos costos como gastos pueden ser fijos o variables. Para la determinación del punto de equilibrio debemos en primer conocer los costos fijos y variables de la empresa; así como el precio de venta del producto que fabrique o comercialice la empresa y el número de unidades producidas<sup>27</sup>.

## FÓRMULAS<sup>28</sup>

### En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

### En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

<sup>27</sup> CONTABILIDAD DE COSTOS: Reyes Ernesto

<sup>28</sup> Material de apoyo en la Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial de la UNL

## **FLUJO DE CAJA**

El flujo de caja permite de manera ordenada establecer la real entrada de capital dentro de la empresa. Se calcula añadiendo al beneficio neto aquellos gastos que no generan desembolsos de tesorería, tales como las amortizaciones y provisiones.

De esta forma se obtiene una cifra que se aproxima a la tesorería que genera una empresa, aunque esta proximidad dependerá del plazo en que se cobren y paguen los ingresos y gastos que conforman parte del Beneficio.<sup>29</sup>

Para su cálculo, al beneficio obtenido en el estado de resultados se suma el valor de depreciaciones y amortizaciones, finalmente el valor residual resultante en el 5to año y el capital de trabajo.

## **EVALUACIÓN FINANCIERA.**

La evaluación financiera permite determinar la rentabilidad del proyecto estableciendo parámetros que evalúan los riesgos existentes a fin de que los inversionistas tengan información pertinente para determinar si deben o no consolidar el proyecto

## **PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PRC)**

Otro factor fundamental a determinar es el período de recuperación de la inversión que consiste en sumar los valores actuales obtenidos hasta igualar a la inversión inicial. Este proceso se realiza por la suma acumulada del Valor Actual Calculado.

---

<sup>29</sup> Amat, Oriol, 2004, p.167.

Los estudios señalados confirmaran la posibilidad de crear o no la empresa, a su vez que ha determinado la existencia de una demanda, sus características, los recursos necesarios y su rentabilidad.

### **RELACIÓN BENEFICIO-COSTO (RBC)**

El costo beneficio es un proceso financiero que determina cuanta rentabilidad se va obtener por cada dólar invertido. Su proceso de cálculo es similar al Van, es decir descontando los ingresos y costos a valor presente y verificando sus diferencias.<sup>30</sup>

El cálculo del Costo/Beneficio establece la posibilidad de obtener rentabilidad por cada dólar invertido en función de la actividad del negocio. Su aplicación es útil para verificar si el inversionista del proyecto encuentra atractivo al negocio.

El desarrollo del Costo/Beneficio confirmará o no la rentabilidad del proyecto

### **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

El Valor Actual Neto es un proceso que permite traer a valor presente un valor futuro para determinar el impacto que este ha sufrido por las condiciones de mercados expresadas en una tasa de descuento.<sup>31</sup>

Permite medir la pérdida de dinero en el tiempo producto a la economía local expresada en los principales indicadores financieros.

Mediante el uso del valor actual neto es posible determinar si la inversión realizada es rentable, cuando esta es mayor a los descuentos de los flujos obtenidos durante el tiempo.

---

<sup>30</sup> Santandreu E, 2009, p.96

<sup>31</sup> Amat O, 2008, p.80

Si en el presente proyecto el Van es positivo, el proyecto será rentable en el sentido de que es mayor la rentabilidad obtenida en función de la inversión requerida.

El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado (costo de oportunidad). El VAN constituirá una herramienta fundamental para la evaluación del proyecto y está representado por la siguiente fórmula.<sup>32</sup>

$$VAN = \sum_{n=0}^N \frac{Y_t - E_t}{(1+i)^n} - I_0$$

$Y_t$  = Flujo de ingresos del proyecto.

$E_t$  = Flujo de los egresos.

$N$  = Es el número de períodos considerado.

El valor  $Y_t - E_t$  = Indica los flujos de caja estimados de cada período.

$i$  = Tasa de descuento.

$I_0$  = Inversión del proyecto.

### **TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

La tasa Interna de Retorno se da cuando la tasa de descuento permite que el Van sea igual a cero. El concepto financiero indica que mientras más distancia exista entre el TIR y la tasa de descuento utilizada mayor flexibilidad tendrá el proyecto.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Amat, O, 2008, p.12

<sup>33</sup> Mondino, D, 2007,p-89

En este sentido, el TIR es un proceso financiero que permite identificar la flexibilidad del proyecto ya que permite establecer cuantos cambios de mercado puede soportar.

Si en el proyecto el TIR encontrado es distante a la tasa de descuento, el proyecto debe continuarse. La tasa de descuento se establece por varios factores económicos como la inflación, desempleo, inestabilidad política, económica y social.<sup>34</sup>

La Tasa Interna de Retorno está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente.

La Tasa Interna de Retorno es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. Al contrario del VAN (valor actual neto), que entrega como resultado una magnitud, el TIR entrega un porcentaje, por lo que muchos analistas lo prefieren, aunque el VAN es más preciso como indicador.

En otras palabras, la TIR es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar de una inversión. Por lo mismo, matemáticamente la TIR se calcula partiendo de la ecuación del VAN, haciendo este igual a cero y calculando "i" para este valor.

Se considera que si la TIR es mayor que el costo del capital para un proyecto, este último entrega valor al inversionista. Desde otro punto de vista, un proyecto es bueno siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno a la inversión que se pueda obtener en inversiones alternativas, como por ejemplo depósitos a plazo.

---

<sup>34</sup> Banco Central del Ecuador, 2010

Si bien la tasa interna de retorno o TIR es el indicador preferido por los analistas a la hora de evaluar un proyecto, se debe usar en conjunto con el VAN para tomar una buena decisión, y no desechar un proyecto que pueda entregar mayores utilidades a la empresa.

La Tasa Interna de Retorno se representa por la siguiente fórmula:

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t} - I_0$$

### **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.**

El análisis de sensibilidad es un proceso en el cual se prueban diferentes tasas de descuento en la aplicación del VAN hasta obtener el TIR, es decir la tasa que hace que el VAN se haga cero.

Este proceso permite verificar el comportamiento de la empresa según los posibles cambios que se puedan presentar en el mercado.

Formula del Análisis de Sensibilidad con el incremento en los costos:

$$NTIR = T_m + Dt \frac{VAN \text{ MENOR}}{VAN \text{ MENOR} - VAN \text{ MAYOR}}$$

### **Diferencia de TIR**

$$Dif. Tir = Tir \text{ proy} - Nueva Tir$$

### **Porcentaje de Variación**

$$\% Var = \left( \frac{Dif. Tir}{Tir \text{ del proy}} \right) * 100$$

**Sensibilidad**

$$\text{Sensib} = \frac{\% \text{ Var}}{\text{Nueva Tir}}$$

Formula del Análisis de Sensibilidad con la disminución en los ingresos:

$$\text{NTIR} = T_m + Dt \frac{\text{VAN MENOR}}{\text{VAN MENOR} - \text{VAN MAYOR}}$$

**Diferencia de TIR**

$$\text{Dif. Tir} = \text{Tir proy} - \text{Nueva Tir}$$

**Porcentaje de Variación**

$$\% \text{ Var} = \left( \frac{\text{Dif. Tir}}{\text{Tir del proy}} \right) * 100$$

**Sensibilidad**

$$\text{Sensib} = \frac{\% \text{ Var}}{\text{Nueva Tir}}$$

## **e) MATERIALES Y METODOS**

### **MATERIALES.**

Para fortalecer el desarrollo del presente proyecto se utilizó un conjunto de procedimientos lógicos, considerando los aspectos más relevantes en lo que a métodos, técnicas e instrumentos investigativos se refiere para lograr los objetivos de la investigación.

### **Materiales utilizados**

Para elaborar este proyecto de tesis se ha requerido de los siguientes recursos:

### **Recurso Humano**

- Ing. Galo Salcedo
- Fernando Naranjo

### **Recursos Materiales**

- Materiales de escritorio (hojas, esferos, grapadora)
- Flash Memory
- Laptop
- Calculadora

### **MÉTODOS**

Es el conjunto de procedimientos que se siguió en la investigación para encontrar la verdad.

## **METODOS GENERALES**

### **Método Científico.**

Es el conjunto de actividades y procedimientos lógicamente sistematizados que el investigador utiliza para descubrir la verdad y enriquecer la ciencia, el método científico se basa estrictamente en las teorías experimentales, la experimentación lógica y la imaginación racional, se desarrolla mediante aproximaciones sucesivas, se comprueba reiteradamente en la práctica y se afina mediante la conjugación de la reflexión comprensiva y el contacto directo con la realidad objetiva.

El presente método dentro de la investigación fue utilizado durante todo el proceso investigativo ya que el mismo se utilizó para formular conclusiones de tipo general, de crítica y autocrítica durante las observaciones, trabajos de campo y todas aquellas actividades que en un principio se necesitó para el análisis general.

## **METODOS ESPECIFICOS**

**Método Inductivo:** Permite estudiar la mayor cantidad de situaciones, este método se aplicó en el estudio organizacional y financiero de la empresa mediante el cual se llegará a obtener conclusiones y recomendaciones en base a la información obtenida.

**Método Deductivo:** Este método permitió conocer en forma eficiente y oportuna los resultados a través de la elaboración de los estados financieros que respalden la situación económica financiera del proyecto que se realizó.

**Método Analítico.**

A través del método analítico se analizó los diferentes indicadores del estudio de mercado para tomar las decisiones más acertadas con un mínimo de riesgo para el proyecto.

Este método se utilizó en el Análisis de Mercado, Estudio Financiero y para determinar el Punto de equilibrio.

**Método Matemático.**

Consiste en el uso de modelos matemáticos, con el objeto de realizar un proceso de toma de decisiones. El modelo se utiliza como simulación de situaciones futuras y evaluaciones de la probabilidad de que suceda. Este método se utilizó en la Evaluación Financiera del Proyecto.

**Método Descriptivo.**

El objetivo del método descriptivo es llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Con este método se analizó la información obtenida en las encuestas para realizar el Estudio de Mercado.

**Método Estadístico.**

Permitió realizar el análisis pertinente de la tabulación, estructuración de gráficos estadísticos, en donde se utilizó las encuestas en forma general a la población en estudio. Es decir, admitió describir la realidad objetiva en términos cuantitativos.

## **TÉCNICAS**

Es un conjunto de saberes prácticos o procedimientos para obtener el resultado deseado:

### **OBSERVACION**

Esta técnica se utilizó para determinar la localización de la empresa, el mercado donde se ofrecerá el producto además de todos los factores que afectaron para el desarrollo del mismo.

### **ENTREVISTA**

La Entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto.

La entrevista se realizó a las personas que conocen del tema objeto de estudio.

### **ENCUESTA.**

Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

Esta técnica se la utilizó para conocer si el producto ofertado tendrá acogida en el mercado potencial. La encuesta se la realizará a familias que habitan en el Sector Sur de la Ciudad de Quito

### **TAMAÑO DE LA MUESTRA.**

De acuerdo al último censo de población y vivienda realizado en el año 2010, en el Sector Sur de la Ciudad de Quito existen 736.332 habitantes de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC.

Dato que será utilizado para calcular el tamaño de la muestra.

La proyección se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$Pf = Pa(1 + r)^n$$

$Pf$  = Población resultante por años.

$Pa$  = Población actual.

1 = constante

$r$  = tasa de crecimiento poblacional.

La población del Sector Sur de la Ciudad de Quito según el INEC en el año 2010 fue 736.332 habitantes con una Tasa de Crecimiento Anual del 4.2 %.<sup>35</sup>

Con el siguiente cálculo se obtiene la proyección hasta el año 2012.

$$Pf = Pa(1 + r)^n$$

$$2010 = 736332$$

$$Pf\ 2011 = 736.332 (1,042) = 767.258$$

$$Pf\ 2012 = 736.332 (1,042)^2 = 799.436.$$

### **Determinación del tamaño de la muestra.**

Para el calcular el tamaño de la muestra se toma en cuenta la proyección de la población hasta el año 2012 cuyo resultado es 799.436 habitantes, posteriormente se divide para 4 miembros por familia (Datos del INEC).

Obteniendo un resultado de **199.859 familias**, para calcular la cantidad de encuestas que se debe realizar se aplica la siguiente formula.

---

<sup>35</sup> INEC 2010.

$$n = \frac{N}{1 + e^2 * N}$$

$$n = \frac{199.859}{1 + (5\%)^2 * 199.859}$$

$$n = \frac{199.859}{1 + (0.0025)199.859}$$

$$n = \frac{199.859}{500.65}$$

$$n = 399$$

### **DISTRIBUCIÓN MUESTRAL**

Describe y argumenta la decisión sobre la población objetivo para investigar el objeto de estudio, así como, los criterios básicos de determinación de la muestra considerada para la investigación.

El sector sur de la ciudad de Quito está compuesto por catorce parroquias, en las mismas que se procederá a aplicar la distribución muestral para realizar las encuestas.

El mercado hacia donde está dirigido el producto, se encuentra distribuido de la siguiente manera:

**CUADRO 1**  
**DISTRIBUCION MUESTRAL**

<b>PARROQUIA</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>% REFERENCIA</b>	<b>ENCUESTAS</b>
Chilibulo	39,971.80	5,00%	20
Chimbacalle	55,960.52	7,00%	27
La Argelia	47,966.16	6,00%	24
La Ferroviaria	79,943.60	10,00%	40
La Magdalena	47,966.16	6,00%	24
La Mena	31,977.44	4,00%	16
Lloa	51,963.34	6,50%	26
San Bartolo	95,932.32	12,00%	48
Solanda	39,971.80	5,00%	20
Chillogallo	95,932.32	12,00%	48
Guamaní	71,949.24	9,00%	36
La Ecuatoriana	39,971.80	5,00%	20
Quitumbe	59,957.70	7,50%	30
Turubamba	39,971.80	5,00%	20
<b>TOTAL</b>	<b>799,436.00</b>	<b>100%</b>	<b>399</b>

**Población del Sur de Quito**

**Fuente:** <http://geoinfo.quito.gob.ec>

**Elaboración:** El Autor

Para obtener la oferta del Extracto de Noni en el sector Sur de la ciudad de Quito, se realizó una encuesta a los negocios de venta que suman 203 negocios, repartidos en 61 farmacias, 64 comisariatos y 78 bodegas, según el dato obtenido en el Municipio de Quito que corresponde al Sector Sur de la ciudad.<sup>36</sup>

<sup>36</sup> <http://geoinfo.quito.gob.ec>

## f) RESULTADOS

### ENCUESTAS A DEMANDANTES

#### PREGUNTA 1

¿Conoce usted el Extracto de Noni?

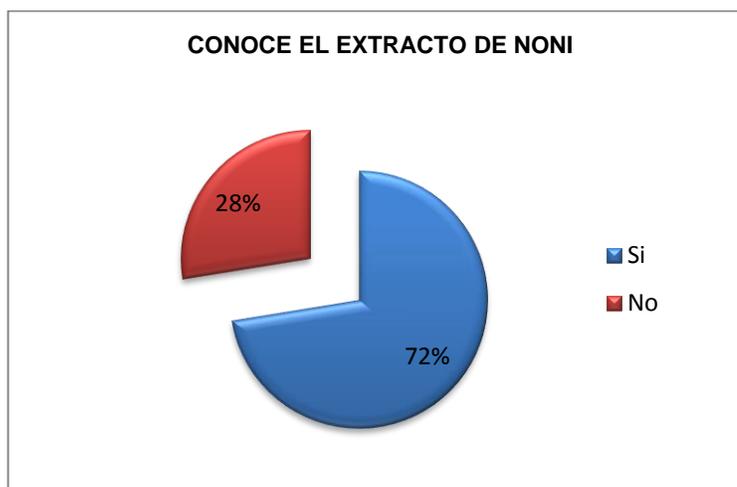
**CUADRO 2**  
**CONOCE EL EXTRACTO DE NONI**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	289	72%
No	110	28%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a las familias del Sector Sur de la ciudad de Quito

Elaboración: El Autor.

**GRÁFICA 3**



#### INTERPRETACIÓN.

Atendiendo a la pregunta anterior, el 72% que corresponde a 289 encuestados dijeron que si conocen sobre el Extracto de Noni, mientras que el 28% de los encuestados que representan a 110, dijeron que no lo conocen, esto quiere decir que la gran mayoría de los encuestados conocen de la existencia de este producto que está en el mercado.

## PREGUNTA 2

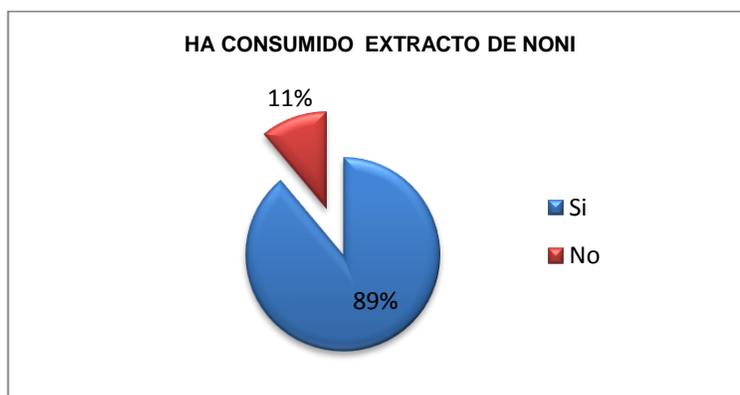
¿Ha consumido usted el Extracto de Noni?

**CUADRO 3**  
**HA CONSUMIDO USTED EL EXTRACTO DE NONI**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	257	89%
No	32	11%
<b>TOTAL</b>	<b>289</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias de Sector Sur de la ciudad de Quito  
**Elaboración:** El Autor.

**GRÁFICA 4**



### INTERPRETACIÓN.

Atendiendo a la pregunta anterior, el 89% de los encuestados que representan a 257, dijeron que si han consumido este producto, mientras que el 11% que representan a 32 encuestados dijeron que no lo han consumido.

Se determina que un alto porcentaje de los encuestados consumen el Extracto de Noni.

### PREGUNTA 3

¿Cuál es la presentación en la que usted consume el Extracto de Noni mensualmente?

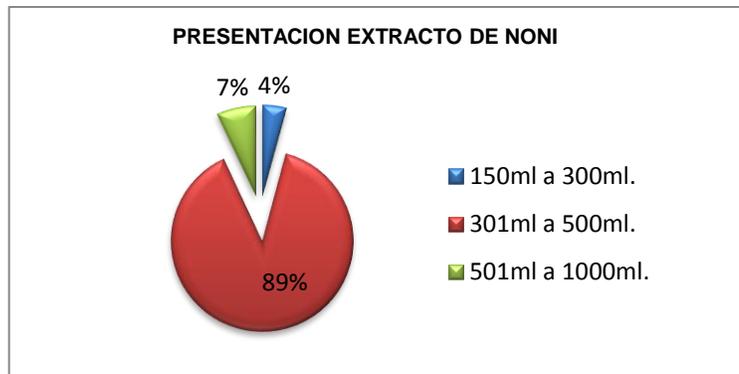
**CUADRO 4**  
**CUAL ES LA PRESENTACION EN LA QUE USTED**  
**CONSUME EL EXTRACTO DE NONI MENSUALMENTE**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
150ml a 300ml.	12	4%
301ml a 500ml.	257	89%
501ml a 1000ml.	20	7%
<b>TOTAL</b>	<b>289</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a las familias de Sector Sur de la ciudad de Quito

Elaboración: El Autor.

**GRÁFICA 5**



### INTERPRETACIÓN.

Al preguntar cuál es la presentación en la que los encuestados adquieren el producto, se pudo observar que la de 301 ml a 500 ml., es la presentación más comprada con el 89%, luego le sigue la de 501 ml a 1000 ml, con el 7% y finalmente la de 150 ml a 300 ml. con 4%.

**PREGUNTA 4**

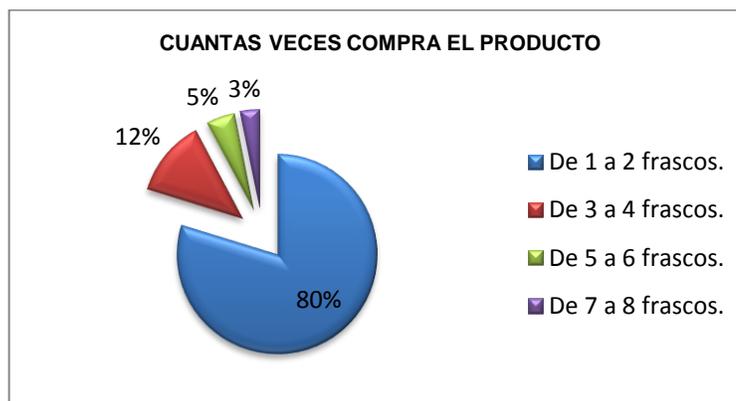
¿Cuántas veces al mes usted compra el Extracto de Noni de 500ml?

**CUADRO 5**  
**CUANTAS VECES AL MES COMPRA EL PRODUCTO**  
**EXTRACTO DE NONI DE 500 ml**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 2 frascos.	205	80%
De 3 a 4 frascos.	32	12%
De 5 a 6 frascos.	12	5%
De 7 a 8 frascos.	8	3%
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias de Sector Sur de la ciudad de Quito

**Elaboración:** El Autor.

**GRÁFICA 6****INTERPRETACIÓN.**

Los encuestados manifiestan que compran mensualmente de 1 a 2 frascos de noni en un 80%, de 3 a 4 frascos en un 12%, de 5 a 6 frascos 5% de los encuestados y de 7 a 8 frascos 3% de los encuestados.

Se determina que el consumo promedio de la mayoría de encuestados es de 1 a 2 frascos mensuales

## PREGUNTA 5

¿Por qué razón consume el Extracto de Noni?

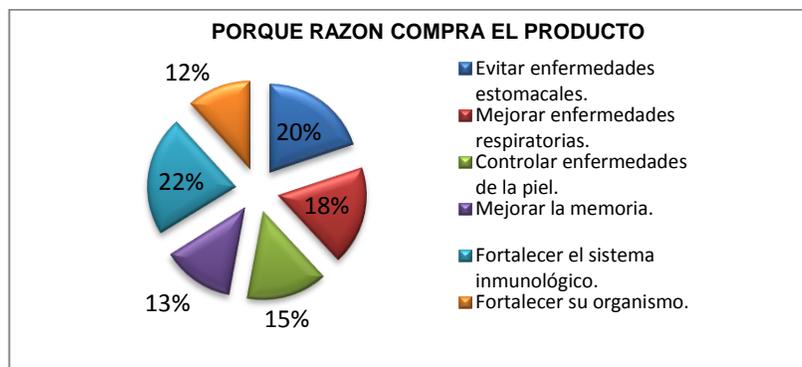
**CUADRO 6**  
**POR QUE RAZON CONSUME EL EXTRACTO DE NONI**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Evitar enfermedades estomacales.	51	20%
Mejorar enfermedades respiratorias.	47	18%
Controlar enfermedades de la piel.	38	15%
Mejorar la memoria.	34	13%
Fortalecer el sistema inmunológico.	57	22%
Fortalecer su organismo.	30	12%
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a las familias de Sector Sur de la ciudad de Quito

Elaboración: El Autor.

**GRÁFICA 7**



## INTERPRETACIÓN.

Según los encuestados manifiestan que compran el extracto de noni para fortalecer el sistema inmunológico en un 22%, para evitar las enfermedades estomacales en un 20%, para mejorar las enfermedades respiratorias en un 18%, para controlar enfermedades de la piel en un 15%; para mejorar la memoria en un 13% y para fortalecer el organismo el 12 %

**PREGUNTA 6**

¿Qué precio paga usted por este producto de Extracto de Noni de 500 ml?

**CUADRO 7**  
**PRECIO QUE PAGARIA**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 5,00	89	35%
\$ 10,00	35	13%
\$ 15,00	121	47%
\$ 20,00	12	5%
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias de Sector Sur de la ciudad de Quito

**Elaboración:** El Autor.

**GRÁFICA 8**

**INTERPRETACIÓN.**

Al preguntar a los encuestados el precio que estarían dispuestos a pagar por este nuevo producto, el 47 % respondió que estaría dispuesto a pagar \$15, el 35% \$5 Mientras un 13% \$10 y finalmente un 5% \$20. De estos resultados se puede deducir que las personas que consumen extracto de Noni de 500 ml están dispuestas a pagar \$ 15,00.

## PREGUNTA 7

¿Si se implementara en el sector sur de la ciudad de Quito una nueva empresa productora de Extracto de Noni, estaría dispuesto a comprar el producto ofrecido?

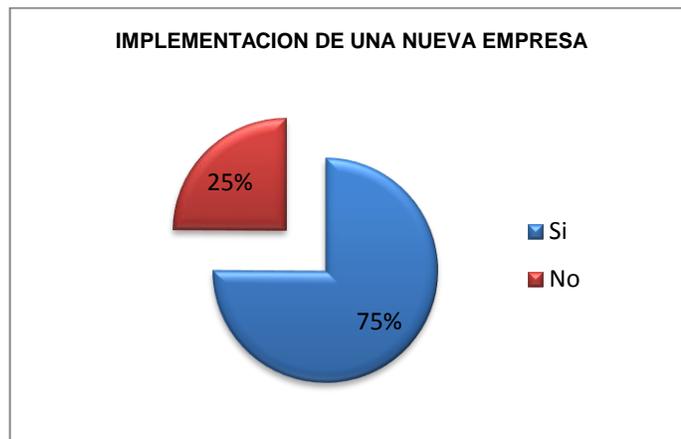
**CUADRO 8**  
**IMPLEMENTACION DE UNA NUEVA EMPRESA**  
**PRODUCTORA DE EXTRACTO DE NONI**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	193	75%
No	64	25%
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias de Sector Sur de la ciudad de Quito

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICA 9**



## INTERPRETACIÓN.

Al preguntar a los encuestados si están de acuerdo en que se implemente en el sector sur de la ciudad de Quito una empresa que se dedique a la producción y comercialización de extracto de noni, el 75% de la población está de acuerdo que se implemente la nueva empresa. Mientras que el 25 % se pronuncia que no

## PREGUNTA 8

¿Qué tipo de servicio le gustaría que la empresa productora de Extracto de Noni, le brindara?

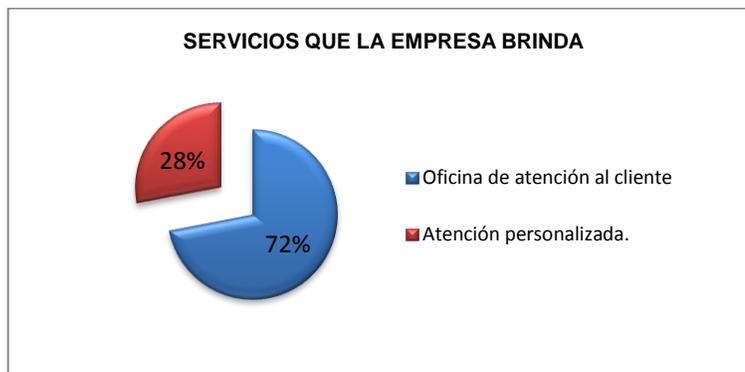
**CUADRO 9**  
**SERVICIOS QUE LA EMPRESA BRINDA**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Oficina de atención al cliente.	185	72%
Atención personalizada.	72	28%
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias de Sector Sur de la ciudad de Quito

**Elaboración:** El Autor.

**GRÁFICA 10**



## INTERPRETACIÓN.

Los encuestados prefieren que se implemente una oficina de atención al cliente en un 72%, mientras que el 28% restante prefieren que se dé una atención personalizada.

**PREGUNTA 9**

**¿En qué lugar del sector Sur de Quito le gustaría que se encuentre ubicada la empresa productora de Extracto de Noni?**

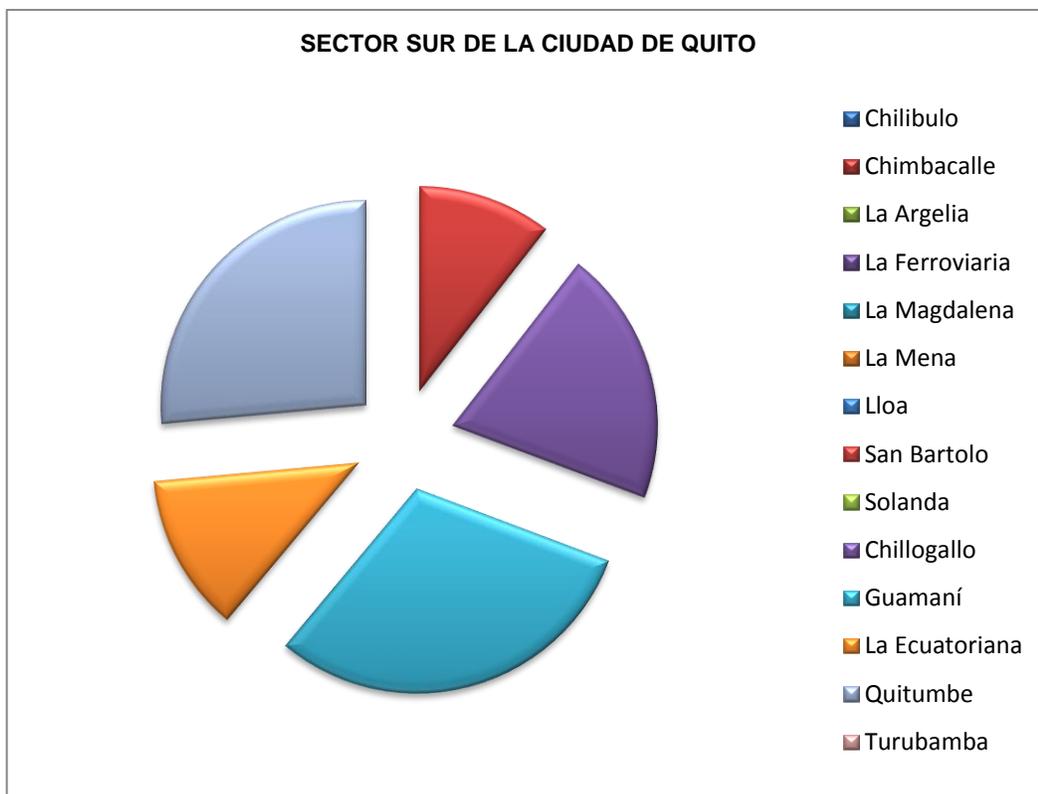
**CUADRO 10  
EN QUE LUGAR DEL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE  
QUITO  
LE GUSTARIA QUE SE ENCUENTRE LA EMPRESA**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Chilibulo	0	0%
Chimbacalle	0	0%
La Argelia	0	0%
La Ferroviaria	0	0%
La Magdalena	0	0%
La Mena	0	0%
Lloa	0	0%
San Bartolo	27	11%
Solanda	0	0%
Chillogallo	52	20%
Guamaní	78	30%
La Ecuatoriana	32	12%
Quitumbe	68	27%
Turubamba	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias de Sector Sur de la ciudad de Quito

**Elaboración:** El Autor

GRÁFICA 11



### INTERPRETACIÓN.

El 30% de los encuestados prefiere que se implemente la nueva empresa en el sector de Guamaní, mientras que el 27% prefiere que sea en Quitumbe; el 20% se pronuncia porque sea en el sector de Chillogallo, el 12% en La Ecuatoriana, y el 11% prefiere que sea en el sector de San Bartolo.

Se determina que la mayoría de encuestados prefieren que la empresa se instale en el sector de Guamaní.

**PREGUNTA 10**

¿Por qué medio de publicidad le gustaría conocer este producto de Extracto de Noni? Marque solo una de las siguientes opciones.

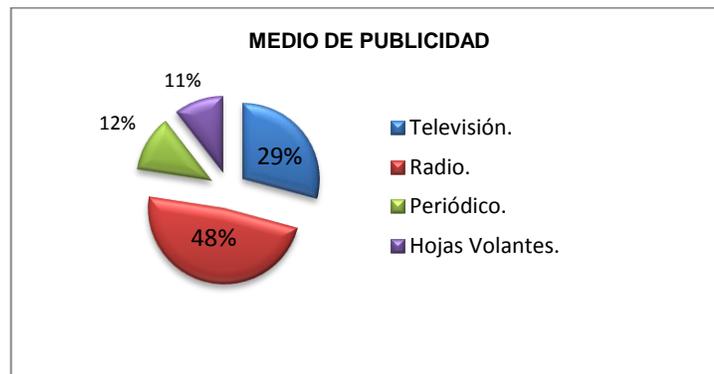
**CUADRO 11**  
**MEDIO DE PUBLICIDAD**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión.	75	29%
Radio.	124	48%
Periódico.	31	12%
Hojas Volantes.	27	11%
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias de Sector Sur de la ciudad de Quito

**Elaboración:** El Autor.

**GRÁFICA 12**

**INTERPRETACIÓN.**

Al preguntar cuál es el medio que los encuestados prefieren para que se dé a conocer los beneficios del producto el 48% de ellos se pronuncia porque sea en la radio, el 29% en la televisión; el 12% prefiere que sea en los periódicos o medios impresos y solo el 11% en hojas volantes.

Se determina que la mayoría desea conocer los beneficios del producto a través de la radio.

**PREGUNTA 11**

**¿Qué tipo de envase le gustaría que tenga el producto Extracto de Noni?**

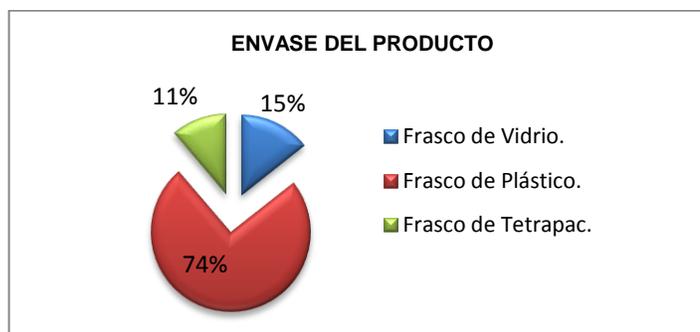
**CUADRO 12**  
**ENVASE DEL PRODUCTO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frasco de Vidrio.	37	15%
Frasco de Plástico.	191	74%
Frasco de Tetrapac.	29	11%
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias de Sector Sur de la ciudad de Quito

**Elaboración:** El Autor.

**GRÁFICA 13**

**INTERPRETACIÓN.**

El tipo de envase preferido por los encuestados para comercializar el producto es en envase de plástico, con un 74% de aceptación, le sigue el envase de vidrio con un 15% y finalmente el envase de tetrapac con un 11%.

Determinándose que el envase escogido por los encuestados es el de plástico.

## PREGUNTA 12

¿En qué tipo de establecimiento le gustaría comprar el Extracto de Noni?

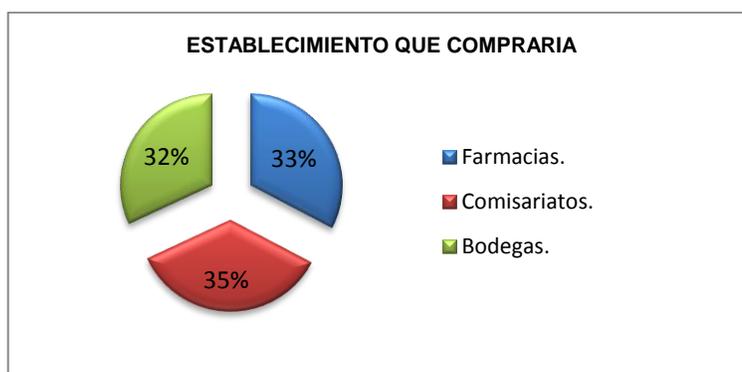
**CUADRO 13**  
**ESTABLECIMIENTO EN EL QUE COMPRARIA**  
**EL PRODUCTO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Farmacias.	84	33%
Comisariatos.	91	35%
Bodegas.	82	32%
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a las familias de Sector Sur de la ciudad de Quito

Elaboración: El Autor.

**GRÁFICA 14**



## INTERPRETACIÓN.

Los lugares donde los encuestados pretenden que se comercialice el producto son en su mayoría en los comisariatos, con un 35% de aceptación, seguido de las farmacias con un 33% y finalmente las bodegas con un 32% de aceptación

## ENCUESTAS A LOS OFERENTES

### PREGUNTA. 1

¿En su establecimiento vende Extracto de Noni?

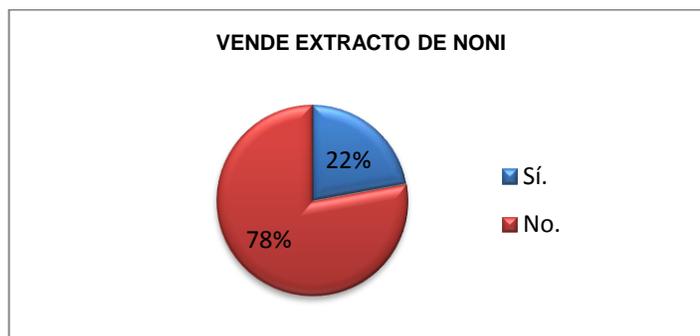
**CUADRO 14**  
**VENDE EXTRACTO DE NONI**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	45	22%
No.	158	78%
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los Oferentes del sector Sur de la ciudad de Quito

Elaboración: El Autor.

**GRÁFICA 15**



### INTERPRETACIÓN.

Se realiza la pregunta si comercializa extracto de noni para determinar exactamente que establecimientos van a ser la competencia de la nueva empresa, encontrando que el 22% de los establecimientos solamente comercializan el producto, un 78% de los locales no lo comercializa.

## PREGUNTA 2

¿Qué cantidad de frascos de Extracto de Noni de 500 ml vende semanalmente?

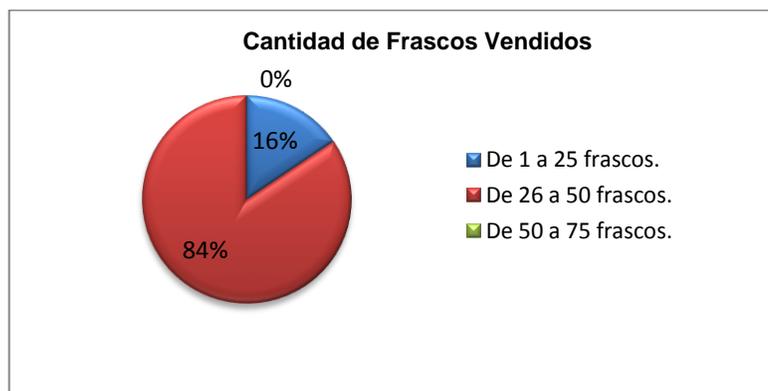
**CUADRO 15**  
**CANTIDAD DE FRASCOS VENDIDOS DE 500 ml.**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 25 frascos	7	16%
De 26 a 50 frascos.	38	84%
De 50 a 75 frascos	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los Oferentes del sector Sur de la ciudad de Quito

Elaboración: El Autor.

**GRÁFICA 16**



## INTERPRETACIÓN.

Como se puede apreciar la gran mayoría de los locales que comercializan el producto expenden de 26 a 50 frascos de 500 ml., semanalmente, es decir el 84%; y el 16% de los encuestados venden de 1 a 25 frascos semanalmente.

## g) DISCUSIÓN

### ESTUDIO DE MERCADO

#### PROMEDIO DE CONSUMO.

Para determinar el promedio de consumo anual de Extracto de Noni, de las personas del sector sur de la ciudad de Quito se realizó el análisis con los datos que se encuentran en el cuadro 4 el cual presenta los siguientes resultados:

**CUADRO 16**  
**PROMEDIO DE CONSUMO**

VARIABLE	Xm	FRECUENCIA	F.Xm	MESES	CONSUMO ANUAL
150 ml a 300 ml.	225.00	12	2,700.00	12	32,400.00
301 ml a 500 ml	400.50	257	102,928.50	12	1,235,142.00
501 ml a 1000 ml.	750.50	20	15,010.00	12	180,120.00
<b>TOTAL</b>		289	120,638.50		1,447,662.00

Fuente: Cuadro.4.

Elaboración: El Autor.

Para establecer el consumo per- cápita se realizó lo siguiente: el total del consumo anual de extracto de noni 1,477.662.00 ml dividido para el número de personas que consumen el producto 289 da como resultado un total de 5009.21ml (10.02 frascos de 500 ml).

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### DEMANDA POTENCIAL.

Para determinar la demanda potencial se tomó el total de las familias del sector sur de la ciudad de Quito, esto es 199.859 familias, de estas el 72% tiene el conocimiento del Extracto de Noni, como lo muestra el cuadro. 17, esto se proyecta para 5 años de vida útil del proyecto con una tasa de crecimiento del 4,2% según el censo 2010 realizado por el INEC.

**CUADRO 17**  
**DEMANDA POTENCIAL**

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA POTENCIAL EN ESTUDIO (72%)
0	199.859	143.898
1	208.253	149.942
2	217.000	156.240
3	226.114	162.802
4	235.610	169.639
5	245.506	176.764

Fuente: Cuadro 2

Elaboración: El Autor.

### DEMANDA REAL

Para conocer la demanda real, se multiplica la cantidad de personas de consumo potencial registradas en el cuadro 17 por el porcentaje de las personas que manifiestan que si consumen extracto de noni que consta en el cuadro 3, es decir 89% de los encuestados expuestos en el siguiente cuadro.

**CUADRO 18  
DEMANDA REAL**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL EN ESTUDIO (72%)</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>DEMANDA REAL</b>
0	143.898	89.00%	128.069
1	149.942	89.00%	133.448
2	156.240	89.00%	139.054
3	162.802	89.00%	144.894
4	169.639	89.00%	150.979
5	176.764	89.00%	157.320

Fuente: Cuadro 3 Y 17

Elaboración: El Autor.

### **DEMANDA EFECTIVA**

Para calcular la demanda efectiva se toma en cuenta la demanda real por el porcentaje de personas que están dispuestos a adquirir el producto de implementarse la nueva empresa, valor que consta en el cuadro 8 es decir el 75% de los encuestados los resultados se muestran en el siguiente cuadro:

**CUADRO 19  
DEMANDA EFECTIVA**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA REAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>
0	128.069	75.00%	96.052
1	133.448	75.00%	100.086
2	139.054	75.00%	104.291
3	144.894	75.00%	108.671
4	150.979	75.00%	113.234
5	157.320	75.00%	117.990

Fuente: Cuadro 8 Y 18

Elaboración: El Autor.

### **DEMANDA PROYECTADA**

Para realizar la proyección de la demanda: potencial, real y la efectiva se realiza lo siguiente: Se toma como referencia el número de familias del sector sur de la ciudad de Quito que es 199.859 familias, se lo proyecta con la tasa de crecimiento de 4.2% anual.

Para conocer la demanda potencial de las 199.859 familias el 72% manifestó que tenía el conocimiento del extracto de noni dando como resultado 143.898 familias que es el valor correspondiente a la demanda potencial en estudio. A continuación se establece la demanda real, se multiplica la demanda potencial en estudio por el 89% proporción obtenida del cuadro 3 de la encuesta aplicada a los consumidores del sector sur de la ciudad de Quito, dando como total de la demanda real 128.069 familias. Luego se procedió a calcular la demanda efectiva, que se lo obtiene multiplicando la demanda real que es 128.0669 familias por el 75%, porcentaje que está dispuesto a adquirir el producto de implementarse una empresa productora y comercializadora de extracto de noni valor que consta en el cuadro 8 de la encuesta a consumidores, obteniendo como total de la demanda efectiva 96.052 familias; a este dato se multiplica por (10.02 frascos de 500 ml) que es el consumo promedio per-cápita, obteniendo como resultado (962.441 frascos de 500 ml unidad con la cual se trabaja) que es la demanda proyectada. Datos que se presenta a continuación

#### CUADRO 20

##### PROYECCION DE LA DEMANDA DE EXTRACO DE NONI EN EL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE QUITO

AÑOS	POBLACION TOTAL FAMILIAS	DEMANDA POTENCIAL EN ESTUDIO (72%)	DEMANDA REAL (89%)	DEMANDA EFECTIVA (75%)	CONSUMO PROMEDIO (frascos 500 ml)	DEMANDA PROYECTADA (frascos 500 ml)
0	199.859	143.898	128.069	96.052	10.02	962.441
1	208.253	149.942	133.448	100.086	10.02	1.002.862
2	217.000	156.240	139.054	104.291	10.02	1.048.803
3	226.114	162.802	144.894	108.671	10.02	1.088.883
4	235.610	169.639	150.979	113.234	10.02	1.134.605
5	245.506	176.764	157.320	117.990	10.02	1.182.260

Fuente: Cuadro 2,3,4,8,16,17,18,19

Elaboración: El Autor.

## ANALISIS DE LA OFERTA

### PROMEDIO DE VENTAS

Para obtener el promedio de ventas anual del extracto de noni del sur de la ciudad de Quito se realizó el análisis la oferta se analizó de los datos que se encuentran en el cuadro 15.

**CUADRO 21**  
**CANTIDAD DE FRASCOS VENDIDOS DE 500 ml**

VARIABLE	X.m	FRECUENCIA	F.Xm	PERIODO ANUAL	CONSUMO ANUAL
De 1 a 25 frascos.	13	7	91	12	1092
De 26 a 50 frascos.	38	38	1444	12	17328
<b>TOTAL</b>		<b>45</b>	<b>1535</b>		<b>18420</b>

Fuente: Cuadro 15

Elaboración: El Autor

### PROYECCION DE LA OFERTA

Para la proyección de la oferta se toma en consideración la tasa de crecimiento de los negocios que para el año 2012 se ubicó en el 7% (dato obtenido en la página del municipio de la Ciudad de Quito), las cifras se reflejan en el siguiente cuadro.

**CUADRO 22**  
**PROYECCION DE LA OFERTA**

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO	OFERTA
0	7%	18.420.00
1	7%	19.709.40
2	7%	21.089.06
3	7%	22.565.29
4	7%	24.144.86
5	7%	25.835.00

Fuente: Cuadro 20

Elaboración: El Autor

## DEMANDA INSATISFECHA

El análisis de la oferta y la demanda permiten determinar la demanda insatisfecha, es necesario tener en cuenta que la demanda en el sector sur de la ciudad de Quito es 962.441 frascos de 500 ml anuales y oferta anual es 18.420 frascos de 500 ml anualmente.

Si se establece la diferencia entre la oferta y la demanda se observa que la demanda insatisfecha corresponde a 944.021 frascos de 500 ml lo cual se puede apreciar en el s

**CUADRO 23**  
**DEMANDA INSATISFECHA**

DEMANDA PROYECTADA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA 500 ml.
962,441	18420	944,021
1,002,862	19709	983,153
1,048,803	21089	1,027,714
1,088,883	22565	1,066,318
1,134,605	24144	1,110,461
1,182,260	25835	1,156,425

Fuente: Cuadro 20 y 22

Elaboración: El Autor

## PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

### PRODUCTO

El producto se comercializará en frascos plásticos según las preferencias de los consumidores que se pronunciaron por este envase en la pregunta 11 de la encuesta a los demandantes como se muestra en el gráfico, además el producto tendrá una presentación de 500ml

**GRAFICA 17**

**ELABORACION:** El Autor

**NOMBRE DEL PRODUCTO**

El nombre del producto será "Noni Natural"

**PRECIO**

El precio estimado será considerado en base al análisis de la competencia. La organización tiene en cuenta los niveles de precios de los competidores al momento de fijar los suyos, generalmente este producto se oferta en un precio promedio de \$ 15,00 dólares, Esta tendencia coincide con la percepción del cliente frente a los precios establecidos.

Es importante destacar que la fijación de precios debe estar acorde a la predisposición del mercado actual, por debajo o igual a las estipuladas por la competencia.

## PLAZA

El tipo de distribución que se utilizará para este producto será Productor, intermediario, consumidor final, por considerar que es el mejor medio de hacer llegar el producto hasta el consumidor final, por otra parte también los consumidores desean comprar el producto en los comisariatos en su mayoría, tal y como se evidencia en el cuadro 13 de la encuesta a los demandantes.

**GRAFICA 18**



## PROMOCIÓN

Para realizar la promoción de la nueva empresa se obsequiara un esfero por la compra de un frasco de 500 ml.

**CUADRO 24  
PROMOCIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Esferos	1000	0.20	200

Elaboración: El Autor.

## PUBLICIDAD

Los medios por el cual el negocio se hará conocer en la ciudad de Quito son: Hojas Volantes, tarjetas de Presentación, prensa Escrita (periódico), Radio e Internet.

Según encuestas realizadas referente a la aceptación por los medios publicitarios en la ciudad de Quito (Pregunta N° 10) se considera a la radio para realizar la publicidad de la empresa ya que es uno de los medios de comunicación más antiguos y eficientes.

Las cuñas radiales se realizarán en radio América FM, ya que es la más adecuada para dar a conocer este tipo de productos.

Es importante considerar que por ahora no es necesaria la utilización de televisión como propaganda, debido a que se pretende minimizar gastos.

**CUADRO 25**  
**RADIO**

DETALLE	CANTIDAD	V/U	V/TOTAL
CUÑAS RADIALES (22 AL MES)	264	4	1056,00
<b>TOTAL</b>			<b>1056.00</b>

**Fuente:** Investigación realizada en Radio América

**Elaboración:** El Autor

## ESTUDIO TÉCNICO

El Objetivo del estudio técnico es verificar si el Producto a ofrecer se puede llevar a cabo; si se cuenta con la materia prima adecuada, los equipos, herramientas necesarias e instalaciones óptimas para la generación del producto terminado.

El Estudio Técnico se divide en las siguientes áreas:

- Determinación del tamaño de la planta
- Estudios de ingeniería

### TAMAÑO DE LA PLANTA

#### DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

El tamaño del presente proyecto se lo determina en función de los resultados obtenidos en el análisis de la oferta y la demanda en especial en lo que respecta a la de terminación de la demanda del Extracto de Noni.

Además se debe tomar en cuenta para determinar el tamaño del proyecto los siguientes puntos:

- El tipo económico se refiere al tamaño que hace más rentable al proyecto disminuyendo costos y maximizando utilidades.
- El tamaño del proyecto se identifica con el máximo rendimiento que se puede obtener de sus instalaciones.

El tamaño del proyecto se determina por la capacidad de producción de la empresa durante el ciclo de vida del proyecto, tomando como base el equipo y maquinaria identificado para el proceso de producción y las unidades a producir por cada año.

### **CAPACIDAD INSTALADA**

La capacidad instalada es el volumen total de producción de la maquinaria a utilizar.

Se utilizó la capacidad máxima que puede brindar la empresa 100% de la producción, las 24 horas y los 365 días del año; la empresa adquirirá una maquinaria que trabajando las 24 horas diarias al 100% con tres personas produce 82,85 frascos diarios de extracto de noni de 500 ml lo que determina que la maquina tendría una capacidad instalada a los 365 días del año de 30.240 frascos de extracto de noni.

Para determinar la capacidad utilizada se aplicó la siguiente fórmula:

Capacidad Instalada = 30.240

Capacidad Máxima de producción:

$$\begin{array}{r} 944.021 \quad 100\% \\ 30.240 \quad X \\ 30.240 \times 100 \\ \hline \quad \quad \quad = \quad 3,20 \% \\ 944.021 \end{array}$$

3,20 % valor que cubrirá la demanda insatisfecha.

**CUADRO 26**  
**CAPACIDAD INSTALADA**

DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE % (participación mercado)	CAPACIDAD INSTALADA
944.021	3,20%	30,240
<b>TOTAL CAPACIDAD INSTALADA 100%</b>		<b>30,240</b>

Fuente: Cuadro 23

Elaboración: El Autor

### **CAPACIDAD UTILIZADA**

La capacidad utilizada es la cantidad de productos que se van a producir.

La empresa trabajará únicamente las 8 horas diarias, los 252 días laborables al año, se producirá 15 frascos de extracto de noni de 500 ml por hora que al multiplicar por las 8 horas diarias nos determina 120 frascos de extracto de noni diarios y multiplicados por los 252 días al año que trabajará la empresa, determina que se producirá 30.240 frascos de 500 ml al año; para la capacidad instalada se consideró el 80% por ser un producto nuevo que recién va ser introducido al mercado, selección de la mano de obra y materiales a utilizarse.

La capacidad instalada y utilizada para los cinco años de vida útil del proyecto será la siguiente:

**CUADRO 27**  
**CAPACIDAD UTILIZADA**

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	%	CAPACIDAD UTILIZADA
1	30240	80	24192
2	30240	80	24192
3	30240	85	25704
4	30240	85	25704
5	30240	90	27216

Fuente: Cuadro 25

Elaboración: El autor

### **LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA.**

La localización ideal de un proyecto será aquella en donde se logren costos de producción mínimos, precios y volúmenes de venta que conduzcan a la máxima rentabilidad, además permita la eficiencia y competencia, buscando crear ventajas sobre los competidores.

### **MACROLOCALIZACIÓN**

Está relacionada con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia tanto a nivel regional como nacional. La misma que para el proyecto se ha determinado que será en el Cantón Quito de la Provincia de Pichincha, misma que se representa en el siguiente gráfico:

## GRÁFICA 19

### CANTÓN QUITO – PROVINCIA DE PICHINCHA



### MICROLOCALIZACIÓN

Un análisis exhaustivo de la región escogida para determinar la ubicación concreta del proyecto, en donde tomando como referencia el tipo de empresa que se desea implementar y el producto que se ofertara al cliente, se determinó que la mejor ubicación será en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, Ciudad del mismo nombre, sector Sur, parroquia Guamani barrio Santo Tomas en las calles Antonio Prieto y Rio Dorado.

**CUADRO 28**  
**MATRIZ DE VALORACION**

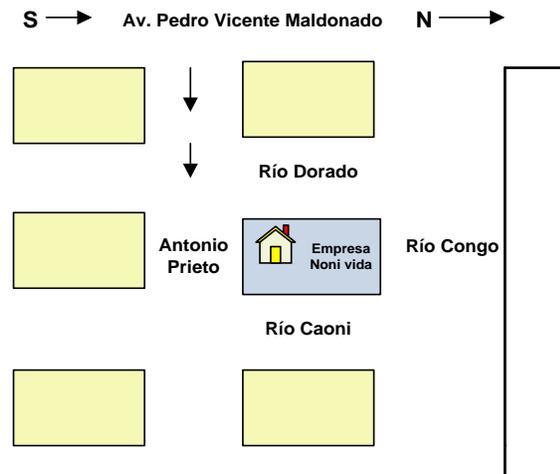
UBICACION A: GUAMANI								
UBICACION B: QUITUMBE								
UBICACION C: CHILLOGALLO								
ITEM	PARAMETRO	%	A		B		C	
			UBICACION	%	UBICACION	%	UBICACION	%
1	Acceso a mercados	10	6	6	5	5	8	8
2	Acceso servicio telefónico	5	5	2.5	8	4	9	4.5
3	Acceso internet	10	9	9	7	7	8	8
4	Acceso luz eléctrica	10	10	10	8	8	9	9
5	Acceso transporte urbano	10	10	10	6	6	10	10
6	Acceso agua potable	10	10	10	7	7	8	8
7	Acceso mano de obra	15	9	13.5	8	12	7	10.5
8	Costos de pagos servicios básicos	5	9	4.25	9	4.5	9	4.5
9	Seguridad	10	10	10	8	8	7	7
10	Restricción ambiental	5	9	4.5	8	4	8	4
11	Ubicación Estratégica	10	9	9	7	7	8	8
	Totales	100		88.8		72.5		81.5

Elaboración: El Autor

De las opciones propuestas la mejor opción es la A, por tal razón la empresa se la ubicará en:

**PROVINCIA:** PICHINCHA  
**CANTON:** QUITO  
**PARROQUIA:** GUAMANI  
**BARRIO:** STO TOMAS  
**CALLES:** ANTONIO PRIETO Y RÍO DORADO

**GRAFICA 20**  
**MICROLOCALIZACION DE LA EMPRESA NONI VIDA**



## FACTORES DE LOCALIZACION

Para determinar el mejor desempeño de la empresa es importante tomar en cuenta los siguientes factores de localización:

### Materia prima

La empresa contará con la disponibilidad de materia prima.

### Disponibilidad y costo de mano de obra

Para desarrollar esta empresa, se buscará mano de obra calificada, la misma que será remunerada de acuerdo a las leyes establecidas en el país.

### Disponibilidad de servicios básicos

El área donde se ubicará el proyecto cuenta con todos los servicios básicos que contribuirán al funcionamiento eficiente de la empresa dentro de estos tenemos: agua potable, luz eléctrica, alumbrado público, servicios telefónico, alcantarillado, etc.

**Cercanía de las fuentes de abastecimiento y distribución**

La empresa se ubicará cerca del mercado meta, donde se distribuirá el producto

**Factores ambientales**

El clima donde se ubicará la empresa es el más apropiado.

**Transporte**

La ubicación de la empresa cuenta con vías de comunicación adecuadas que facilite la transportación de la materia prima al igual que la distribución del producto.

**INGENIERIA DEL PROYECTO**

La ingeniería del proyecto tiene como objetivo resolver todo lo referente al funcionamiento e instalación de la planta, mostrando todo lo relacionado con el proceso productivo, la maquinaria y equipo que se utilizará

**PROCESO PRODUCTIVO**

La elaboración de extracto de Noni, conlleva los siguientes tratamientos antes de llegar al producto terminado.

**DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION**

A continuación mostramos detalladamente la descripción de cada etapa del proceso de producción de extracto de Noni.

**1. Recepción y almacenamiento de materia prima.-** Por lo general el Noni es transportado a granel (su consistencia lo permite). Hay que evitar golpear la fruta para que no se dañe fácilmente por la zona del golpe si se lo debe mantener por algunos días. El almacenamiento del Noni se lo debe hacer en un lugar fresco, de humedad media, no ubicar peso sobre el fruto para no acelerar su pronto deterioro.

El almacenamiento no debe prolongarse más de 15 días en condiciones normales.

**2. Transporte al área de lavado.-** El producto se transporta por medio de cajas plásticas al área de lavado.

**3. Inspección.-** Las cajas que contienen las frutas son vaciadas en una banda transportadora donde se realiza una selección para eliminar aquellos frutos que no reúnan las condiciones adecuadas, sean estas por daño, alteración o descomposición.

**4. Lavado.-** Las frutas se someten a una ducha de agua a presión, con este lavado se trata de eliminar el polvo y demás micro-organismos procedentes de la tierra o campo, para que el lavado sea mejor se le puede agregar al agua algún tipo de desinfectante

**5. Corte.-** Lavados los frutos se procede a su cortado, para aprovechar el jugo de la fruta. El corte lo realizan manualmente los trabajadores usando cuchillos o guillotinas. Las frutas cortadas se vierten en bandejas de plástico o cubetas.

**6. Transporte al área de extracción.-** Se transportan las bandejas que contienen la materia prima a la máquina extractora.

**7. Exprimido.-** Con la ayuda de una maquina extractora se procede a separar la pulpa y el jugo de la corteza de la fruta, luego se coloca este producto en cubetas.

**8. Transporte al área de tamizado.-** Este transporte lo realizan manualmente los trabajadores para tamizar el producto obtenido en la etapa anterior.

**9. Tamizado.-** El extracto obtenido generalmente lleva pulpa y semilla por lo que es necesario tamizarlo. En esta operación el extracto se introduce por la tolva de alimentación de la máquina tamizadora donde un tornillo helicoidal lo arrastra hacia la tela metálica que es la que impide el paso de la pulpa y huesos, los que son expulsados por la parte posterior de la máquina. El extracto se deposita en tinas o cubetas por medio de la tolva de salida de extracto de la máquina tamizadora.

**10. Inspección de contenidos y control de calidad.-** En este punto el producto obtenido se lo somete a inspección, se procede a determinar el contenido en azúcar, vitaminas, pulpa y sabor.

**11. Transporte al área de envasado.-** El transporte lo realizan los trabajadores se encargan de vaciar el contenido de las cubetas en el tanque de la máquina para el envasado.

**12. Envasado.-** Los extractos en el tanque, se fluyen por gravedad, por un tubo, a la válvula de llenado, la cual tiene una llave o grifo que se maneja manualmente cada vez que se cambia el envase. Antes de cerrar el envase se calienta con su contenido para sacar el oxígeno que hay en la botella y evitar la oxidación del extracto. Una vez efectuado esto se procede a tapar el envase.

**13. Transporte a esterilización.-** Se transportan los envases a la máquina autoclave.

**14. Esterilización.**-Para realizar la pasteurización se usará un autoclave que servirá para destruir los microorganismos, es recomendable tratamientos de altas temperaturas en corto tiempo.

**15. Transporte al área de enfriamiento.**- El producto se transporta al área de enfriamiento.

**16. Enfriamiento.**- En este punto del proceso el producto es rociado con agua o sumergido en ella para alcanzar la temperatura ambiente.

**17. Etiquetado y empaquetado.**- Se coloca a los envases la etiqueta posteriormente se empaca en cajas de cartón.

**18. Transporte a la bodega.**- El transporte de las cajas se realiza de forma manual por los obreros generalmente con la ayuda de coches a la bodega de producto terminado.

**19. Almacenamiento del producto terminado.**- Finalmente las cajas que contienen el producto son almacenadas en la bodega listas para su distribución.

## **DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCION**

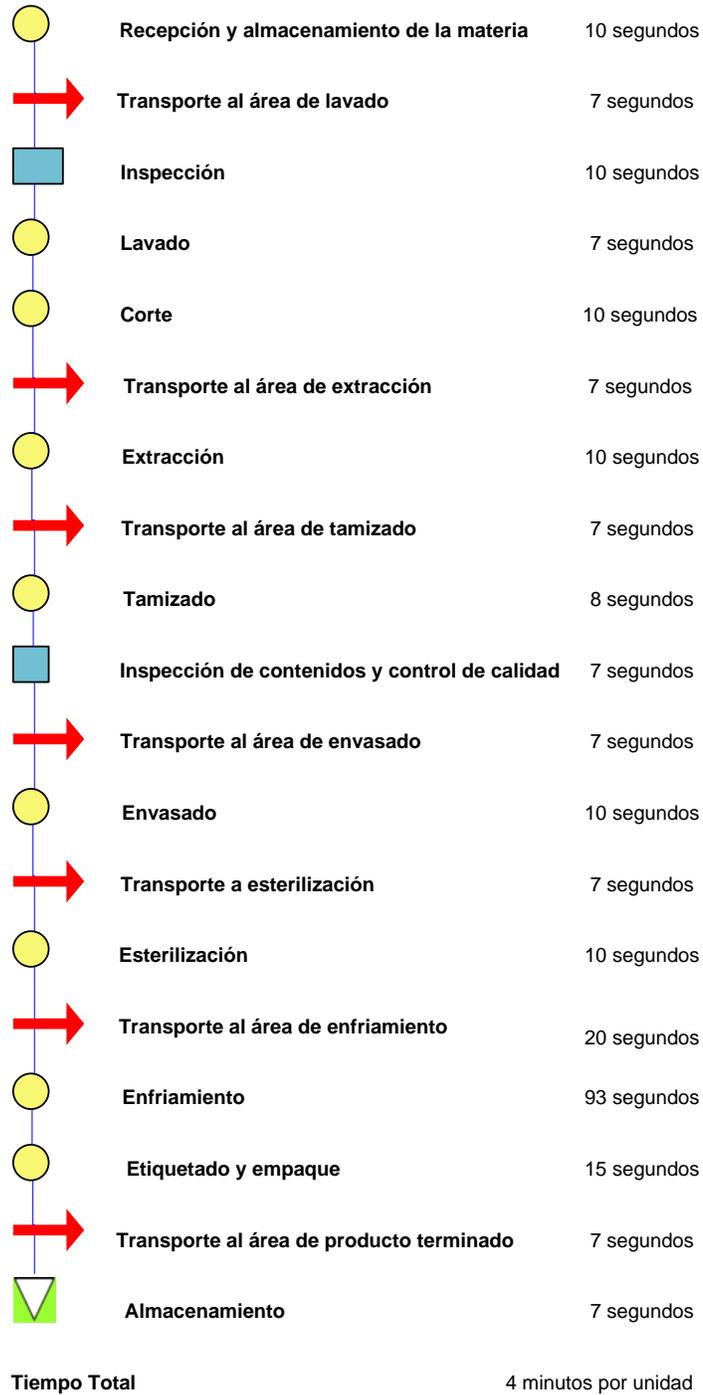
El diagrama de flujo del proceso es la representación gráfica de las operaciones e inspecciones de las actividades realizadas en el proceso de la elaboración de un producto.

## GRAFICA 21

ACTIVIDAD	SIMBOLO	DEFINICION
Operación		Se produce o realiza algo
Transporte		Cambio de lugar o movimiento de un objeto
Inspección		Verificación de calidad o cantidad del producto
Demora		Interfiere o retrasa el paso siguiente
Almacenamiento		Se guarda o protege el producto o los materiales
Operación Combinada		Para realizar una operación e inspección al mismo tiempo

**GRAFICA 22**

**DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PARA LA ELABORACION DE EXTRACTO DE NONI**



## **DISTRIBUCIÓN DE PLANTA**

La distribución física de la infraestructura del proyecto es una de las estrategias que promueve la eficiencia de la operación del mismo a largo plazo.

La distribución del área física como las construcciones y adecuaciones del local debe brindar condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta y cuidando las condiciones de seguridad e higiene industrial para el trabajador.

Una buena distribución de instalaciones físicas tiene como propósito satisfacer a menor costo los requisitos de:

- Calidad del medio ambiente laboral
- Diseño del producto
- Capacidad de cada sección de la planta,
- Características de la maquinaria y equipo que se va a instalar
- Restricciones de construcción en la localidad.

Para el buen desarrollo o funcionamiento de la Empresa “NONIVIDA” se contara con un área de 300 metros cuadrados.

**GRÁFICA 23**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**



### Descripción de la Maquinaria y Equipo

La empresa tiene como objetivo ofrecer un producto de buena calidad, por lo que es fundamental utilizar equipos y maquinaria de última tecnología que ofrecen los diferentes proveedores, entre estos tenemos:

- **Extractor Industrial.**- Extractor de jugos de uso fácil y rápido para producir hasta 80 litros, con diseño ergonómico, sirve para frutas y verduras de diferentes tipos.



- **Máquina Tamizadora.**- El jugo obtenido se refina mediante una máquina tamizadora, cuya función es separar el bagazo y la semilla que pudo haber sido arrastrada por el jugo



- **Máquina de Autoclave.-** Utilizado para la pasteurización del extracto; calentamiento a temperatura inferior al punto de ebullición a presión controlada, por medio de lo cual se inactivan las enzimas.



- **Envasadora.-** Es una máquina especialmente diseñada para llenar envases o botellones en forma automática con líquidos fluidos o de baja viscosidad. Posee una cinta de alimentación automática de entrada, posicionamiento neumático en estación de llenado y mesa de salida.

La dosificación se efectúa por peso, regulable desde el panel ubicado en el tablero de la máquina, por lo que se logra una muy buena precisión en el llenado.



### Herramientas

- 10 Bandejas
- 10 Cubetas
- 10 Tinajas
- 20 Cajas
- 5 Mandiles
- 12 Cuchillos
- 5 Pares de Guantes
- 5 pares de Botas
- 5 Mascarillas

**Equipo de Computación**

- 3 Computadoras
- 2 Impresoras

**Equipo de Oficina**

- 2 Sumadora
- 3 Calculadoras
- 6 Teléfonos
- 4 Grapadoras
- 4 Perforadora

**Muebles y Enseres**

- 3 Escritorios con Sillas
- 5 Sillones de cuero
- 4 Archivador de Cuatro gavetas
- 1 Mesa de sala
- 4 Mesas de trabajo
- 10 Sillas plásticas

**Vehículo**

- 1 Camioneta

**Materiales de Oficina**

- 24 resmas de papel Bond

- 48 esferos
- 12 caja de clic
- 12 caja de grapas

### **Útiles de Aseo**

- 6 Escobas
- 6 Trapeadores
- 6 Basureros
- 6 Recogedores de basura
- 4 Toallas pequeñas
- 12 gl. Desinfectante
- 24 pacas de papel higiénico
- 36 Jabones

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

### **ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA**

Para realizar la selección del tipo de sociedad que tendrá la empresa debemos tomar en cuenta lo que dispone la Ley de Compañías y sus reglamentos.

### **ORGANIZACIÓN LEGAL**

La administración es fundamental para el buen funcionamiento de toda la empresa, es así que su objetivo es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad.

La empresa es la que adquiere materia prima y luego mediante un proceso de transformación se obtiene productos acabados, tomando en cuenta la oferta y demanda existente en el mercado.

Concluyéndose que la forma jurídico – administrativa más conveniente dada la naturaleza de la empresa a formarse y tomando en consideración las ventajas que presenta en relación con otro tipo de organizaciones, es el de conformar una **COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**.

**Art. 93.** Según la Ley de Compañías «La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras - Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación adjetiva, será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como «comercial. Industrial», «agrícola', «constructora», etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil. El mínimo de socios es tres y el máximo quince.

Los cónyuges entre si no pueden comparecer juntos a la constitución de una compañía de responsabilidad limitada.

El capital suscrito de la compañía no podrá ser menor de cuatrocientos dólares, y deberá estar pagado al momento de otorgarse la escritura de constitución, por lo menos el cincuenta por ciento y. El saldo en el plazo de un año.

**ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA:** La Ley de Compañías no determina un patrón para la estructura administrativa de la compañía; por tanto tendrá valor lo que conste, al respecto, en el estatuto.

**DOCUMENTO HABILITANTE:** Como documento habilitante, se agregara a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en dinero.

**APROBACIÓN DE LA INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS:** Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias;

**LA MINUTA:** Antes de elevar a escritura pública la minuta que contiene el contrato de constitución de la compañía, es conveniente, enviarla a la Intendencia de Compañías, para su revisión y visto bueno. Con ello, estamos asegurando, en cierta forma, la conformidad de la Intendencia para la aprobación de la escritura pública; incluida la que se refiere a la razón social de la compañía a constituirse.

#### **MODELO DE MINUTA**

#### **SEÑOR NOTARIO:**

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

**PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.** - Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: Fernando Naranjo, xx, xxx; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, solteros, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada "NONIVIDA" la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

**SEGUNDA.- ESTATUTOS DE. NONIVIDA CIA LTDA.**

### **CAPITULO PRIMERO**

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO,

FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

**ARTICULO UNO.-** Constituyese en la ciudad de Quito, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Pichincha. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada "NONIVIDA CÍA. LTDA".

**ARTICULO DOS.-** La compañía tiene por objeto y finalidad, la fabricación, distribución y venta de productos elaborados. La compañía podrá por sí o por otra persona natural o jurídica intervenir en la venta y exportación de los productos que elabore y en las actividades productivas, si ello es conveniente a sus Intereses; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, y para celebrar contratos con otras empresas que persigan finalidades similares sean nacionales o extranjeras.

**ARTÍCULO TRES.-** La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

**ARTICULO CUATRO.-** El plazo de duración del contrato social de la compañía es de treinta años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

## **CAPITULO SEGUNDO**

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE

LA RESERVA LEGAL

**ARTICULO CINCO.-** El capital social de la compañía es **\$100.000,00** que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

**ARTICULO SEIS.-** La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

**ARTÍCULO SIETE.-** El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

**ARTICULO OCHO.-** La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

**ARTICULO NUEVE.-** Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

**ARTÍCULO DIEZ.-** Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo.

La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades liquidadas y realizadas.

**ARTICULO ONCE.**- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

### **CAPITULO TERCERO**

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y  
RESPONSABILIDADES

**ARTICULO DOCE.**- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

**ARTÍCULO TRECE.**- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder.

Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

**ARTICULO CATORCE.-** La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

## **CAPITULO CUARTO**

### **DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN**

**ARTÍCULO QUINCE.-** El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

**ARTICULO DIECISEIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.-** La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

**ARTICULO DIECISIETE.-** Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar

dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

**ARTICULO DIECIOCHO.-** Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

**ARTICULO DIECINUEVE.-** Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

**ARTICULO VEINTE.-** El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

**ARTICULO VEINTIUNO.-** Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

**ARTICULO VEINTIDÓS.-** Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

**ARTÍCULO VEINTITRÉS.-** Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

**ARTICULO VEINTICUATRO.-** Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendrá la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

**ARTICULO VEINTICINCO.-** Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos;

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;

Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;

Aprobar los reglamentos de la compañía:

Aprobar el presupuesto de la compañía;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:

Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

**ARTÍCULO VEINTISÉIS.-** Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

**ARTÍCULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.-** El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

**ARTICULO VEINTIOCHO.-** Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios:

Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un remplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

**ARTICULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.-** El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

**ARTICULO TREINTA.-** Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones:

Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

## **CAPÍTULO QUINTO**

### **DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA**

**ARTÍCULO TREINTA Y UNO.-** La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

**ARTÍCULO TREINTA Y DOS.-** No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

**DECLARACIONES.-** El capital con el que se constituye la compañía “NONIVIDA CIA. LTDA.” ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: se pide un préstamo que representa un 50% de su capital total una entidad bancaria de la Localidad.

**TOTAL: \$100.000,00** valor que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta «Integración de Capital», en el Banco Nacional de Fomento de la ciudad de Quito, cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía por unanimidad nombran al Señor Fernando Naranjo para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

**Atentamente,**

(f) El Abogado

## **ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

### **NIVELES ADMINISTRATIVOS**

Los niveles administrativos, cumplen con la función y responsabilidad a ellos originados por la ley, por necesidad o por costumbre, con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos. Existen en la presente los siguientes niveles administrativos.

#### **a) NIVEL LEGISLATIVO**

Su función básica es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia. Este órgano representa el primer nivel jerárquico y generalmente está integrado por un grupo de personas.

#### **b) NIVEL DIRECTIVO**

Planea, orienta y dirige la vida administrativa, interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad bajo su mando puede delegar autoridad mas no responsabilidad. El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un presidente, director o gerente.

#### **c) NIVEL ASESOR**

Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tenga que ver con la empresa. Está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica.

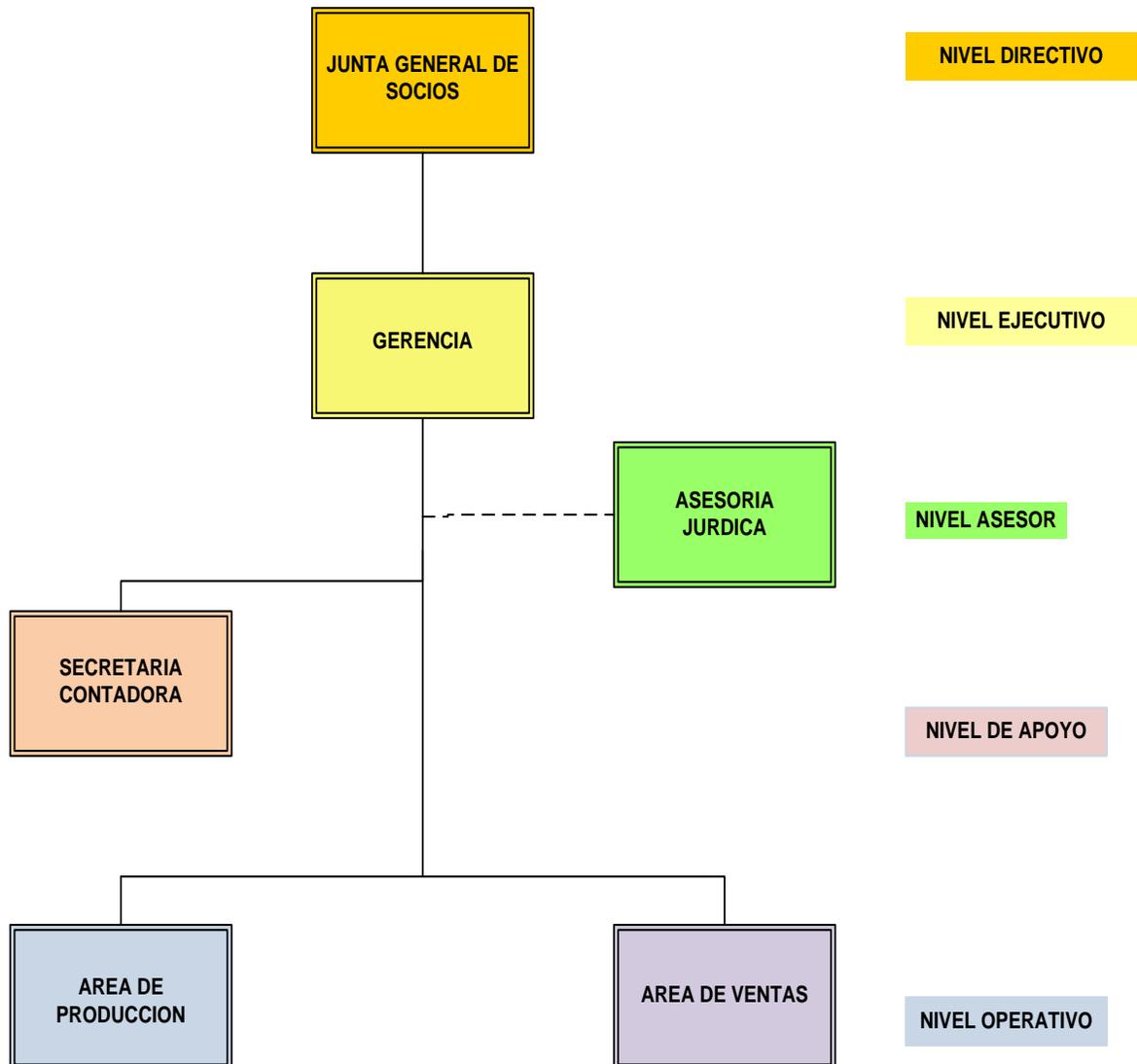
#### **d) NIVEL AUXILIAR O DE APOYO**

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

#### **e) NIVEL OPERATIVO**

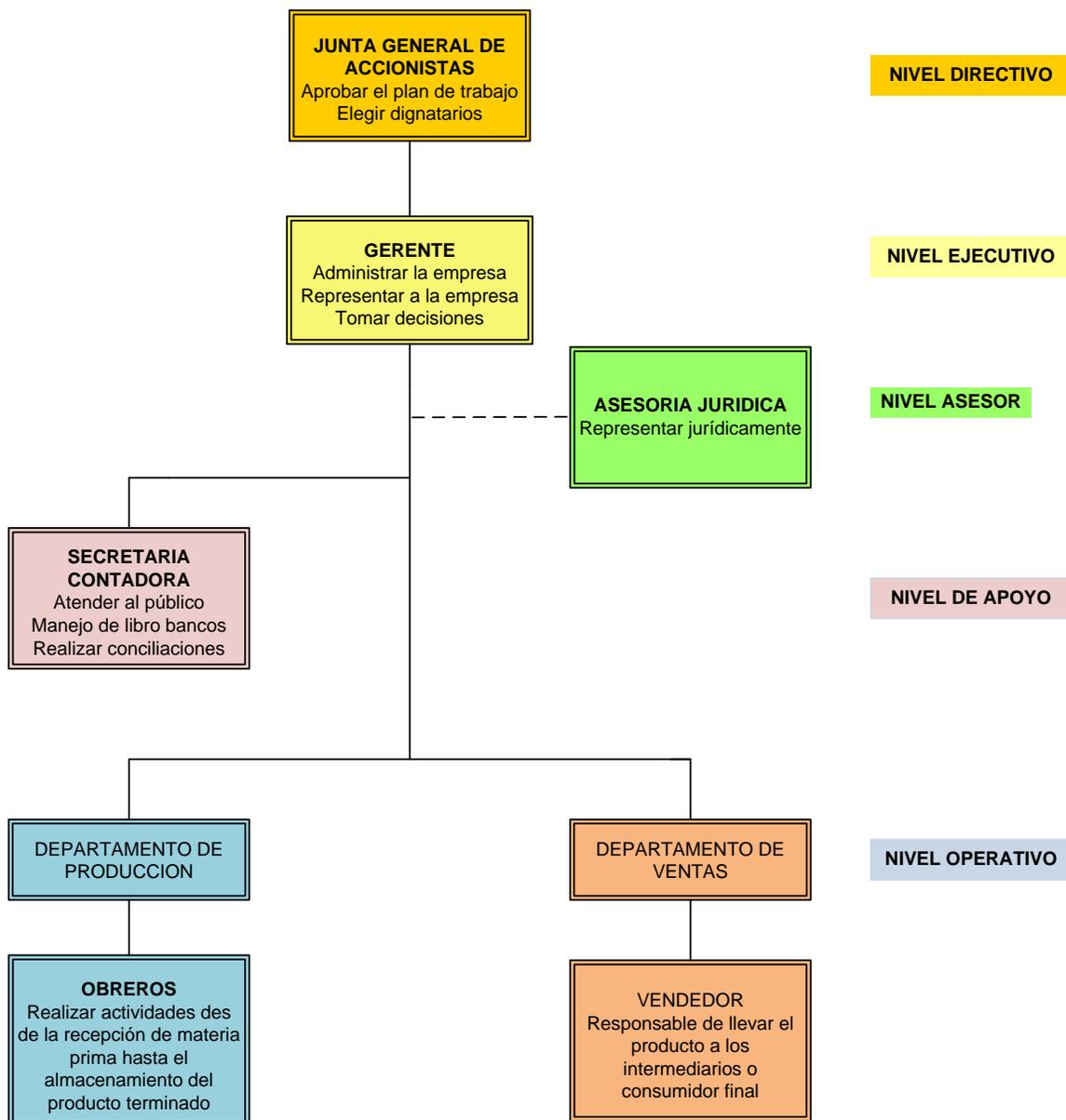
El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de una empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

**GRAFICA 24**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



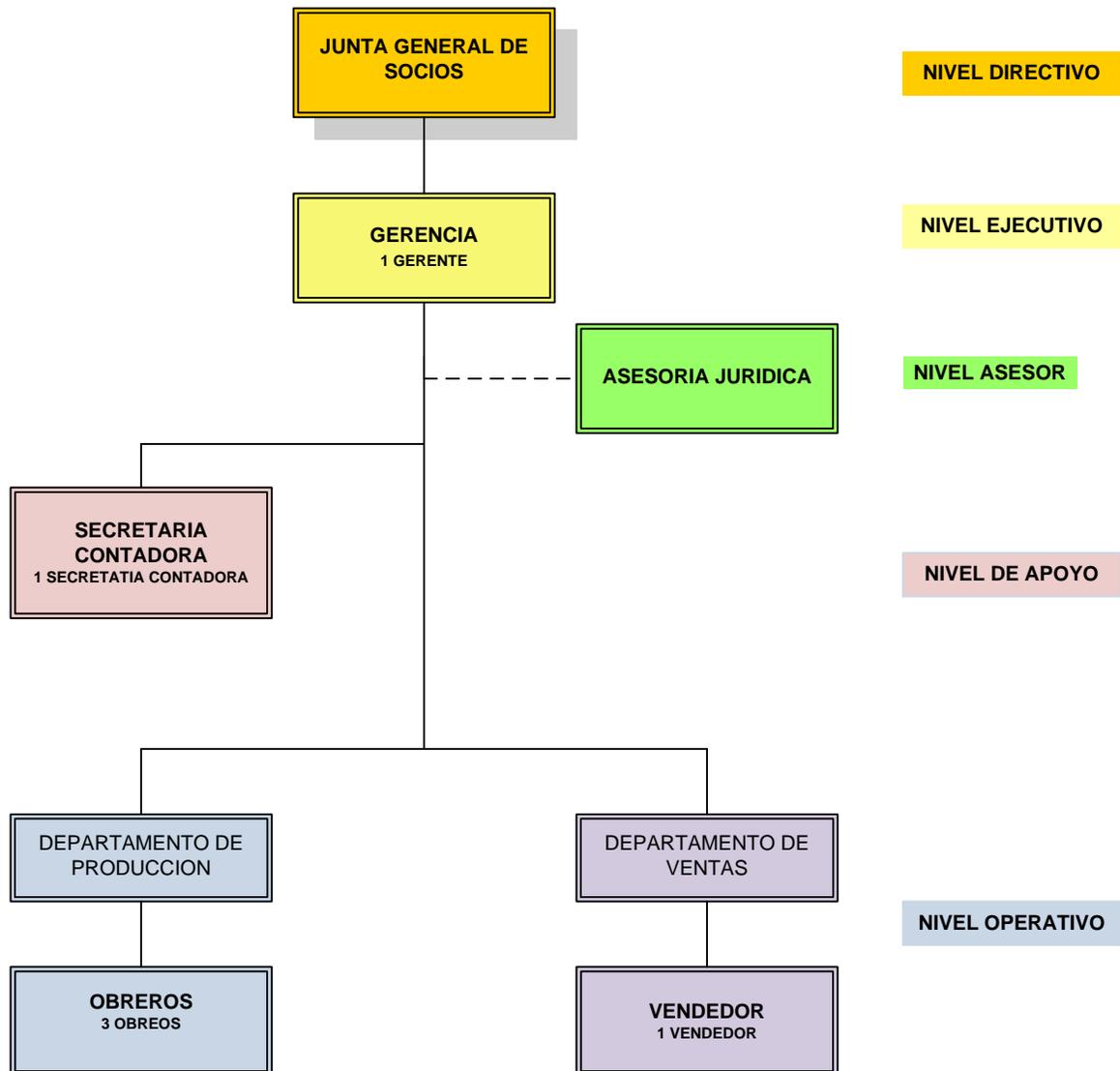
Elaboración: El Autor

**GRAFICA 25**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL**



Elaboración: El Autor

**GRAFICA 26**  
**ORGANIGRAMA POSICIONAL**



Elaboracion: El Autor

Los organigramas: Estructural, Funcional y Posicional; no son estables, estos pueden variar de acuerdo a las necesidades que se presenten en el momento de la implementación de la empresa. Por el momento se presenta un esquema general de como se encontrara organizada la empresa.

### **Manual de Funciones**

Se conoce como manual de funciones, al conjunto de todos los perfiles de los puestos existentes en la empresa, detallando por escrito la organización formal a través de la descripción de los objetivos, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen su estructura. Además, debe contener una información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo
- Tareas principales, tareas secundarias.
- Responsabilidades
- Requerimientos para el puesto

Esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo. A continuación se presenta la descripción y especificación de los puestos creados para el funcionamiento adecuado de la empresa

**DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS****NIVEL JERÁRQUICO:            LEGISLATIVO****NATURALEZA DEL TRABAJO:**

- Establecer la legislación y normatividad que regirá y beneficiará la empresa.

**FUNCIONES:**

- Discutir y aprobar los medios de mayor trascendencia en la vida de la empresa.
- Tomar decisiones acerca del aumento de capital.
- Deliberar y aprobar los montos de los dividendos o porcentajes de utilidades que corresponden a cada socio.
- Normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas y resoluciones.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

Legislar y vigilar las políticas que seguirá la empresa.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Pertenecer a la empresa en calidad de accionista activo.

**TÍTULO DEL PUESTO:** GERENTE  
**NIVEL JERÁRQUICO:** EJECUTIVO  
**INMEDIATO SUPERIOR:** JUNTA GENERAL DE SOCIOS  
**Código:** 01

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Planificación, organización, ejecución y control de las actividades generales de la empresa.

**FUNCIONES:**

- Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Cumplir con las disposiciones y atribuciones que le otorgue la Junta General de Accionistas.
- Presenta informes en las Juntas Generales de Accionistas sobre la marcha de las actividades de la empresa.
- Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso.
- Organizar cursos de capacitación del Recurso Humano de toda la empresa.
- Analizar los informes remitidos por producción, la contadora, y el vendedor.
- Ejecutar planes de ventas del producto.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- El puesto, requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de las funciones.
- Establecer buenas relaciones interpersonales con todo el personal de la empresa y público en general.
- Cumplimiento de metas

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- **EDUCACIÓN:** Título de Ingeniero Comercial.
- **EXPERIENCIA:** Experiencia mínima de dos años en puestos similares.
- **CURSOS:** Microsoft Office, Relaciones Humanas.

**TÍTULO DEL PUESTO:** ASESOR JURÍDICO

**NIVEL JERÁRQUICO:** ASESOR

**INMEDIATO SUPERIOR:** GERENTE

**CÓDIGO:** 02

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Comunicar, aconsejar y asesorar sobre asuntos legales de la empresa.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

Asesorar en el área legal, su labor está encaminada a la solución de conflictos legales.

**FUNCIONES:**

- Asesorar e informar sobre proyectos en materia jurídica.
- Representar conjuntamente con el gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Participar en reuniones de Junta de Socios.
- Facilitar adecuadamente toda la información que sustente cada uno de los conflictos judiciales a su cargo, para que estos puedan ser archivados y custodiados.
- Todos los demás que asignaren los inmediatos superiores.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- **Educación:** Doctor en Jurisprudencia.
- **Experiencia:** Un año de ejercer esta práctica profesional.

**TÍTULO DEL PUESTO:**            **SECRETARIA CONTADORA**

**NIVEL JERÁRQUICO:**            **AUXILIAR**

**INMEDIATO SUPERIOR:**        **GERENTE**

**CÓDIGO:**                        **03**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Apoyo en las actividades administrativas y revisión de todos los movimientos contables para la presentación de informes financieros.

**FUNCIONES:**

- Administrar las comunicaciones telefónicas entrantes y salientes.
- Atender a las personas que lleguen a la empresa.
- Mantener al día los archivos generales de la empresa.
- Elaboración de documentos para presentación de informes.
- Cumplir con el pago de remuneraciones, servicios, bienes y otros gastos.
- Estar pendiente e informar a gerencia sobre el vencimiento de documentos.
- Elaborar Estados Financieros y poner a conocimiento de la gerencia el presupuesto anual.
  
- Y las demás tareas que le asigne el jefe inmediato superior de acuerdo a la característica del puesto

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Responsabilidad en el manejo del proceso administrativo y contable.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Título de Licenciada en Contabilidad y auditoría
- Ser afiliado al Colegio de Contadores
- Tener buena presencia y don de mando.
- Experiencia de dos años en puestos similares

**TÍTULO DEL PUESTO:**        **OBRERO**

**NIVEL JERÁRQUICO:**        **OPERATIVO**

**INMEDIATO SUPERIOR:**    **GERENTE**

**CÓDIGO:**                    **04**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Tener conocimiento en actividades de producción.

**FUNCIONES:**

- Elaboración del producto
- Pesar la cantidad de materia prima a procesar
- Vigilar el proceso productivo.
- Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaria.
- Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo
- Evitar desperdicios de materiales.
- Cumplir con todos los procesos necesarios para evitar tiempos muertos
- Y las demás tareas que le asigne el jefe inmediato superior de acuerdo a la característica del puesto

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo se requiere ética moral y profesional.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Título de Bachiller.
- Cursos de Capacitación en procesos productivos
- Cursos de Relaciones Humanas

**1TÍTULO DEL PUESTO:** VENDEDOR

**NIVEL JERÁRQUICO:** OPERATIVO

**INMEDIATO SUPERIOR:** GERENTE

**CÓDIGO:** 05

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Gestionar, realizar y mantener contactos, entrevistas, visitas, ofertas y negociaciones con los clientes actuales y potenciales.

**FUNCIONES:**

- Responsable de las ventas y promoción del producto en el mercado de la provincia.
- Entregar los productos en los lugares convenidos
- Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización.
- Responsabilizarse de la mercadería que le sea asignada.
- Y las demás tareas que le asigne el jefe inmediato superior de acuerdo a la característica del puesto

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

- Encargado de utilizar las herramientas de promoción de la empresa, buscando la captación de nuevos clientes.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Título en el área de Administración y ventas
- Experiencia mínima 1 año en ventas
- Cursos de Capacitación en el área de ventas.
- Cursos de Relaciones Humana

## ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos, necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa.

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos Fijos o tangibles.
- Activos Diferidos o Intangibles y,
- Capital de Trabajo.

### ACTIVOS FIJOS

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico. Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes:

**TERRENO:** Constituye el valor del lugar donde se ubicara la nueva empresa. Mismo que se detalla a continuación:

**CUADRO 29**  
**INVERSION DE TERRENO**

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	V/UNIT.	V/TOTAL
TERRENO	300	M2	80	24.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>24.000,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

**CONSTRUCCIÓN:** Constituye el valor de las construcciones y adecuaciones en el terreno donde se ubicara la nueva empresa, de acuerdo al siguiente detalle:

**CUADRO 30**  
**INVERSION EN CONSTRUCCION**

DETALLE	AREA	UNIDAD	V/UNIT.	V/TOTAL
ATENCIÓN A CLIENTES	40	M2	120	4.800,00
BAÑOS Y VESTIDORES	20	M2	140	2.800,00
OFICINAS ADMINISTRATIVAS	60	M2	120	7.200,00
COMEDOR	20	M2	120	2.400,00
ALMACÉN DE PRODUCTO TERMINADO	20	M2	100	2.000,00
ALMACÉN DE MATERIA PRIMA	20	M2	100	2.000,00
PRODUCCIÓN	120	M2	100	12.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>M2</b>		<b>33.200,00</b>

Fuente: Investigación directa Cámara de la Construcción de Quito

Elaboración: El Autor

**MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN:** Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el elemento fundamental para el proceso de transformación. Se detalla a continuación:

**CUADRO 31**  
**INVERSION EN MAQUINARIA Y EQUIPO**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/UNIT	V/TOTAL
EXTRACTOR INDUSTRIAL	1	600,00	600,00
MAQUINA TAMIZADORA	1	1.200,00	1.200,00
MAQUINA DE AUTOCLAVE	1	800,00	800,00
ENVASADORA	1	5.000,00	5.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>7.600,00</b>

Fuente: Investigación directa A almacenes Montero

Elaboración: El Autor

**HERRAMIENTAS:** Las inversiones correspondientes a este rubro han sido cotizadas en el mercado local. Se detalla a continuación:

**CUADRO 32**  
**INVERSION EN HERREAMIENTAS**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/UNIT	V/TOTAL
BANDEJAS	10	5	50
CUBETAS	10	3	30
TINAS	10	5	50
CAJAS	20	3	60
MANDILES	5	15	75
CUCHILLOS	12	2	24
PARES DE GUANTES	5	5	25
PARES DE BOTAS	5	15	75
MASCARILLAS	5	3	15
<b>TOTAL</b>			<b>404</b>

Fuente: Investigación directa almacenes Kywi

Elaboración: El Autor

**EQUIPO DE COMPUTACIÓN:** El sistema de información que se va a manejar en la nueva empresa para desarrollar las actividades administrativas será en lo posible automatizado por ello se requiere la inversión de un sistema computacional.

**CUADRO 33**  
**INVERSION EN EQUIPO DE COMPUTACION**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/UNIT.	V/TOTAL
COMPUTADOR ICORE 5	3	1.000,00	3.000,00
IMPRESORA MULTIFUNCIÓN	2	100	200
<b>TOTAL</b>			<b>3.200,00</b>

FUENTE: Investigación directa Computron

Elaboración: El Autor

**EQUIPO DE OFICINA:** Constituyen los equipos de oficina utilizados en trámites administrativos. Se detallan en el siguiente cuadro:

**CUADRO 34**  
**INVERSION EN EQUIPO DE OFICINA**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/UNIT.	V/TOTAL
SUMADORA	2	50	100
CÁLCULADORA	3	20	60
TELEFONO	6	40	240
GRAPADORA	4	8	32
PERFORADORA	4	7	28
<b>TOTAL</b>			<b>460</b>

FUENTE: Investigación directa Dilipa

ELABORACION: El Autor

**MUEBLES Y ENSERES:** Se relaciona con muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa. Se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO 35**  
**INVERSION EN MUEBLES Y ENSERES**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/UNIT	V/TOTAL
ESCRITORIOS CON SILLON	3	200	600
SILLONES DE CUERO	5	60	300
ARCHIVADORES DE 4 GAVETAS	4	150	600
MESA DE SALA	1	50	50
MESAS DE TRABAJO	4	100	400
SILLAS DE PLASTICO	10	10	100
<b>TOTAL</b>			<b>2.050,00</b>

FUENTE: Investigación directa Ecomueble

ELABORACION: El Autor

**VEHICULO:** Se refiere a la adquisición de un vehículo para la movilización del producto, y se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO 36**  
**INVERSION DE VEHICULO**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/UNIT.	V/TOTAL
CAMIONETA MAZDA C/S AÑO 2012	1	20.000,00	20.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>20.000,00</b>

FUENTE: Investigación directa Automotores Andina

ELABORACION: El Autor

## IMPREVISTOS

Todo presupuesto, por más cuidadoso que haya sido realizado, tendrá siempre un margen de error por razones de la fluctuación de los precios y cambios que se dan, razón por la cual es conveniente incluir un rubro de imprevistos. Dado que el presente proyecto tiene sus riesgos se utiliza el 5 % para imprevistos.

## RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

A continuación detallamos lo activos Fijos totales:

**CUADRO 37**  
**RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS**

ARTÍCULO	V/TOTAL
TERRENO	24.000,00
CONSTRUCCIONES	33.200,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.600,00
HERRAMIENTAS	404,00
EQUIPO DE COMPUTO	3.200,00
EQUIPO DE OFICINA	460,00
MUEBLES Y ENSERES	2.050,00
VEHICULO	20.000,00
IMPREVISTOS 5%	4.545,70
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>95.459,70</b>

FUENTE: Cuadros del 29 al 36

ELABORACION: El Autor

## DEPRECIACIONES

La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por su uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo y tecnológico.

**CUADRO 38**  
**DEPRECIACIONES**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
CONSTRUCCIONES	33,200.00	3,320.00	29,880.00	20	1,494.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	760.00	76.00	684.00	10	68.40
HERRAMIENTAS	404.00	40.40	363.60	10	36.36
EQUIPO DE COMPUTO	3,200.00	320.00	2,880.00	3	960.00
EQUIPO DE OFICINA	460.00	46.00	414.00	10	41.40
MUEBLES Y ENSERES	2,050.00	205.00	1,845.00	10	184.50
VEHICULO	20,000.00	2,000.00	18,000.00	5	3,600.00

FUENTE: Cuadro 37

ELABORACION: El Autor

### ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los siguientes gastos

**CUADRO 39**  
**RESUMEN DE ACTIVO DIFERIDO**

DETALLE	V/TOTAL
Estudios de Investigación	1.000,00
Estudios de Ingeniería	500,00
Gastos de Constitución	1.000,00
Permisos de Funcionamiento y Operación	500,00
Imprevistos 5%	150,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.150,00</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACION: El Autor

## **ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO.**

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. Para este proyecto se establece el capital de operación para 1 mes. A continuación describiremos los gastos que representará el capital de trabajo:

### **COSTO PRIMO**

Constituyen los costos de los elementos que intervienen directamente en el proceso de producción, y tenemos los siguientes:

**MATERIA PRIMA DIRECTA:** Son los materiales y suministros que intervienen directamente en el proceso de producción, para conocer la cantidad que se necesita, se toma en cuenta la capacidad utilizada que depende de la cantidad de frascos que se producirán durante el año, es decir la capacidad utilizada para el primer año es de 24192 frascos de 500 ml, para conocer el requerimiento anual se toma en cuenta la siguiente relación 1,5 libras de fruta se utiliza para la elaboración de un frasco de 500 ml como se lo demuestra en el siguiente cuadro:

**CUADRO 40**  
**MATERIA PRIMA DIRECTA**

ARTÍCULO	UNIDAD EN LIBRAS	V/UNITARIO	V/ MENSUAL	V/TOTAL
Fruta Noni (1,5 libras rinde 500 ml)	36288	2,5	7560	90.720
<b>TOTAL</b>			<b>7.560</b>	<b>90.720</b>

FUENTE: Capacidad Utilizada x 1,5

ELABORACIÓN: El Autor

**MANO DE OBRA DIRECTA:** Son los Recursos Humanos que intervienen directamente en el proceso de producción, así tenemos:

**CUADRO 41  
MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>RUBRO</b>	<b>OBREROS</b>
	<b>3</b>
Sueldo Básico	320
Décimo Tercer sueldo	26.67
Décimo Cuarto sueldo	26.50
Vacaciones	13.33
Aporte Patronal 11,15%	35.68
Aporte IECE 0.5%	1.60
Aporte SECAP 0.5%	1.60
<b>REMUNERACION UNIFICADA</b>	<b>425.38</b>
<b>TOTAL REMUNERACION MENSUAL</b>	<b>1276.14</b>
<b>TOTAL REMUNERACION ANUAL</b>	<b>15313.68</b>

Fuente: Investigación directa

Elaboración: El Autor

### **COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

Constituyen los costos de los elementos que intervienen indirectamente en el proceso de producción, y tenemos los siguientes:

**MATERIA PRIMA INDIRECTA:** Son los materiales y suministros que intervienen indirectamente en el proceso de producción, así tenemos:

**CUADRO 42**  
**MATERIA PRIMA INDIRECTA**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/ UNITARIO	V/ MENSUAL	V/TOTAL
FRASCOS DE PLASTICO DE 500 ml	24192	0.40	806.40	9676.80
ETIQUETAS	24192	0.05	100.80	1209.60
CAJAS DE CARTON	24192	0.10	201.60	2419.20
<b>TOTAL</b>			<b>1108.80</b>	<b>13305.60</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: El Autor

**COMBUSTIBLES, LUBRICANTES Y REPUESTOS:** Son costos necesarios para el buen funcionamiento del vehículo y la maquinaria, así tenemos:

**CUADRO 43**  
**COMBUSTIBLES, LUBRICANTES Y REPUESTOS**

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/ MENSUAL	VALOR ANUAL
GASOLINA	GL	70,00	1,46	102,20	1.226,40
ACEITE	GL	1,00	40,00	40,00	480,00
REPUESTOS	UNIDAD	1,00	40,00	40,00	480,00
<b>TOTAL</b>				<b>182,20</b>	<b>2.186,40</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: El autor

**MANTENIMIENTO:** Es el costo necesario para mantener en buen estado de funcionamiento de los equipos, así:

**CUADRO 44**  
**MANTENIMIENTO**

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/ MENSUAL	VALOR ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPO	UNIDAD	1,00	100,00	100,00	1.200,00
<b>TOTAL</b>				<b>100,00</b>	<b>1.200,00</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: El Autor

## GASTOS ADMINISTRATIVOS

Constituyen los costos de los elementos que intervienen en las operaciones administrativas de la organización, y tenemos los siguientes:

**SUELDOS ADMINISTRATIVOS:** Son los pagos por el cumplimiento de las funciones del RRHH de operaciones, así tenemos:

**CUADRO 45  
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

RUBRO	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA
	1	1
Sueldo Básico	600.00	400.00
Décimo Tercer sueldo	50.00	33.33
Décimo Cuarto sueldo	26.50	26.50
Vacaciones	25.00	16.67
Aporte Patronal 11,15%	66.90	44.60
Aporte IECE 0.5%	3.00	2.00
Aporte SECAP 0.5%	3.00	2.00
<b>REMUNERACION UNIFICADA</b>	<b>774.40</b>	<b>525.10</b>
<b>TOTAL REMUNERACION MENSUAL</b>		<b>1299.50</b>
<b>TOTAL REMUNERACION ANUAL</b>	<b>9292.80</b>	<b>6301.20</b>
<b>TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>15594.00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

**SERVICIOS BÁSICOS:** Constituyen los costos por pago de los servicios de agua, luz y teléfono, así:

**CUADRO 46**  
**SERVICIOS BÁSICOS**

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/T	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	KW/H	200,00	0,25	50,00	600,00
Agua	M3	50,00	0,35	17,50	210,00
Teléfono	MINUTOS	300,00	0,10	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>				<b>97,50</b>	<b>1.170,00</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: El Autor

**MATERIALES DE OFICINA:** Son los costos incurridos en la adquisición de materiales para las operaciones de oficina, y tenemos los siguientes:

**CUADRO 47**  
**MATERIALES DE OFICINA**

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	VALOR MENSUAL	V/TOTAL
RESMAS DE PAPEL BOND	UNIDAD	24,00	4,50	9,00	108,00
ESFEROS	UNIDAD	12,00	0,35	0,35	4,20
CLIPS	CAJA	12,00	0,60	0,60	7,20
GRAPAS	CAJA	12,00	0,60	0,60	7,20
VARIOS	UNIDAD	1,00	50,00	4,17	50,00
<b>TOTAL</b>				<b>14,72</b>	<b>176,60</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: El Autor

**UTILES DE ASEO:** Son los costos incurridos en la adquisición de materiales para el aseo de la oficina, y tenemos los siguientes:

**CUADRO 48**  
**UTILES DE ASEO**

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	VALOR MENSUAL	V/T ANUAL
ESCOBA	UNIDAD	6,00	2,50	1,25	15,00
TRAPEADOR	UNIDAD	6,00	2,50	1,25	15,00
BASURERO	UNIDAD	6,00	6,00	3,00	36,00
RECOGEDOR	UNIDAD	6,00	2,50	1,25	15,00
TOALLAS	UNIDAD	4,00	10,00	3,33	40,00
DESINFECTANTE	UNIDAD	12,00	3,50	3,50	42,00
PAPEL HIGIENICO	DOCENA	24,00	8,00	16,00	192,00
JABON	UNIDAD	36,00	0,50	1,50	18,00
<b>TOTAL</b>				<b>31,08</b>	<b>373,00</b>

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

### **GASTOS DE VENTAS**

Constituyen los costos de los elementos que intervienen en el proceso de venta del producto, y tenemos los siguientes:

**SUELDOS EN VENTAS:** Son los pagos por el cumplimiento de las funciones del RRHH de ventas, así tenemos:

**CUADRO 49  
SUELDOS VENTAS**

RUBRO	VENDEDOR
	<b>1</b>
Sueldo Básico	450.00
Décimo Tercer sueldo	37.50
Décimo Cuarto sueldo	26.50
Vacaciones	18.75
Aporte Patronal 11,15%	50.18
Aporte IECE 0.5%	2.25
Aporte SECAP 0.5%	2.25
<b>TOTAL REMUNERACION MENSUAL</b>	<b>587.43</b>
<b>TOTAL REMUNERACION ANUAL</b>	<b>7049.10</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

**PÚBLICIDAD:** Son los costos incurridos en la generación de publicidad para el proceso de venta del producto, y tenemos los siguientes:

**CUADRO 50  
PÚBLICIDAD**

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	VALOR MENSUAL	V/T
ESFEROS	UNIDAD	1.000,00	0,20	16,67	200,00
CUÑAS RADIALES (22 AL MES)	UNIDAD	264,00	4,00	88,00	1.056,00
<b>TOTAL</b>				<b>104,67</b>	<b>1.256,00</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: El Autor

## RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTES

A continuación detallamos lo activos circulantes totales para el primer mes:

**CUADRO 51**  
**RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE PARA EL 1ER MES**

ARTÍCULO	PARCIAL	TOTAL
<b>COSTO PRIMO</b>		8836.14
MATERIA PRIMA DIRECTA	7560.00	
MANO DE OBRA DIRECTA	1276.14	
<b>GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>		1391.00
MATERIA PRIMA INDIRECTA	1108.80	
COMBUSTIBLES, LUBRICANTES Y REPUESTOS	182.20	
MANTENIMIENTO	100.00	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		1442.80
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	1299.50	
SERVICIOS BÁSICOS	97.50	
MATERIALES DE OFICINA	14.72	
UTILES DE ASEO	31.08	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		692.10
SUELDOS VENTAS	587.43	
PÚBLICIDAD	104.67	
<b>IMPREVISTOS 5%</b>		618.10
<b>TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE</b>		<b>12980.14</b>

FUENTE: Cuadros del 40 al 50

ELABORACION: El Autor

## INVERSIONES

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de maquinaria.

## RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

El resumen de las inversiones se muestra en los cuadros expuestos a continuación:

**CUADRO 52**  
**INVERSIONES TOTALES**

INVERSIONES	PARCIAL	TOTAL
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>95459.70</b>
TERRENO	24000.00	
CONSTRUCCIONES	33200.00	
MAQUINARIA Y EQUIPO	7600.00	
HERRAMIENTAS	404.00	
EQUIPO DE COMPUTO	3200.00	
EQUIPO DE OFICINA	460.00	
MUEBLES Y ENSERES	2050.00	
VEHICULO	20000.00	
IMPREVISTOS 5%	4545.70	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>3150.00</b>
ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN	1000.00	
ESTUDIOS DE INGENIERÍA	500.00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1000.00	
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Y OPERACIÓN	500.00	
IMPREVISTOS 5%	150.00	
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		<b>12980.14</b>
COSTO PRIMO	8836.14	
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	1391.00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1442.80	
GASTOS DE VENTAS	692.10	
IMPREVISTOS 5%	618.10	
<b>TOTAL DE INVERSIONES</b>		<b>111589.84</b>

FUENTE: Cuadros 36,37 y 51

ELABORACION: El autor

## FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos

### a. FUENTES INTERNAS

El 55.19% del total de la inversión que corresponde a \$ 61.589,84 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

### b. FUENTES EXTERNAS

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco de Pichincha, ya que es el organismo que otorga créditos a largo plazo y con intereses más bajos a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco de Pichincha constituirá el 44.81 % que corresponde a \$ 50.000 dólares a 3 años plazo al 16% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de las adecuaciones. Esto en el primer mes, en consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

**CUADRO 53  
FINANCIAMIENTO**

FUENTE	%	MONTO
Capital Propio	55.19	61.589,84
Crédito	44.81	50.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>111.589.84</b>

FUENTE: Cuadro 51

ELABORACIÓN: El Autor

**CUADRO 54**  
**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

<b>AÑO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS 16% ANUAL</b>	<b>DIVIDENDO MENSUAL</b>	<b>SALDO CAPITAL</b>
0				50.000,00
1	1.388,89	666,67	2.055,56	48.611,11
2	1.388,89	648,15	2.037,04	47.222,22
3	1.388,89	629,63	2.018,52	45.833,33
4	1.388,89	611,11	2.000,00	44.444,44
5	1.388,89	592,59	1.981,48	43.055,56
6	1.388,89	574,07	1.962,96	41.666,67
7	1.388,89	555,56	1.944,44	40.277,78
8	1.388,89	537,04	1.925,93	38.888,89
9	1.388,89	518,52	1.907,41	37.500,00
10	1.388,89	500	1.888,89	36.111,11
11	1.388,89	481,48	1.870,37	34.722,22
12	1.388,89	462,96	1.851,85	33.333,33
13	1.388,89	444,44	1.833,33	31.944,44
14	1.388,89	425,93	1.814,81	30.555,56
15	1.388,89	407,41	1.796,30	29.166,67
16	1.388,89	388,89	1.777,78	27.777,78
17	1.388,89	370,37	1.759,26	26.388,89
18	1.388,89	351,85	1.740,74	25.000,00
19	1.388,89	333,33	1.722,22	23.611,11
20	1.388,89	314,81	1.703,70	22.222,22
21	1.388,89	296,3	1.685,19	20.833,33
22	1.388,89	277,78	1.666,67	19.444,44
23	1.388,89	259,26	1.648,15	18.055,56
24	1.388,89	240,74	1.629,63	16.666,67
25	1.388,89	222,22	1.611,11	15.277,78
26	1.388,89	203,7	1.592,59	13.888,89
27	1.388,89	185,19	1.574,07	12.500,00
28	1.388,89	166,67	1.555,56	11.111,11
29	1.388,89	148,15	1.537,04	9.722,22
30	1.388,89	129,63	1.518,52	8.333,33
31	1.388,89	111,11	1.500,00	6.944,44
32	1.388,89	92,59	1.481,48	5.555,56
33	1.388,89	74,07	1.462,96	4.166,67
34	1.388,89	55,56	1.444,44	2.777,78
35	1.388,89	37,04	1.425,93	1.388,89
36	1.388,89	\$ 18,52	1.407,41	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>50.000,00</b>		<b>62.333,33</b>	

FUENTE: Cuadro 52

ELABORACIÓN: El Autor

## **PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS**

### **PRESUPUESTO DE COSTOS**

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable.

Lo presupuestario de estos costos requiere ser proyectados para la vida útil estimada del proyecto, por lo que se debe considerar dicha proyección tomando en cuenta la tasa de inflación anual, de acuerdo a la situación económica y perspectivas del periodo en el cual se va a realizar este presupuesto, como se lo indica en el siguiente cuadro:

**CUADRO 55**  
**PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**

<b>COSTOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTO PRIMO</b>	<b>119,339.28</b>	<b>124,303.79</b>	<b>129,474.83</b>	<b>134,860.98</b>	<b>140,471.20</b>
Materia Prima Directa	90,720.00	94,493.95	98,424.90	102,519.38	106,784.18
Materia Prima Indirecta	13,305.60	13,859.11	14,435.65	15,036.18	15,661.68
Mano de Obra directa	15,313.68	15,950.73	16,614.28	17,305.43	18,025.34
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>3,386.40</b>	<b>3,527.27</b>	<b>3,674.01</b>	<b>3,826.85</b>	<b>3,986.04</b>
Combustibles, Lubricantes y Repuestos	2,186.40	2,277.35	2,372.09	2,470.77	2,573.56
Mantenimiento	1,200.00	1,249.92	1,301.92	1,356.08	1,412.49
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>17,313.60</b>	<b>18,033.85</b>	<b>18,784.05</b>	<b>19,565.47</b>	<b>20,379.39</b>
Sueldos Administrativos	15,594.00	16,242.71	16,918.41	17,622.21	18,355.30
Servicios Básicos	1,170.00	1,218.67	1,269.37	1,322.17	1,377.18
Materiales de Oficina	176.64	183.99	191.64	199.61	207.92
Útiles de Aseo	372.96	388.48	404.64	421.47	439.00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>8,305.14</b>	<b>8,650.63</b>	<b>9,010.50</b>	<b>9,385.34</b>	<b>9,775.77</b>
Sueldos de Ventas	7,049.10	7,342.34	7,647.78	7,965.93	8,297.31
Publicidad	1,256.04	1,308.29	1,362.72	1,419.41	1,478.45
<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>7,000.26</b>	<b>7,000.26</b>	<b>7,000.26</b>	<b>6,040.26</b>	<b>6,040.26</b>
Construcciones	1,494.00	1,494.00	1,494.00	1,494.00	1,494.00
Maquinaria y Equipo	684.00	684.00	684.00	684.00	684.00
Herramienta	36.36	36.36	36.36	36.36	36.36
Equipo de Computo	960.00	960.00	960.00	0.00	0.00
Equipo de Oficina	41.40	41.40	41.40	41.40	41.40
Muebles y enseres	184.50	184.50	184.50	184.50	184.50
Vehículo	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>7,407.78</b>	<b>4,741.11</b>	<b>2,074.44</b>	<b>630.00</b>	<b>630.00</b>
Amortización de Activo Diferido	630.00	630.00	630.00	630.00	630.00
Interés Préstamo	6,777.78	4,111.11	1,444.44	0.00	0.00
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>162,752.46</b>	<b>166,256.92</b>	<b>170,018.09</b>	<b>174,308.90</b>	<b>181,282.67</b>

FUENTE: Cuadros del 37 al 47 y del 52 al 54 Tasa de Inflación 2012 (4.16%)

ELABORACIÓN: El Autor

## INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por la venta de unidades de extracto de Noni.

Los ingresos a establecerse en la vida útil de la empresa como se indica a continuación, se ha determinado principalmente el precio unitario de venta.

Se considera un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 50% en función a la competencia. Para la determinación del precio para su comercialización aplicaremos la siguiente fórmula matemática.

$$PV = \text{Costo Unitario} + MU$$

$$\text{Costo Unitario} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Nro. de Productos}}$$

$$CU = \frac{CT}{\text{Nro. P.}}$$

$$CU = \frac{162752.46}{24192}$$

$$CU = 6.73$$

$$PUV = CU + MU$$

$$PUV = 6.73 + 50\%$$

$$PUV = 10.10$$

Una vez determinado el precio de venta de frasco de 500 ml de Extracto de Noni para el primer año, se proyecta para los 5 años de vida útil del proyecto y luego se determina el presupuesto anual de ingresos, el cual detallamos en el siguiente cuadro:

**CUADRO 56**  
**INGRESOS TOTALES**

AÑO	COSTOS TOTALES	FRASCOS DE EXTRACTO DE NONI PRODUCIDOS	COSTO X FRASCO	MARGEN DE UTILIDAD (50%)	PRECIO DE VENTA X FRASCO	INGRESOS TOTALES
1	162,752.46	24,192.00	6.73	3.36	10.09	244,128.69
2	166,256.92	24,192.00	6.87	3.44	10.31	249,385.38
3	170,018.09	25,704.00	6.61	3.31	9.92	255,027.14
4	174,308.90	25,704.00	6.78	3.39	10.17	261,463.35
5	181,282.67	27,216.00	6.66	3.33	9.99	271,924.01

FUENTE: Cuadros 27 y 55

ELABORACION: El Autor

### **ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.**

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período. También se lo denomina Estado de Resultados demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

**CUADRO. 57**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS**

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VENTAS	244,128.69	249,385.38	255,027.14	261,463.35	271,924.01
(-) COSTO TOTAL	162,256.92	166,256.92	170,018.09	174,308.90	181,282.67
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	81,871.77	83,128.46	85,009.05	87,154.45	90,641.34
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES	12,280.77	12,469.27	12,751.36	13,073.17	13,596.20
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPTO RTA	69,591.00	70,659.19	72,257.69	74,081.28	77,045.14
(-) 25% DE IMPUESTO A LA RENTA	17,397.75	17,664.80	18,064.42	18,520.32	19,261.28
(=) UTILIDAD LIQUIDA DE EJERCICIO	52,193.25	52,994.39	54,193.27	55,560.96	57,783.85
(-) RESERVA LEGAL 10%	5,219.33	5,299.44	5,419.33	5,556.10	5,778.39
<b>(=) UTILIDAD NETA PARA SOCIOS</b>	<b>46,973.93</b>	<b>47,694.95</b>	<b>48,773.94</b>	<b>50,004.87</b>	<b>52,005.47</b>

FUENTE: Cuadro 55 Y Cuadro 56

ELABORACIÓN: El Autor

### **COSTOS FIJOS Y VARIABLES.**

**COSTOS FIJOS.-** Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen de producción.

**COSTOS VARIABLES.-** Son aquellas que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada, en función de las ventas y de producción, utilizando además la forma gráfica para su representación.

**CUADRO 58**  
**CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS EN FIJOS Y VARIABLES**

COSTOS	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
<b>COSTO PRIMO</b>	<b>0,00</b>	<b>119,339.28</b>	<b>0,00</b>	<b>140,471.20</b>
Materia Prima Directa		90,720.00		106,784.18
Materia Prima Indirecta		13,305.60		15,661.68
Mano de Obra Directa		15,313.68		18,025.34
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>		<b>3,386.40</b>		<b>3,986.05</b>
Combustibles, Lubricantes y Repuestos		2,186.40		2,573.56
Mantenimiento		1,200.00		1,412.49
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>17,313.60</b>	<b>0,00</b>	<b>20,379.40</b>	<b>0,00</b>
Sueldos Administrativos	15,594.00		18,355.30	
Servicios Básicos	1,170.00		1,377.18	
Materiales de Oficina	176.64		207.92	
Útiles de Aseo	372.96		439.00	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>8,305.14</b>	<b>0,00</b>	<b>9,775.76</b>	<b>0,00</b>
Sueldos de Ventas	7,049.10		8,297.31	
Publicidad	1,256.04		1,478.45	
<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>7,000.26</b>	<b>0,00</b>	<b>6,040.26</b>	<b>0,00</b>
Construcciones	1,494.00		1,494.00	
Maquinaria y Equipo	684		684.00	
Herramientas	36.36		36.36	
Equipo de Computo	960.00		0.00	
Equipo de Oficina	41.40		41.40	
Muebles y Enseres	184.50		184.50	
Vehículo	3,600.00		3,600.00	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>7,407.78</b>	<b>0,00</b>	<b>630.00</b>	<b>0,00</b>
Amortización de Activo Diferido	630		630	
Interese de Préstamo	6,777.78		0,00	
<b>TOTAL DE COSTO</b>	<b>40,026.78</b>	<b>122,725.68</b>	<b>36,825.42</b>	<b>144,457.25</b>

FUENTE: Cuadro 55

ELABORACIÓN: El Autor

## PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como **PUNTO MUERTO**, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

### Análisis del Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ingresos o de operación en el cual la empresa no tiene utilidades ni pérdidas, es decir los ingresos son iguales a los costos. El punto de equilibrio se calcula mediante dos métodos: matemáticamente y gráficamente.

#### AÑO 1

#### MATEMATICAMENTE

#### EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{40026.78}{244128.69 - 122725.68} \times 100$$

$$PE = 32.97\%$$

**EN FUNCION DE LAS VENTAS**

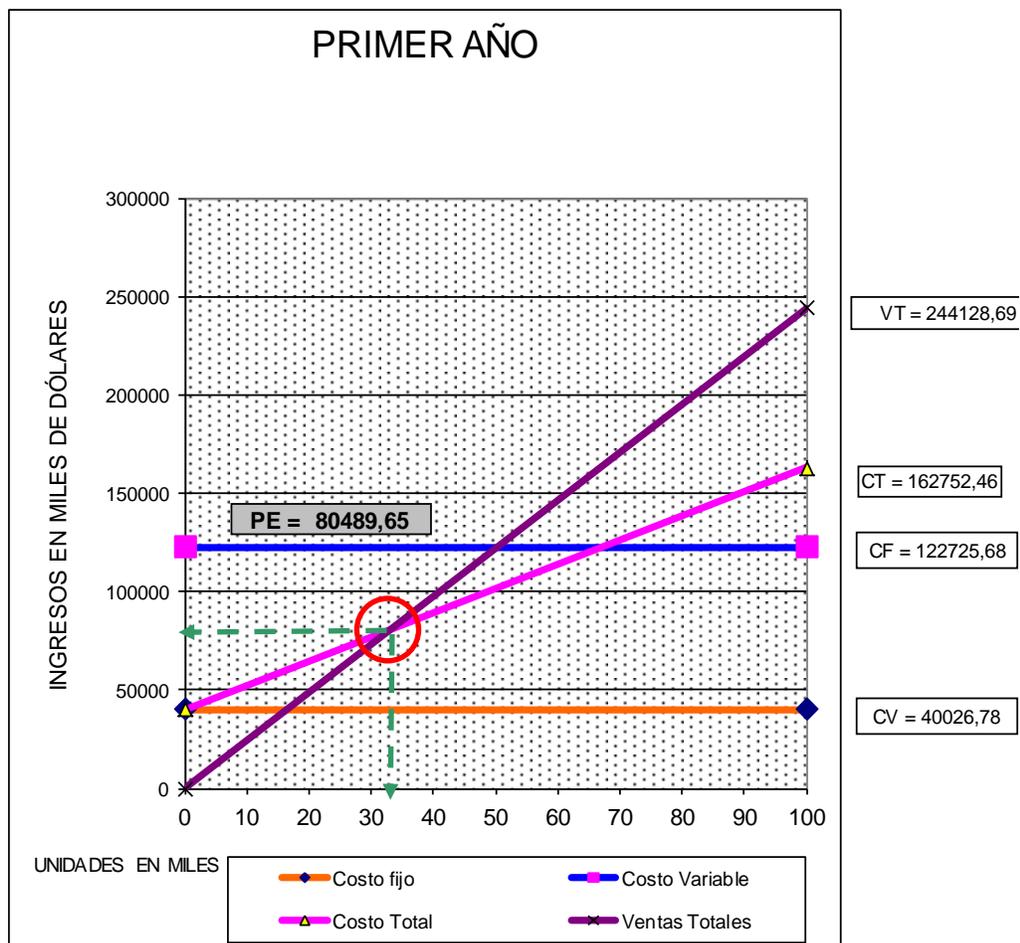
$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{40026.78}{1 - \frac{122725.68}{244128,69}}$$

$$PE = \frac{40026.78}{1 - 0.50270896}$$

$$\mathbf{PE = 80489.65}$$

GRAFICA 27  
EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: El Autor

Como se puede verificar en el gráfico en el año 1 la empresa obtendrá su punto de equilibrio cuando trabaje con una capacidad instalada del 32,97 % y cuando venda 80.489,65 en este punto la empresa no gana ni pierde.

**AÑO 5**  
**MATEMATICAMENTE**  
**EN FUNCION DE L CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{36825.42}{271924.01 - 144457.25} \times 100$$

$$PE = \frac{36825.42}{127466.76} \times 100$$

$$PE = 28.89\%$$

**EN FUNCION DE LAS VENTAS**

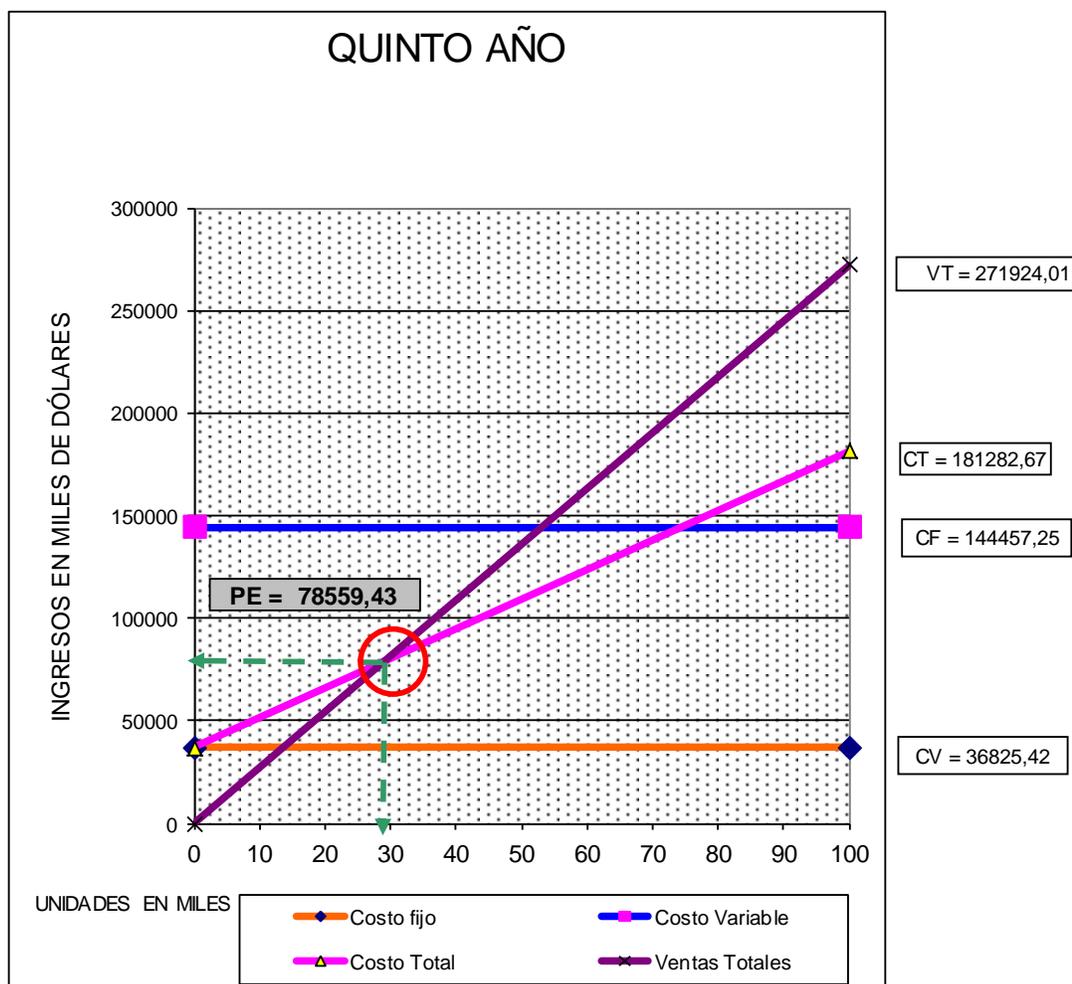
$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{36825.42}{1 - \frac{144457.25}{271924.01}}$$

$$PE = \frac{36825.42}{1 - 0.53124125}$$

$$PE = 78559.43$$

GRAFICA 28  
EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: El Autor

Como se puede determinar en el año 5 la empresa obtendrá su punto de equilibrio cuando trabaje con una capacidad instalada del 28,89% y cuando venda 78.559,43 en este punto la empresa no gana ni pierde.

## FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja.

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

**CUADRO 59**  
**FLUJO DE CAJA**

INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		244,128.69	249,385.38	255,027.14	261,463.35	271,924.01
VALOR RESIDUAL				320.00		2,000.00
CAPITAL PROPIO	61,589.84					
CAPITAL EXTERNO	50,000.00					
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>111,589.84</b>	<b>244,128.69</b>	<b>249,385.38</b>	<b>255,347.14</b>	<b>261,463.35</b>	<b>273,924.01</b>
EGRESOS						
INVERSION INICIAL	111,589.84					
(-) COSTO TOTAL		162,752.46	166,256.92	170,018.09	174,308.90	181,282.67
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>111,589.84</b>	<b>162,752.46</b>	<b>166,256.92</b>	<b>170,018.09</b>	<b>174,308.90</b>	<b>181,282.67</b>
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		81,376.23	83,128.46	85,329.05	87,154.45	92,641.34
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES		12,206.43	12,469.27	12,799.36	13,073.17	13,896.20
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPTO RTA</b>		69,169.80	70,659.19	72,529.69	74,081.28	78,745.14
(-) 25% DE IMPUESTO A LA RENTA		17,292.45	17,664.80	18,132.42	18,520.32	19,686.28
<b>(=) UTILIDAD LIQUIDA DE EJERCICIO</b>		51,877.35	52,994.39	54,397.27	55,560.96	59,058.85
(+) DEPRECIACIONES		7,000.26	7,000.26	7,000.26	6,040.26	6,040.26
(+) AMORTIZACIONES		630.00	630.00	630.00	630.00	630.00
<b>FLUJO NETO</b>	<b>0.00</b>	<b>59,507.61</b>	<b>60,624.65</b>	<b>62,027.53</b>	<b>62,231.22</b>	<b>65,729.11</b>

FUENTE: Cuadro 55 Y 56

ELABORACIÓN: El Autor

## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

Para definir finalmente si se opta ejecutar el proyecto e implementar la empresa es necesario contar además del estudio económico con una base sólida y técnica que permita con certeza tomar una u otra decisión; para ello se efectúa la evaluación financiera del proyecto con al menos cinco indicadores: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio – costo, periodo de recuperación de capital y análisis de sensibilidad del proyecto.

En base a dichos resultados se podrá determinar además la rentabilidad y viabilidad financiera del proyecto. Esta es una de las fases más importantes al momento de decidir la puesta en marcha del negocio y el proyectista debe tener cautelosa determinación e interpretación ante cada uno de los indicadores.

Para poder efectuar dicha evaluación es necesario contar primeramente con el Flujo de Caja proyectado para todos los años de vida útil determinados para el proyecto, considerando los ingresos y egresos reales de dinero en la empresa si se pusiera en marcha.

### **VALOR ACTUAL NETO**

Consiste en actualizar a valor presente los flujos de caja futuros, que va a generar el proyecto, descontados a un cierto tipo de interés (la tasa de descuento), y compararlos con el importe inicial de la inversión.

El valor actual neto representa el total de los recursos que quedan en la empresa al final de su vida útil.

Se tomó como base el 16% porque es el porcentaje del interés del costo del préstamo realizado al Banco de Pichincha.

### FORMULA

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$

### DATOS

**Inversión Inicial** I = 50000 dólares

**Vida Útil** 5 años

**Tasa de Interés** 16%

**CUADRO 60  
VALOR ACTUAL NETO**

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACION 16%	VALOR ACTUALIZADO
0	111,589.84		
1	59,507.61	0.862068966	51,299.66
2	60,624.65	0.743162901	45,053.99
3	62,027.53	0.640657674	39,738.41
4	62,231.22	0.552291098	34,369.75
5	65,729.11	0.476113015	31,294.48
	<b>Sumatoria valor actualizado</b>		<b>201,756.30</b>
		Inversión	111,589.84
		<b>VAN AL 16%</b>	<b>90,166.46</b>

**VAN = SUMATORIA FLUJO NETO – INVERSION INICIAL**

**VAN = 201,756.30 – 111,589.84**

**VAN = 90,166.46**

**Análisis:** Si el VAN es mayor a uno el proyecto se acepta

Si el VAN es igual a uno el proyecto es indiferente

Si el VAN es menor a uno el proyecto se rechaza

Como el VAN es positivo el proyecto se acepta, esto significa que el valor de la empresa aumentará.

### **TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

La tasa interna de retorno, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

**CUADRO 61  
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		46.00%		47.00%	
0	<b>111589.84</b>		<b>111,589.84</b>		<b>111,589.84</b>
1	59507.61	0.684932	40,758.64	0.680272	40,481.37
2	60624.65	0.469131	28,440.91	0.462770	28.055.28
3	62027.53	0.321323	19,930.85	0.314810	19.526.86
4	62231.22	0.220084	13,696.10	0.214156	13.327.20
5	65729.11	0.150743	9,908.17	0.145684	9.575.71
			<b>1144.83</b>		<b>-623.42</b>

$$\text{TIR} = \text{Tm} + \text{Dt} \left( \frac{\text{VAN MENOR}}{\text{VAN MENOR} - \text{VAN MAYOR}} \right)$$

$$\text{TIR} = 46 + 1 \left( \frac{1144.83}{1786.25} \right)$$

$$\text{TIR} = 46.65\%$$

**Análisis:** Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente ejecutar el proyecto

Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto

En el presente proyecto la TIR es de 46.65 %, siendo esta muy superior al costo del capital, por lo cual es conveniente la realización del proyecto.

### **PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que la empresa recupere la inversión inicial de capital.

**CUADRO 62**  
**PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO ACUMULADO
0	111,589.84		
1		59,507.61	59,507.61
2		60,624.65	120,132.26
3		62,027.53	182,159.79
4		62,231.22	244,391.01
5		65,729.11	310,120.12

$$\text{PRC} = \text{AÑO ANTERIOR ACUBRIR LA INVERSION} + \frac{\text{SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERE LA INVERSION} - \text{INVERSION}}{\text{FLUJO NETO ANO QUE SUPERA LA INVERSION}}$$

$$\text{PRC} = 1 + \frac{120,132.26 - 111,589.84}{60,624.65}$$

$$\text{PRC} = 1.1409$$

$$\text{PRC} = 1 \text{ AÑO}$$

$$\text{PRC} = 0.1409 \times 12 = 1 \text{ MES}$$

$$\text{PRC} = 0.6908 \times 30 = 20 \text{ DIAS}$$

La inversión del proyecto se la recuperará en 1 año, 1 mes y 20 días.

## RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

Es otro indicador financiero que permite medir cuanto se conseguiría en dólares por cada dólar invertido, se lo determina actualizando los ingresos por un lado y por otro lado los egresos por lo que se considera el valor de actualización.

**CUADRO 63**  
**RELACION BENEFICIO COSTO**

PERIODO	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZACION 12%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO	FACT. ACTUALIZACION 12%	INGRESO ACTUALIZADO
0	115,953.62					
1	162,256.92	0.892857143	144,872.25	244,128.69	0.892857143	217,972.04
2	166,256.92	0.797193878	132,539.00	249,385.38	0.797193878	198,808.50
3	170,018.09	0.711780248	121,015.52	255,027.14	0.711780248	181,523.28
4	174,308.90	0.635518078	110,776.46	261,463.35	0.635518078	166,164.69
5	181,282.67	0.635518078	115,208.41	271,924.01	0.635518078	172,812.62
<b>TOTAL COSTO ACTUALIZADO</b>			<b>624,411.64</b>	<b>INGRESO ACTUALIZADO</b>		<b>937,281.13</b>

$$RB/C = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$RB/C = \frac{937,281.13}{624,411.64}$$

$$RB/C = 1.50$$

**Análisis:** Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto

Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente

Si R (B/C) es menor a uno se rechaza el proyecto

La empresa NONIVIDA, tiene una relación de beneficio – costo de \$ 1.50 lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá un beneficio de \$ 0.50.

### ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En el proyecto se ha estimado que las variaciones con mayor incertidumbre, son los costos y los ingresos, por lo tanto se ha considerado determinar hasta qué punto la empresa soporta un incremento en los costos, lo cual se puede apreciar en el siguiente cuadro.

**CUADRO 64**  
**ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 36,55 % EN LOS COSTOS**

AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		36.55%			0.98%		1.09%	
0						111,589.84		111,589.84
1	162,756.46	222236.86	244,128.69	21,891.83	0.99030	21,679.38	0.98922	21,655.79
2	166,256.92	227022.16	249,385.38	22,363.22	0.98049	21,931.26	0.97855	21,883.56
3	170,018.09	232158.01	255,027.14	22,869.13	0.97088	22,209.75	0.96800	22,137.32
4	174,308.90	238017.06	261,463.35	23,446.29	0.96136	22,549.28	0.95756	22,451.29
5	181,282.67	247539.67	271,924.01	24,384.34	0.95194	23,223.85	0.94724	23,097.77
						<b>3.67</b>		<b>-364.11</b>

$$NTIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN \text{ MENOR}}{VAN \text{ MENOR} - VAN \text{ MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 0.98 + 0.11 \left( \frac{3.67}{367.78} \right) = 0.98\%$$

$$DIFERENCIAS TIR = 46.65 - 0.98 = 45.67\%$$

$$PORCENTAJE \text{ DE VARIACION} = \frac{45.67}{46.65} = 0.978992 \%$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{0.978992}{0.98} = 0.99$$

**Análisis:** Si el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible

Si el coeficiente de sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno

Si el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un incremento en los costos del 36.55%.

**CUADRO 66**  
**ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 14,15% EN LOS INGRESOS**

AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ACTUALIZADO	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			14.15%		33.00%		33.21%	
0						111,589.84		111,589.84
1	162,756.46	244,128.69	209,589.36	60,731.08	0.7519	35,215.72	0.7507	35,160.20
2	166,256.92	249,385.38	214,102.34	62,150.33	0.5653	27,048.12	0.5635	26,962.91
3	170,018.09	255,027.14	218,945.90	63,844.37	0.4251	20,797.01	0.4230	20,698.80
4	174,308.90	261,463.35	224,471.52	66,231.75	0.3196	16,031.48	0.3176	15,930.63
5	181,282.67	271,924.01	223,452.20	68,906.24	0.2403	12,535.99	0.2384	12,437.49
						38.47		-399.81

$$\text{NTIR} = T_m + Dt \left( \frac{\text{VAN MENOR}}{\text{VAN MENOR} - \text{VAN MAYOR}} \right)$$

$$\text{NTIR} = 33.02 + 0.21 \left( \frac{38.47}{438.28} \right) = 33\%$$

$$\text{DIFERENCIAS TIR} = 46.65 - 33 = 13.65\%$$

$$\text{PORCENTAJE DE VARIACION} = \frac{13.63}{46.65} = 29.17\%$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{29.17}{33.18} = 0.99$$

**Análisis:** Si el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible

Si el coeficiente de sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno

Si el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste una disminución en los ingresos del 14.15%.

## **h) CONCLUSIONES**

Al analizar los resultados generales de todo el estudio realizado se determinó las siguientes conclusiones:

- En el Estudio de Mercado se pudo determinar que existe una amplia demanda insatisfecha 890.554, con lo que la empresa NONIVIDA tendría un amplio segmento por cubrir.
- La implementación de la empresa dedicada a la producción y comercialización de Noni para el sector sur de la ciudad de Quito cubrirá el 51,78% de la demanda insatisfecha con la utilización del 100% de la capacidad instalada.
- La empresa estará localizada en el barrio de Guamaní localizado en el sector sur de la ciudad de Quito, dispondrá de un terreno propio de 300m<sup>2</sup> y una infraestructura de 300 m<sup>2</sup>, dotada de todos los servicios indispensables para el normal funcionamiento de la empresa.
- En el proceso productivo para la elaboración de extracto de Noni se utilizarán maquinarias y equipos de última tecnología, a fin de garantizar la obtención de un producto de óptima calidad, nutritivo, sano y natural.
- Las inversiones totales del proyecto suman un valor de \$111.589,84 mismos que serán financiados con recursos propios a través de la aportación de los socios de \$61.589,84 (55,19%) y con fuentes externas con la obtención de un préstamo a una entidad financiera por el valor de USD \$ 50.000,00 (44,81%), el mismo que

será solicitado a un plazo de 3 años, con una Tasa Activa Máxima del 16% de acuerdo a la tasa vigente autorizada por el BCE:

- Los indicadores de la evaluación financiera presentan los siguientes resultados:
  - **VAN** positivo de \$90.166,46, lo que indica que el proyecto de inversión es conveniente.
  - **TIR** es mayor al costo de capital en un porcentaje de 46,65%
  - **R (B/C)** \$1,50 dólares
  - **PRC** el capital se recuperará en 1 año 1 mes.
  - **ANALISIS DE SENSIBILIDAD** el proyecto resiste un incremento en los costos del 36,55% y una disminución en los ingresos del 14,15%, razón por lo cual se considera que el proyecto no es sensible.

**i) RECOMENDACIONES**

Una vez concluido el trabajo de investigación se realiza las siguientes recomendaciones:

- Diseñar estrategias de marketing u otros factores a fin de promocionar el producto en el mercado difundiendo las características nutricionales del mismo.
- Realizar la contratación de mano de obra local, reduciendo problemas de desocupación en el sector sur de la ciudad de Quito mejorando su nivel de vida.
- La implementación del proyecto es recomendable bajo el punto de vista económico financiero, como se pudo evidenciar en los indicadores aplicados en el análisis financiero.
- Aprovechar la ubicación facilidades de acceso y servicios básicos que se dispone en el sector sur de la ciudad de Quito a menor costo.

**j) BIBLIOGRAFIA**

- HEINCE, R, 2011, p.45
- AL RIES, 2008
- A.F STONER James, FREEMAN Edward, 1996,
- FRED R. David; 2003
- ENRÍQUEZ, M ,1998
- MONGE G, 2009
- PETERS, Tom 2008
- Esparza, A, 2009
- ISO 9000:2000: "Sistemas de Gestión de la Calidad. Conceptos y Vocabulario
- KOTTLER PHILIP., 2009
- Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008)
- Art. 136 de la Ley de Compañías
- Art. 99 de la ley de Compañías
- AMAT, ORIOL, 2004
- SANTANDREU E, 2009
- AMAT O, 2008
- MONDINO, D, 2007
- Banco Central del Ecuador, 2010
- <http://geoinfo.quito.gob.ec>

**k) ANEXOS****ANEXO 1 FICHA RESUMEN****TEMA****“PROYECTO DE FÁCTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EXTRACTO DE NONI PARA EL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE QUITO”****PROBLEMA**

Uno de los principales problemas existentes en Ecuador ha sido siempre el desempleo y subempleo, mismos que según el Banco Central del Ecuador (BCE, 2011), se encuentra en una tasa del 8%. Esta situación afecta la calidad de vida de los habitantes impidiendo un mayor desarrollo de la sociedad.

El impulso de empresas productoras y comercializadoras, representan una alternativa viable que genera trabajo y satisfacción al mercado, aportando al desarrollo de la economía nacional en base al aprovechamiento de productos tradicionales que gozan de alta cantidad de nutrientes que son ideales para el consumo humano.

En la ciudad de Quito el desempleo y subempleo es denominado como un problema social, mismo que nos sirve como tema de reflexión para buscar los mejores caminos para solucionarlos. Debemos tener convicción absoluta de que parte de una vida con dignidad para el ser humano, es un empleo que nos permita vivir luchando contra la pobreza.

Se debe apoyar el aumento de fuentes de trabajo a través de la creación y fortalecimiento de empresas nuevas y al mejoramiento de empresas existentes, con énfasis en la innovación; de tal manera que todas sean capaces de colaborar y aportar al crecimiento económico de cada uno de sus territorios y de forma global a las existentes.

Es importante mencionar que en los últimos años el crecimiento desmedido de enfermedades se ha incrementado en nuestro país, las mismas son ocasionadas por malos hábitos alimenticios, consumo de grasas saturadas, falta de actividad física y sedentarismo, es tan evidente esta realidad, que continuamente nos informan de cifras e índices negativos en términos de salud.

Razón por la cual el presente proyecto fomenta la creación de la empresa dedicada a la producción y comercialización de extracto de Noni, presentando productos de alta calidad que permita paralelamente la satisfacción de las necesidades de los clientes en lo concerniente a prevención de la salud y apoyando a la creación de nuevas plazas de empleo que mejorará la situación socio económica de los habitantes del sector sur de la ciudad de Quito.

#### **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:**

EL DESAPROVECHAMIENTO DE LA DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA EXISTENTE EN EL SECTOR LOS BANCOS, ESPECÍFICAMENTE DEL NONI, NO HA FACILITADO QUE SE IMPLEMENTE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE EXTRACTO DE NONI, QUE PERMITA GENERAR UNA EMPRESA QUE FORTALEZCA

AL SECTOR PRODUCTIVO DEL PAÍS Y QUE DISMINUYA EN CIERTA PARTE EL DESEMPLEO Y SUBEMPLEO DEL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE QUITO.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora del extracto del Noni para el sector Sur de la Ciudad de Quito.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Realizar el estudio de mercado para determinar las demandas y oferta del producto.
- Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto
- Construir la estructura organizativa y legal acorde a los requerimientos de la empresa.
- Desarrollar el estudio económico que determine la inversión requerida, presupuestos, los balances y fuentes de financiamiento requeridas para consolidar el proyecto determinando la factibilidad financiera, rentabilidad y sensibilidad del proyecto.
- Evaluar la factibilidad financiera, rentabilidad del proyecto y sensibilidad del proyecto, aplicando los métodos de evaluación como: VAN, TIR, Beneficio – Costo para la implantación del proyecto.

## **METODOLOGIA**

Los métodos que se utilizarán en el proyecto son:

### **METODOS GENERALES**

**Método Científico:** Este método se utilizará para seguir un procedimiento ordenado y lógico, que se sigue para adquirir los conocimientos, a través de la información obtenida en: libros, revistas, internet, etc., el investigador se vale de este método para poder continuar con su proceso investigativo en base a su razonamiento e intuición.

Este método es un modelo general de acercamiento de la realidad donde caben los procedimientos, herramientas y técnicas más específicas de la investigación.

Método que se lo aplicará para analizar cada uno de los resultados obtenidos en la investigación.

### **METODOS ESPECIFICOS**

**Método Inductivo:** Es aquel que permite estudiar la mayor cantidad de situaciones, hechos o aspectos particulares, pasar del conocimiento específico y particular al conocimiento general y universal; observando sus características esenciales a fin de determinar sus regularidades, que permitirán establecer comportamientos y funcionamiento de parámetros estudiados.

Método que se aplicará en el estudio organizacional y financiero de la empresa mediante el cual se llegará a obtener conclusiones y recomendaciones en base a la información obtenida.

**Método Deductivo:** Parte de un marco general de referencia y se va hacia un caso en particular. En la deducción se compran las características de un caso objeto y fenómenos y se realiza un diagnostico que sirve para tomar decisiones, por tanto, la definición cobra particular importancia, además permitirá conocer en forma eficiente y oportuna los resultados a través de la elaboración de los estados financieros que respalden la situación económica financiera del proyecto que se realizará.

**Método Analítico:** Método de investigación que consiste en la separación de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Este método permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

A través del método analítico se analizará los diferentes indicadores del estudio de mercado para tomar las decisiones más acertadas con un mínimo de riesgo para el proyecto.

## **TECNICAS**

Es un conjunto de saberes prácticos o procedimientos para obtener el resultado deseado:

### **OBSERVACION**

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del conjunto de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.

Consiste en la inspección y estudio por medio de los sentidos, de las características más sobresalientes del fenómeno a investigar. Mediante esta modalidad se logra la captación de la realidad económica y social para realizar la investigación.

Esta técnica se utilizará para determinar la localización de la empresa, el mercado donde se ofrecerá el producto además de todos los factores que afectaran para el desarrollo del mismo.

## **ENCUESTA**

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

Es impersonal porque el cuestionario no lleve el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos.

Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

Esta técnica será utilizada para conocer si el producto ofertado tendrá acogida en el mercado potencial. La encuesta se realizará a familias que habitan en el sector sur de la ciudad de Quito

**ANEXO 2****FORMATO DE ENCUESTA PARA LOS DEMANDANTES DEL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE QUITO****UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas solicito su ayuda contestando la siguiente encuesta a fin de determinar el estudio de mercado de un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE EXTRACTO DE NONI Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE QUITO”**, por favor contestar las siguientes preguntas:

1. **¿Conoce usted el Extracto de Noni?**  
SI ( ) NO ( )
  
2. **¿Ha consumido usted el Extracto de Noni?**  
SI ( ) NO ( )
  
3. **¿Cuál es la presentación en la que usted compra el Extracto de Noni mensualmente?**
  - 200 ml. ( )
  - 500 ml. ( )
  - 1000 ml. ( )

**4. ¿Cuántas veces al mes usted compra el Extracto de Noni de 500ml?**

- De 1 a 2 frascos. ( )
- De 3 a 4 frascos. ( )
- De 5 a 6 frascos. ( )
- De 7 a 8 frascos. ( )

**5. ¿Por qué razón usted compra el Extracto de Noni?**

- Evitar enfermedades estomacales. ( )
- Mejorar enfermedades respiratorias. ( )
- Controlar enfermedades de la piel. ( )
- Mejorar la memoria. ( )
- Fortalecer el sistema inmunológico. ( )
- Fortalecer su organismo. ( )

**6. ¿Qué precio pagaría usted por el extracto de Noni?**

- \$5,00 ( )
- \$10,00 ( )
- \$15,00 ( )
- \$20,00 ( )

**7. ¿Si se implementara en el sector sur de la ciudad de Quito una nueva empresa productora de Extracto de Noni, estaría dispuesto a comprar el producto ofrecido?**

SI ( ) NO ( )

**8. ¿Qué tipo de servicio le gustaría que la empresa productora de Extracto de Noni, le brindara?**

- Oficina de atención al cliente ( )
- Atención personalizada. ( )

**9. ¿En qué lugar del sector Sur de Quito le gustaría que se encuentre ubicada la empresa productora de Extracto de Noni?**

- Villa Flora. ( )
- Guamani. ( )
- El Recreo. ( )
- Quitumbe. ( )
- La Magdalena. ( )

**10. ¿Por qué medio de publicidad le gustaría conocer este nuevo producto de Extracto de Noni? Marque solo una de las siguientes opciones.**

- Televisión. ( )
- Radio. ( )
- Periódico. ( )
- Hojas Volantes ( )

**11. ¿Qué tipo de envase le gustaría que tenga el producto Extracto de Noni?**

- Frasco de vidrio ( )
- Frasco de Plástico. ( )
- Frasco de Tetrapac. ( )

**12. ¿En qué tipo de establecimiento le gustaría comprar el Extracto de Noni?**

- Farmacias. ( )
- Comisariatos. ( )
- Bodegas. ( )

**Gracias por su colaboración**

**ANEXO 3****FORMATO DE ENCUESTA PARA LOS OFERENTES DE EXTRACTO DE NONI**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas solicito su ayuda contestando la siguiente encuesta a fin de determinar el estudio de mercado de un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE EXTRACTO DE NONI Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE QUITO”**, por favor contestar las siguientes preguntas:

1. **¿En su establecimiento vende Extracto de Noni?**  
SI ( ) NO ( )

2. **¿Qué cantidad de frascos de Extracto de Noni de 500 ml vende semanalmente?**

- De 1 a 25 frascos. ( )
- De 26 a 50 frascos. ( )
- De 50 a 75 frascos. ( )

**Gracias por su colaboración**

## INDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG.</b>
PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	8
MARCO REFERENCIAL	8
MARCO CONCEPTUAL	13
e. MATERIALES Y MÉTODOS	48
f. RESULTADOS	55
g. DISCUSIÓN	70
h. CONCLUSIONES	162
i. RECOMENDACIONES	164
j. BIBLIOGRAFÍA	165
k. ANEXOS	166
ÍNDICE	176