UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE JARABE DE RABANO NATURAL Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE LOJA"

Tesis previa a optar el grado de Ingeniera Comercial

AUTORA:

Pamela Andrea Rosales Calva

DIRECTOR:

Ing. Luis Felipe Ortega Silva

LOJA – ECUADOR

2013

Ing. Com.
Luis Felipe Ortega Silva
DOCENTE DE LA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
Loja, en calidad de DIRECTOR DE TESIS.

***C E R T I F I C A*:**

Haber dirigido el proceso de investigación realizado por la señorita PAMELA ROSALES, en la ejecución del presente trabajo **denominado "*PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE JARABE DE RABANO NATURAL Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE LOJA*"**, de la carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, el mismo que cumple con la reglamentación sobre el sistema de graduación vigente en la Universidad Nacional de Loja, autorizando su presentación.

Atentamente.

Ing. Luis Felipe Ortega Silva
DIRECTOR DE TESIS.

AUTORIA

Los conceptos, ideas, criterios, conclusiones y recomendaciones que contiene el presente trabajo de investigación, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Pamela Andrea Rosales Calva

AGRADECIMIENTO

Con gran gratitud hago mi reconocimiento a la Universidad Nacional de Loja, a los Catedráticos de la Carrera de Administración de Empresas, Modalidad de Estudios a Distancia, quienes con sus conocimientos y experiencia, contribuyeron a mi formación.

Quiero dejar constancia de mi agradecimiento al Ing. Luis Felipe Ortega Silva, quien como Director de Tesis ha apoyado el desarrollo y culminación del presente trabajo de investigación.

La autora

DEDICATORIA

A Dios

Por darme la oportunidad de vivir y por permitirme alcanzar uno de mis sueños. Gracias Dios por la fuerza y voluntad que me diste para terminar esta carrera.

A mis Padres: Marco Rosales y Clemencia Calva

Por su amor, compresión y paciencia que me han tenido, porque han dedicado parte de su vida en brindarme la mejor herencia, una carrera profesional. Hoy puedo decirles que he alcanzado una de mis metas y he hecho realidad uno de mis sueños.

A mis Hermanas: Belén, Erika y Julissa

Que con su carisma jamás me dejaron decaer y por el constante apoyo y cariño que he recibido en todo momento.

A toda mi familia

Gracias por el apoyo que he recibido para terminar con éxito mi carrera profesional

A mis amigos

A todos mis amigos y amigas que han estado en todas las etapas de mi vida, por preocuparse siempre por mí. Por sus concejos, cariño y amistad incondicional, muchas gracias.

Con Cariño

Pamela

a. TITULO

a. TÍTULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE JARABE DE RÁBANO NATURAL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA"

b. RESUMEN

b. RESUMEN

El proyecto a ejecutarse elaborará un producto natural, que no afecte la salud de las personas ni al medio ambiente, esto que no sucede con otros medicamentos que por curar una enfermedad hacen aparecer otra, alterando de manera repentina el sistema nervioso. Además este trabajo pretende ayudar a las personas que padecen de tos a expulsarla flema albergada en sus pulmones, y de paso evitar a que su salud se agrave llegando adquirir nuevas enfermedades muy graves como la neumonía, bronquitis, insuficiencia cardíaca congestiva, embolia pulmonar, asma, alergias que pueden llevarlo a la muerte.

Con este producto se intenta disminuir la mortalidad de las personas especialmente de niños y adultos causada por enfermedades respiratorias comunes en nuestro medio, se necesita personas sanas para que puedan contribuir con el desarrollo de social, político y económico de la provincia de Loja.

Por último este proyecto tendrá la función social de contrarrestar el desempleo (7,1% en el trimestre anterior del año 2011), el subempleo (46,7%)que son las principales lacras de la sociedad.

La creación de una empresa dedicada a elaborar jarabe de rábano natural en la provincia de Loja contribuirá a consolidar el tejido económico de este sector, primero porque habrá apertura de fuentes de trabajo, lo que le permitirá al empleado cubrir su canasta básica; y segundo porque se da la

oportunidad a los inversionistas en ejecutar este proyecto que les generará rentabilidad.

En la introducción se presenta un breve análisis de la situación económica de nuestro país y de nuestra provincia en cuento se refiere a la implementación de esta nueva empresa. La metodología utilizada presenta las técnicas de recolección de información y los métodos de investigación que se utilizaron para presentar los resultados de este trabajo.

El estudio de mercado inicio con la aplicación de 397 encuestas divididas por familias, lográndose determinar que si existe demanda de este producto; en cuento a la oferta, de igual manera se encuesto a 25 centros naturistas, farmacias y tiendas que venden este producto, lo cual nos permitió establecer los parámetros necesarios para efectuar el análisis. El Estudio de Mercado determina que la empresa es factible ponerla en marcha de acuerdo a los datos obtenidos de la demanda insatisfecha de 18.745 frascos de jarabe de rábano natural de 125 ml.

En cuanto al estudio técnico, al tamaño se lo considero los factores condicionantes para una adecuada infraestructura como son la demanda, la disponibilidad de insumos, la capacidad financiera de la empresa y un espacio físico que permita realizar los procesos de producción y comercialización del producto terminado.

La empresa estar ubicada en Av. 6 de Diciembre y Salamanca. En cuanto a la ingeniería del proyecto se presenta el proceso productivo con todas las fases.

De acuerdo al estudio de la organización, se ha propuesto una compañía limitada, por las condiciones favorables que presenta este tipo de compañía.

El estudio financiero presenta a más de los presupuestos necesarios para establecer la inversión y posible financiamiento, la evaluación del proyecto con todos y cada uno de los indicadores financieros que determinan si es o no aconsejable llevar a cabo la inversión y ejecución del siguiente proyecto.

ABSTRACT

The project to execute itself will make a natural product, that does not affect the health of the people nor to the environment, something that does not happen to other medecines that to cure a disease make appear another one, altering of sudden way the nervous system. In addition this work tries to help to the people who suffer of cough to expel it flema lodged in their lungs, and of step to avoid to that its health worsens arriving to acquire new very serious diseases like the pneumonia, bronchitis, pulmonary congestive cardiac insufficiency, embolia, asthma, allergies that can take it to the death. With this product it is tried to especially diminish the mortality of the people of children and adults caused by respiratory diseases common in our means, it is needed healthy people so that they can contribute with the social, political and economic development of of the province of Loja. Finally this project will have the social function to resist unemployment (7.1% in the previous trimester of year 2011), under employment (46.7%) that is the main ones you damage of the society.

The creation of a dedicated company to make syrup of natural radish in the province of Loja will contribute to consolidate the economic weave of this sector, first because there will be opening of work sources, which will allow the employee to cover its basic basket; and secondly because the opportunity to the investors in executing this project occurs that will generate yield to them and these as well through the taxes that the SRI

collects, will fortify the economic apparatus of the country, will not have the temptation to escape their capitals to the outside in search of investments that not always are safe.

The National University of Loja, Race of Administration of Companies, Modality of remote Studies, demands to the withdrawn ones in aspiring to the title of Commercial Engineers to realise a thesis project in this case of feasibility, where they will indicate several area of knowledge acquired like marketing, the finances or the organization of companies. In addition the present work is considered just, because through same the opportunity will offer to enter to the labor life with a title of fourth level that is a guarantee to decide on any place of work in the enterprise scope and finances.

Finally the present project of feasibility will serve as source as consultation for the different people who study in this Area.

c. INTRODUCCIÓN

c. INTRODUCCION.

Ecuador es uno de los países latinoamericanos que no avanza con paso firme en lo económico, político y social. Los gobiernos de turno no pueden definir una estrategia que incrementa su índice de competitividad, más bien en el Año 2010 el Ecuador se ubica en la posición 105 del ranking de 133 países, considerando una muestra constante de 133 países comunes entre este año y el pasado, Ecuador habrá descendido una posición. Después de Paraguay, Bolivia, Nicaragua y Venezuela, Ecuador es el país menos competitivo de América Latina.

Además la mayoría de las industrias que han crecido se encuentran ubicadas en las grandes ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca, Manabí, en cambio ciudades como Loja en donde existen pequeñas y medianas industrias dedicadas al sector manufacturero y de alimentos el crecimiento ha sido mínimo, debido a varios obstáculos como la falta de apoyo del gobierno central a través de una política empresarial únicamente destinada a la frontera sur; no existen fuentes de financiamiento directo, lo que no permite a los empresarios acceder a tecnología; la inestabilidad política y una turbulenta economía dolarizada.

Debido a esta carencia empresarial, muchas de las necesidades que tienen los ecuatorianos no han sido satisfechas especialmente en el área de la salud, existen pocas empresas que están legalizadas y reconocidas para procesar hortalizas y plantas medicinales. En cuanto a la ciudad de Loja lo que más abundan son pequeños negocios que procesan esta

clase de productos y algunos no tienen sello de garantía poniendo en riesgo la salud de los consumidores. Una hortaliza que no sufre un proceso de transformación es el rábano a pesar de que en Loja existe la suficiente materia prima, lo que se ha visto es que las personas que se dedican a la agricultura lo siembran, lo cosechan lo comercializan en forma natural con gran aceptación del mercado por su alto valor nutritivo,depurativo, reconstituyente y fortificador de los pulmones.

Ante esta situación es indispensable crear un proyecto de factibilidad destinado a la implementación de una empresa productora de jarabe de rábano y su comercialización en la ciudad de Loja, el mismo que tendrá la finalidad de combatir enfermedades respiratorias como la bronquitis, asma, gripe, resfriado, estados febriles, amigdalitis, sinusitis y tos que hoy en día son cada vez más frecuentes debido al calentamiento global en donde el clima exagerado en frío y calor hace que el hombre sufra deterioros constantes en su salud y lo más conveniente para combatir estos males son los remedios naturales.

La guía del presente estudio son los objetivos específicos que se presentan a continuación:

- Realización del estudio de Mercado para determinar la Oferta y la Demanda.
- Elaborar el Estudio Técnico para la macro y micro localización, como también los diferentes procedimientos y el proceso de producción de la microempresa.
- Determinar el estudio Organizacional, para conocer la estructura de la microempresa.

- Realización del estudio Legal, con el objetivo de determinar las normas las normas y leyes que rigen el estudio.
- Determinar el Estudio financiero para obtener los indicadores que permitan establecer la factibilidad del proyecto.

En el estudio de mercado se demuestro según este estudio que hace una análisis de la demanda del cual de determino la demanda efectiva inicial, luego la oferta para poder determinar la demanda insatisfecha que existe del jarabe, lo cual determino establecer la estrategia de mercado para poder estructurar el estudio técnico (tamaño y localización e ingeniería del proyecto), que se lo cuantifica en inversiones, gastos operacionales y los posibles ingresos que generara el proyecto.

Seguidamente el estudio organizacional que se implementará se rige a una organización jurídica que será de marco legal sobre el cual se desarrollaran todas las actividades.

Para concluir el estudio financiero me permitió establecer el Valor Actual Neto; un periodo de recuperación de capital; una Relación Beneficio Costo; una Tasa Interna de Retorno y el Análisis de Sensibilidad que resiste un incremento en los costos y un decremento en los ingresos.

En base a los estudios realizados se determina la factibilidad del presente proyecto con lo cual se cumple el objetivo propuesto. Obteniendo finalmente las conclusiones y recomendaciones correspondientes a fin de que permita que el inversionista tome las decisiones más convenientes.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

d. REVISION DE LITERATURA.

MARCO REFERENCIAL.

ENFERMEDADES RESPIRATORIAS.

"Son aquellas ocasionadas generalmente por microorganismos, sustancias tóxicas que se encuentran en el ambiente o bien por alergias. Son las infecciones que van desde la nariz hasta los pulmones".[1]

Características.

Entre sus características podemos mencionar:

- "Son ocasionadas generalmente por microorganismos, sustancias tóxicas que se encuentran en el ambiente o bien por alergias.
- En su mayoría son de corta duración y se controlan fácilmente cuando se atienden oportunamente.
- Sólo en algunos casos las infecciones llegan a ser muy graves.
- Se consideran una de las cinco causas principales de muerte en el país, durante la temporada invernal.
- Las infecciones respiratorias son la primera causa de consulta y ausencia laboral entre las enfermedades infecciosas.
- Son más frecuentes durante la época de frío".[2]

Enfermedades más comunes.

- "Gripa.
- Resfriado común.

[1]Lule M. Silvia, etal. Fernando Cano Valle,Enfermedades Respiratorias: temas selectos. Capitulo: principales trastornos respiratorios en el niño. Editorial Elsevier. Año 2006. Pág. 37.
[2]Navarro Merino M. Avances en Neumología Pediátrica.Editorial Ergon, 2006. Pág. 98.

- Influenza.
- Amigdalitis o enfermedad en las anginas.
- Rinofaringistis.
- Asma.
- Bronquitis.
- Pulmonía.
- Otitis.
- Tuberculosis".

Síntomas generales.

Las principales manifestaciones de estas enfermedades son:

- Tos.
- Estornudo.
- Dolor de cabeza.
- Dolor de garganta.
- Dolor de oídos.
- Aumento de la temperatura.
- Malestar general.

TOS.

La tos es una forma importante de mantener la garganta y las vías respiratorias despejadas. Sin embargo, demasiada tos puede significar que usted tiene una enfermedad o un trastorno.

Algunas toses son secas, mientras que otras se consideran productivas. Una tos productiva es aquella en la que se arroja moco, también llamado flema o esputo.

La tos puede ser aguda o crónica:

La tos aguda generalmente comienza de manera repentina y a menudo se debe a un resfriado, una gripe o una infección sinusal. Por lo general, desaparece después tres semanas.

La tos subaguda dura de 3 a 8 semanas.

La tos crónica dura más de 8 semanas.

JARABES PARA LA TOS.

Tienen la propiedad de calmar la tos al ablandar las mucosidades producidas en los bronquios. En la tos seca los jarabes tienen propiedades sedantes de los espasmos bronquiales.

JARABE DE RÁBANO.

Aunque no sea tan popular como la cebolla o el ajo, el rábano es una de las plantas que más propiedades curativas tiene para la salud y que se ha utilizado desde la antigüedad: Los egipcios obligaban a comer rábanos a sus esclavos para que no se pusieran enfermos.

El rábano posee propiedades anti-bacteriales, diuréticas, astringentes y digestivas, además contiene pectina y vitamina C; así que podemos hacer un jarabe de rábano para eliminar la tos. Un remedio casero, natural,

efectivo y económico, que lo haremos más efectivo si añadimos miel y limón.

La naturaleza parece haberlo previsto todo.

Para cada problema de salud, siempre hay un remedio vegetal o mineral con qué solucionarlo.

Y en cada época del año, nos ofrece varios alimentos que ayudan a superar las patologías" propias " de cada estación.

Porque no es casualidad que sea en verano, cuando más agua tiene las frutas (melón, sandía...) ya que es precisamente el calor lo que hace que necesitemos más hidratación.

Ni tampoco es casualidad, que las castañas, muy calóricas se consuman cuando llega el invierno que es precisamente cuando más necesitamos "calentarnos" y que al poderse comer crudas y ser pequeñas, suponen un alimento fácil de transportar y completo, para llevar en los zurrones de cazadores y hombres de campo.

Pero entre todos los alimentos que se dan en tiempo frío, yo prefiero los rábanos.

Los rábanos son ligeramente picantes, blancos y frescos, lo que según la Medicina Tradicional China, los hace idóneos para dispersar mucosidad en Pulmón y tonificar el intestino.

Los rábanos se comen crudos y solían acompañar en la mano izquierda, a los platos de cuchara que se comen en invierno.

Ahora, se sirven en las ensaladas y como adorno, despreciando todo su saludable potencial como antibiótico, y se arrinconan en los platos de los incultos y de los "inagricultos" (es decir los que no tienen ni idea de agricultura).

Es, pues a partir de lo que yo les cuente ahora... a comer rábanos.

Mejoran la función de la vesícula, lo que hará más digestible cualquier comida.

Pero lo que hace que yo "adore" los rábanos es algo que aprendí hace mucho tiempo: EL JARABE DE RÁBANOS.

No me ponga esa cara y tome nota.

Lave los rábanos raspándolos bajo el grifo, sin pelarlos. Córtelos en trozos pequeños. Póngalos en una cazuela sin agua a fuego muy bajo.

Eche sobre ellos azúcar moreno (el mismo peso que de rábanos). Deje que se vaya cociendo lentamente, removiendo de vez en cuando y añadiendo pequeñas cantidades de agua, si lo necesita, aunque se sorprenderá del agua que ellos sueltan.

Cuando estén blanditos, cuele el líquido y guárdelo en una botellita. Tendrá un jarabe para la tos de lo más eficaz. También puede comerse los rabanitos dulces a cucharaditas pequeñas, en caso de resfriado o por el simple placer de probar algo original que además como postre nos ayudará a tener una buenísima digestión.[3]

[3] http://naturasunta.blogspot.com/2008/12/jarabe-de-rbanos.html

Ingredientes para el jarabe de rábano:

1. **Rábano.**
2. **Ajo.**
3. **Cebolla.**
4. **Miel de abeja.**

1. EL RÁBANO.

Historia.

El origen y la procedencia de los rábanos aún está en el aire tras los últimos estudios aportados por científicos e investigadores expertos en botánica, no obstante existen numerosas hipótesis que consideran China como la posible cuna de este alimento. Se tiene la certeza de que los egipcios y babilonios consumían este tubérculo hace más de 4.000 años por haberse encontrado representado en paredes interiores de la pirámide de Keops. Durante el primer milenio a.c.griego y romano convirtieron al rábano en un alimento muy apreciado, extendiendo su consumo por toda Europa gracias a las provincias conquistadas por estos últimos.

Qué es?

"El rábano es un alimento con un bajo aporte calórico gracias a su alto contenido en agua. Tras el agua, su principal componente son los hidratos de carbono y la fibra. De su contenido vitamínico destaca la vitamina C y los folatos".[4]

Se trata de una de las plantas de un género de hierbas anuales o bianuales de la familia de las Crucíferas. La planta del rábano presenta un tallo ramoso con numerosos pelos; la base del tallo se une con la raíz formando un tubérculo globoso. En la variedad Sativus, la más comúnmente cultivada, las flores son blancas o amarillas y se encuentran dispuestas en racimos terminales. Sus hojas se presentan divididas en lóbulos con bordes dentados y suelen ser grandes y ásperas.

Características

- **Reino:** Plantae
- **División:** Magnoliophyta
- **Clase:** Magnoliopsida
- **Orden:** Brassicales
- **Familia:** Brassicaceae
- **Género:** Raphanus
- **Especie:** R. sativus

[4]AUSTIN, G.T. (1983) Shreve's Chemical Process Industries, 5th international ed., McGraw-Hill, New York, Sydney, Pág. 597-598.

Variedades.

Los rábanos se pueden clasificar atendiendo a dos factores básicos en su cultivo y posterior consumo: forma o color y época de cultivo. Atendiendo a su forma y color se distinguen tres variedades:

- "Chino, japonés o daikon. De origen japonés, forma cilíndrica-alargada, color blanco y ciertos toques picantes en su sabor.
- Negro o de invierno. Al igual que el Chino, forma cilíndrica-alargada, piel negra de difícil digestión, carne blanca mucho más adecuada para consumirla.
- Rabanitos. Pueden presentar varias formas (esférica, ovalada o cilíndrica), piel de tonos rojizos, rosados, morados o blancos, con la carne siempre blanca.
- Con relación a su época o temporada de cultivo se pueden clasificar en:
- De primavera. Esféricos de tamaño reducido.
- De verano. Alargados, adecuados para consumir en fresco.
- De otoño. Alargados aunque presentando un mayor tamaño que los de verano. Para ingerirlos es aconsejable cocerlos previamente". [5]

[5] http://www.regmurcia.com/servlet/s.Sl?sit=c,543,m,2714&r=ReP-20525-DETALLE_REPORTAJESPADRE

Propiedades Nutricionales

Propiedades Nutricionales (100 g)	
Agua	95,27 g
Energía	16 kcal
Proteínas	0,68 g
Lípidos (grasa)	0,10 g
Cenizas	0,55 g
Carbohidratos	3,40 g
Fibra	1,6 g
Azúcares, total	1,86 g
Sacarosa	0,10 g
Glucosa (Dextrosa)	1,05 g
Fructosa	0,71 g
Calcio	25 mg
Hierro	0,34 mg
Magnesio	10 mg
Fósforo	20 mg
Potasio	233 mg
Sodio	39 mg
Zinc	0,28 mg
Cobre	0,050 mg
Manganeso	0,069 mg
Fluor	6,0 mcg
Selenio	0,6 mcg
Vitamina C (Á. Ascórbico)	14,8 mg
Tiamina	0,012 mg
Riboflavina	0,039 mg
Niacina	0,254 mg
Á. Pantoténico	0,165 mg
Vitamina B_6	0,071 mg
Folatos, total	25 mcg
Ácido Fólico	0 mcg
Colina	6,5 mg
Betaina	0,1 mg

Vitamina A	7 UI
Vitamina K	1,3 mcg
Ácidos grasos saturados	0,032 g
Á. grasos monoinsaturados	0,017 g
Á. grasos polinsaturados	0,048 g
Colesterol	0 mg
Fitosteroles	7 mg
Triptofán	0,009 g
Treonina	0,023 g
Isoleucina	0,020 g
Leucina	0,031 g
Lisina	0,033 g
Metionina	0,010 g
Cistina	0,010 g
Fenilalanina	0,036 g
Tirosina	0,009 g
Valina	0,035 g
Arginina	0,038 g
Histidina	0,013 g
Alanina	0,026 g
Ácido Aspártico	0,064 g
Ácido Glutámico	0,157 g
Glicina	0,026 g
Prolina	0,022 g
Serina	0,027 g
Caróteno, beta	4 mcg

6

Usos

"Coadyuvante para el tratamiento de las vías respiratorias, resfríos, catarros nasales y de garganta, tos garganta bronquitis, estados febriles, amigdalitis, sinusitis, afecciones de la piel, granos, sarnas, eczemas.

[6] USDA National Nutrient Database for Standard Reference

La vitamina C tiene acción antioxidante, interviene en la formación de colágeno, huesos y dientes, glóbulos rojos y favorece la absorción del hierro de los alimentos y la resistencia a las infecciones".[7]

2. AJO.

Probablemente no existe planta medicinal más conocida y estudiada que el ajo. Se ha utilizado desde tiempos inmemoriales en numerosas y variadas formas. Por ejemplo, un papiro egipcio que data de hace más de 3,500 años contiene sobre doscientas recetas a base de ajo para diversos problemas de salud. El ajo ejerce efectos sobre numerosos órganos de nuestro cuerpo y sobre numerosos aspectos de nuestra fisiología. El problema con el ajo es el olor que delata, incluso a varios metros de distancia, a quien lo consume. Este olor se debe a dos sustancias altamente volátiles llamadas aliina y disulfuro de alilo. Estas se disuelven con gran facilidad en los líquidos y en los gases y al ser trasportadas por la sangre impregnan todos los tejidos de nuestro cuerpo.[8]

[7]WITTCOFF, Harold A.; REUBEN, Bryan G. "Productos Químicos Orgánicos Industriales. Tecnología, Formulaciones y Usos" 2. Limusa. México (2000). 408-409,412..
[8] Industriales. Tecnología, Formulaciones y Usos" 2. Limusa. México (2000). 408-409,412..

Los siguientes son los principales efectos benéficos del ajo que han sido sustanciados en estudios científicos:

- Ayuda a combatir un buen número de hongos, bacterias y virus
- Reduce la presión arterial y el colesterol
- Ayuda a reducir el bloqueo de las arterias y a reparar los daños causados por la arterioesclerosis
- Ayuda a prevenir y aliviar la claudicación intermitente (dolor en las piernas al caminar causado por la arterioesclerosis)
- Actúa como antiinflamatorio
- Su uso prolongado ayuda a prevenir ciertos tipos de cáncer.
- Ayuda a incrementar el nivel de insulina en el cuerpo, reduciendo así los niveles de azúcar en la sangre.
- Algunos estudios parecen demostrar que el ajo incrementa ligeramente el nivel de serotonina en el cerebro ayudando a combatir el estrés y la depresión.

La forma en que se prepara y se ingiere el ajo es importante para lograr estos beneficios. El ajo crudo y el cocido poseen diferentes propiedades medicinales, es decir, algunos de los efectos del ajo se producen con mayor efectividad ingiriendo ajo crudo, mientras que otros se logran igual o mejor ingiriendo ajo cocido.

Varios de los beneficios del ajo se deben a un compuesto llamado alicina que actúa contra numerosos virus y bacterias y que es considerado por

muchos investigadores como el más potente antioxidante conocido. Sin embargo esta sustancia no está presente en el ajo sino que se forma cuando la aliina y la alinasa, otras dos sustancias que sí están presentes se combinan. Esto ocurre cuando el ajo es cortado, machacado, o en el caso de suplementos de ajo, durante el proceso digestivo. La alicina sólo dura unos minutos por lo que es importante ingerir rápidamente el ajo luego de ser cortado o machacado. Al cocinar el ajo se destruye la alicina. Sin embargo, se liberan otros compuestos como la adenosina y el ajoeno que poseen propiedades anticoagulantes y ayudan a reducir el nivel de colesterol.

En un estudio reciente llevado a cabo en Canadá se encontró que los efectos antioxidantes de la alicina se deben a una sustancia llamada ácido sulfénico que se genera cuando la alicina se descompone. Otros vegetales como la cebolla contienen una sustancia muy parecida a la alicina. Sin embargo su actividad antioxidante no se compara con la del ajo. Esto probablemente se debe a que esta sustancia no se descompone con la misma rapidez que la alicina.

Como Usar el Ajo.

Ya hemos señalado que la forma en que el ajo es preparado para el consumo y la manera en que lo ingerimos son de vital importancia para su efectividad. Existen numerosos suplementos a base de ajo que se venden en forma de cápsulas. Algunas de ellas se anuncian como

carentes del olor típico del ajo. Estos productos son útiles para reducir el nivel de colesterol y otros usos pero no poseen propiedades antibióticas ya que estas dependen precisamente de los compuestos que le otorgan al ajo su característico olor.

Algunos de los beneficios del ajo, como por ejemplo la reducción del nivel de colesterol, sólo se logran luego de varios meses de ser ingerido diariamente. Como existen tantos y tan variados preparados a base de ajo resulta imposible dar unas recomendaciones generales en cuanto a las dosis a ingerirse. Lo mejor es comprar una marca reconocida como Kwai y Kyolic, seguir las instrucciones y estar pendientes a cualquier reacción alérgica. En caso de dudas o para tratar condiciones específicas de salud un naturópata competente puede orientarlo.

Ingerir uno o dos dientes de ajo diariamente puede otorgarnos importantes beneficios de salud pero en términos de nuestras relaciones sociales puede que no sea lo mejor. Masticar dos o tres hojas de perejil luego de ingerir ajo puede ayudar a controlar el olor aunque no lo elimina totalmente.

3. CEBOLLA.

También es muy buena para todas las afecciones respiratorias, cuando tenemos tos, catarro, resfrío, gripe, bronquitis, si nos preparamos el jugo de 1 cebolla junto con el jugo de 1 limón y 2 cucharadas de miel y lo tomamos caliente nos ayudará a recuperarnos. No debemos olvidar que las cebollas crudas o cocidas o también su jugo, funcionan muy bien en caso de estreñimiento.[9]

Es un gran desinfectante, por lo tanto comerla sobre todo cruda, nos ayuda a protegernos contra las enfermedades infecciosas.. Otras de sus propiedades es que nos ayuda a combatir la caspa y la caída del cabello, haciéndonos fricciones en la cabeza, con su jugo frecuentemente. Contiene vitaminas y sales minerales, azufre, fósforo, hierro, calcio, sodio, magnesio etc..... Para aquellos que son diabéticos, incorporar la cebolla a su tratamiento es muy importante ya que ellos necesitan depurar su sangre y la cebolla ayuda a depurarla, desinfectándola, ya que actúa eliminando las impurezas de la sangre, tornándola más limpia y pura y por

[9] http://www.euroresidentes.com/Alimentos/cebolla.htm

lo tanto con más defensas. Como punto final les sugerimos, aprovechando de la generosidad y de los conocimientos del Señor Kozel, esta fórmula sencilla para ayudarnos a limpiar y rejuvenecer nuestro cutis.

Extraer el jugo de una cebolla cruda y aplicarlo una o dos veces seguidas, sobre el rostro, masajeándolo hasta que lo absorba totalmente. Este procedimiento embellece nuestro rostro. No desaprovechemos esta oportunidad ya que es fácil, rápida, económica e inofensiva.

La cebolla, sana y nutritiva, esconde numerosas propiedades medicinales entre sus capas y además resulta muy versátil en la cocina.

La cebolla es rica en minerales y oligoelementos: calcio, magnesio, cloro, cobalto, cobre, hierro, fósforo, yodo, níquel, potasio, silicio, cinc, azufre, bromo, ... También abundan la vitaminas A, B, C y E.

Además alberga un aceite esencial que contiene una sustancia volátil llamada alilo, con propiedades bactericidas y fungicidas.
Es interesante su contenido en glucoquinina, una sustancia hipoglicemiante considerada la «insulina vegetal», pues ayuda a combatir la diabetes.

Sus enzimas favorecen la fijación de oxígeno por parte de las células, colaborando en la función respiratoria.

En cuanto a sus componentes principales son: agua (89%), glúcidos (8,6 g), fibra (1,6 g), proteínas (1,2 g) y grasas (0,2 g), con 38 calorías por 100 g.

De todo lo expuesto anteriormente se puede deducir que la cebolla:

Estimula numerosas funciones orgánicas, pues es diurética, cardiotónica e hipoglucemiante.

Tiene asimismo propiedades antisépticas y emenagogas (regulación del ciclo menstrual).

Reduce, al igual que el ajo, la agregación plaquetaria (peligro de trombosis), así como los niveles de colesterol, triglicéridos y ácido úrico en la sangre.

De manera general, favorece el crecimiento, retrasa la vejez y refuerza las defensas orgánicas, sobre todo frente a agentes infecciosos.

Las indicaciones terapéuticas de la cebolla son:

Edemas, oligurias (escasa formación de orina); congestión de los órganos pelvianos en la mujer y prostatismo en el hombre.

Enfermedades infecciosas; convalecencia; astenia.

Trastornos cardiacos; hipertensión; arteriosclerosis.

Resfriados, gripe, bronquitis y tos.

Digestiones lentas y flatulencia con hipoclorhidria (disminución de jugos gástricos, pero se desaconseja en caso de hiperclorhidria y ardores).

Fermentaciones intestinales; estreñimiento; parásitos intestinales.

Nerviosismo, insomnio, depresiones menores.

Diabetes; reumatismo; obesidad y celulitis.

Compra y conservación.

A la hora de la compra se deben elegir los ejemplares que tengan el bulbo firme, sin brotes y que conserven intacta la piel, que ha de ser crujiente. Para conservarlas bien no es recomendable introducirlas en el frigorífico. Por el contrario, se deben guardar en un lugar seco y ventilado, donde no tengan la luz directa, y colocadas sin amontonar.

Componentes activo principales:

- Aminoácidos: Ácido glutamínico, argenina, lisina, glicina...etc.
- Minerales: Principalmente: Potasio, fósforo, calcio, magnesio, sodio, azufre y, en cantidades menores: hierro, manganeso, zinc cobre y selenio.
- Vitaminas: Vitamina C, Ácido fólico, Vitamina E

- Aceite esencial con muchos componentes sulfurosos: disolfuro de atilpropilo, metilaliína, cicloaliína...etc.
- Ácido tiopropiónico:
- Quercetina: tratamiento de la debilidad capilar.
- Aliina, en menor cantidad que el ajo.

Propiedades medicinales:

Uso interno

***Circulación*:** La presencia de aliina, aunque en menor cantidad que en el ajo, la hace muy importante en otorgar a esta planta propiedades antitrombóbitas (no formación de coágulos en la sangre) por lo que resulta muy adecuada para fluidificar la circulación sanguínea y evitar o luchar contra las enfermedades circulatorias siguientes: arteriosclerosis, colesterol, hipertensión, angina de pecho y otras relacionadas con una mala circulación como las hemorroides. (Macerar 300 gr. de cebolla en un litro de agua durante 12 horas. Tomar tres vasos al día)

***Diurético*:** Favorece la eliminación de líquidos corporales, siendo muy adecuada en casos de reumatismo, gota, hidropesía, edemas, y vejiga. (3 copitas al día de la maceración de 50 gr. de cebolla machacada en un litro de vino)

***Bactericida*:** Por su contenido en compuestos ricos en azufre, es , junto con el ajo, uno de los mejores remedios naturales para combatir procesos

infecciosos del aparato respiratorio (gripe, bronquitis, faringitis, etc..) y digestivo putrefacciones intestinales, diarrea, etc...) (Jarabe de cebolla: Decocción durante una hora de la misma cantidad de cebolla que de agua. A la preparación resultante, se le añade 1/5 parte de miel y 1/3 de azúcar. Remover hasta que tenga una buena consistencia y tomar tres tazas al día) (Vahos de cebolla en agua hirviendo)

La cebolla mezclada con miel a partes iguales aclara la voz y soluciona el problema de la ronquera.

Beber 3 cucharadas diarias del jugo de la mezcla de cebolla con miel.

***Digestivo*:** Favorece la digestión, al estimular el hígado, la vesícula y el páncreas aunque debería evitarse en aquellos casos en que exista hiperclorhidria (acidez estomacal) así como en estómagos delicados.

Estudios recientes parecen asociar el consumo de la cebolla con la inhibición del cáncer. Los compuestos azufrados parecen ser los responsables en la lucha contra la aparición de células cancerosas en el estómago. El flavonoide quercetina, por sus efectos antioxidantes, también parece jugar jugar el mismo papel en este sentido.

***Alergias*:** Este mismo flavonoide resulta muy útil para disminuir las reacciones alérgicas producidas por el polen. Un remedio eficaz contra la fiebre del heno consiste en macerar una cebolla pelada y troceada en un vaso de agua durante un par de minutos. Luego se bebe el agua.

***Osteoporosis*:** Estudios realizados sobre ratones, parecen demostrar, según investigaciones realizadas en Suiza, como la ingesta diaria de este alimento favorece el desarrollo del tejido óseo, disminuyendo en un 20 % la osteoporosis.

4. MIEL DE ABEJA.

La miel es un fluido dulce y viscoso producido por las abejas a partir del néctar de las flores o de secreciones de partes vivas de plantas o de excreciones de insectos chupadores de plantas. Las abejas lo recogen, transforman y combinan con la enzima invertasa que contiene la saliva de las abejas y lo almacenan en los panales donde madura. Además la miel es una secreción que fue consumida anteriormente por éstas.[10]

La intervención del hombre en el proceso de explotación de los panales de la colmena es conocida como apicultura.

Las características físicas, químicas y organolépticas de la miel vienen determinadas por el tipo de néctar que recogen las abejas.

[10] http://www.aquiqueretaro.com/miel.html

El origen botánico de las mieles define también la mayor o menor facilidad de éstas a cristalizar.

USOS.

Gastronómicos.

La miel se usa principalmente en la cocina y la pastelería, como acompañamiento del pan o las tostadas (especialmente, en desayunos y meriendas) y como aditivo de diversas bebidas tales como el té. Al ser rica en azúcares como la fructosa, la miel es higroscópica (absorbe humedad del aire), por lo que el añadir una pequeña cantidad a panes y pasteles hace que éstos endurezcan más lentamente. La miel virgen también contiene enzimas que ayudan a su digestión, así como diversas vitaminas y antioxidantes. Por esto suele recomendarse el consumo de la miel a temperaturas no superiores a 60°C, pues a mayor temperatura empieza a perder propiedades beneficiosas al volatilizarse algunos de estos elementos.

Los veganos evitan tomar miel, pues técnicamente es un producto de procedencia animal, no así los api vegetarianos.

La miel es el ingrediente principal de la hidromiel, que es producida a partir de la miel y el agua, que también es conocida como «vino de miel».

Terapéuticos.

Recipientes para guardar, transportar o servir la miel. A la izquierda: alfarería sin vidriar, con dos asas. Y a la derecha: cerámica vidriada y decorada, sin asas. Ambos con tapa a juego. Otros nombres: mielera, parrón (Aragón), orza de miel. Piezas del Museo de Cerámica Nacional de Chinchilla de Montearagón (Albacete, España).

La miel tiene muchas propiedades terapéuticas (Havsteen 2002). Se puede usar externamente debido a sus propiedades antimicrobianas y antisépticas. Así, la miel ayuda a cicatrizar y a prevenir infecciones en heridas o quemaduras superficiales. También es utilizada en cosmética (cremas, mascarillas de limpieza facial, tónicos, etcétera) debido a sus cualidades astringentes y suavizantes.

Energético.

Debido a su contenido de azúcares simples, de asimilación rápida, la miel es altamente calórica (cerca de 3,4 kcal/g), por lo que es útil como fuente de energía rápida.

Cicatrizante.

Las abejas añaden además una enzima llamada glucosa oxidasa. Cuando la miel es aplicada sobre las heridas esta enzima produce la liberación local de peróxido de hidrógeno.

Resfríos, tos, dolor de garganta.

Es usada para el alivio sintomático del resfriado.[2] Estudios en personas de entre 2 y 18 años con infecciones en las vías respiratorias demostraron que es capaz de aliviar las membranas irritadas en la parte posterior de la garganta y que tiene efectos antioxidantes y antivirales. Además, un informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS) la considera segura, fuera del período de la lactancia, para aliviar la tos.[3]

Su dulzura y textura de jarabe calmarían el dolor de garganta, pero también influirían su contenido antioxidante y su efecto antimicrobiano. Para niños menores de un año no es recomendable porque existe el peligro del desarrollo del botulismo. Este último riesgo se hace ínfimo en niños más grandes.[3]

Los catarros se combaten en algunos países endulzando con miel al zumo de limón o el té de cebolla.[4] La Organización Mundial de la Salud recomienda el uso de miel para el alivio de la tos en niños mayores de un año.[5] Sin embargo, la miel no muestra mayores beneficios que otros medicamentos como el dextrometorfano.

Conservante.

Es un excelente conservante natural. Sin embargo, no siempre es saludable. Debido a que procede de flores silvestres, hay algunos momentos y lugares en los que la miel producida por las abejas es

altamente tóxica. Los rododendros y azaleas producen un néctar altamente venenoso para los humanos, aunque inofensivo para las abejas, que producen así una miel mortífera. En algunas regiones del mundo las colmenas se vacían inmediatamente después de la temporada de flores, eliminando cualquier residuo para evitar envenenamientos accidentales. Existen historias del uso de miel venenosa como arma de guerra en la antigüedad, pero no son corroborables. Dicha miel venenosa es muy difícil de encontrar. La forma de la flor de azalea hace que a las abejas le resulte difícil acceder al néctar, y en la época en la que florecen hay casi siempre otras flores más atractivas para las abejas.

Es altamente perdurable, no caduca. Gracias a su alta concentración de azúcar, mata a las bacterias por lisis osmótica. Las levaduras aerotransportadas no pueden prosperar en la miel debido a la baja humedad que contiene. Los traslados de cuerpos humanos en la antigüedad se hacían sumergidos en miel; por ejemplo Alejandro Magno fue trasladado desde Babilonia hasta Alejandría en Egipto en el 323 a. C. y el de Agesilao II, rey de Esparta, desde Egipto hasta su ciudad natal en el 360 a. C., utilizándose miel para evitar la descomposición. El efecto preservantes de la miel se debe a su baja concentración de agua y es idéntico al que permite la prolongada conservación de los dulces y de las frutas en almíbar donde el alto contenido en azúcar disminuye el contenido de agua.

MARCO CONCEPTUAL.

1. ESTUDIO DE MERCADO.

"El mercado está formado por todos los demandantes y oferentes que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo."[11]

MERCADO.

"Es el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago".[12]

Producto.- "Es todo aquello que puede proveer una satisfacción física o psicológica al usuario. El producto representa un conjunto de valores que son recibidos por el consumidor al pasar a su posesión o uso". [13]

Precio.- Cantidad de dinero dada a cambio de una mercancía o servicio, es decir, el valor de una mercancía o servicio en términos monetarios.

Plaza.- Es el camino que recorre un producto o servicio desde el fabricante hasta su consumidor.

---

[11]Flor García, G. (2006). Guía para Elaborar Planes de Negocio. Quito – Ecuador, Primera Edición. pp.
97 – 102.

[12]Kotler, Philip., et al. (y otros). Dirección de Marketing. España, Prentice Hall Iberia, Primera Edición,
p. 99.

[13]ACOSTA, Alberto., **Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo.**, Edit. Norma S.A., 1991. Pág. 3

Promoción.- Tiene que ver con el sistema de difusión y consecución de la aceptación del producto por parte de los consumidores.

DEMANDA.

"Es el número de unidades de un determinado bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado de tiempo según determinadas condiciones de precios, calidad, ingresos, gastos de los consumidores, etc.". [14]

"Demanda potencial.- Se llama Demanda Potencial a la Demanda que existe en el Mercado para el consumo de diversos productos y que, por diversos factores, no ha llegado a cubrir las necesidades del Consumidor.

Demanda efectiva.-Se halla constituida por el segmento de Demandantes que tienen las condiciones materiales necesarias para consumir un determinado producto.

Demanda insatisfecha.- Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

Proyección de la demanda.- Se la utiliza para determinar el monto futuro del consumo a través de la vida útil del proyecto.

[14] Documento sobre **"Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión".** Centro De capacitación Ocupacional Integral. Loja-Ecuador. Año 1995. Pág. 12

OFERTA.

"Relación que muestra las cantidades de un bien o servicio que el productor o vendedor está dispuesto y en posibilidades de vender a varios precios durante un periodo dado, estando las demás cosas constantes"[15]

Proyección de la oferta.- Estimación a base del análisis de la oferta de personas tanto internas como externa a la organización.

Oferta global.- Es el conjunto de bienes y servicios, producidos internamente o en el exterior, de los cuales dispone un país para satisfacer sus necesidades de consumo, formación de capital y exportaciones.

2. ESTUDIO TECNICO.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN.

TAMAÑO.

La capacidad de un proyecto puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima.

Capacidad instalada.- Volumen de producción de bienes y/o servicios que le es posible generar a una unidad productiva de acuerdo con la infraestructura disponible.

[15]William, Mc Eachern (WMc), Microeconomía: Una introducción contemporánea, México DF, Thomson Learnign, 2003, pág. 52

Capacidad utilizada.- Proporción de la capacidad instalada de una empresa que utiliza. También se considera a la parte de la capacidad para producir".[16]

Tamaño de proyecto-demanda.- Es el factor más importante porque de la demanda depende el proyecto, si hay bastante demanda la empresa tendrá mayor su capacidad instalada, y sin no hay demanda, mejor es no ejecutar el proyecto, es muy riesgoso.

Tamaño de proyecto-suministros e insumos.- Teniendo bastante demanda es lógico que la empresa requiera de bastantes suministros e insumos, por lo cual se recomienda realizar una buena planificación a través de un buen programa de producción.

Tamaño de proyecto-tecnología y equipos.- Una empresa debe estar consciente de que no puede utilizar una maquinaria demasiada cara y sofisticada en caso de no tener un mercado o demanda que pueda justificarse, debe ajustarse a lo que tiene.

Tamaño de proyecto-financiamiento.- La empresa debe percatarse de tener suficiente demanda, para poderse endeudar en cualquier maquinaria, lo debe hacer con las mejores condiciones de pago que le puedan ofrecer las entidades financieras.

---

[16]NACIONES UNIDAS., **Manual de Proyectos de Desarrollo Económico**., México D.F., Diciembre., 1968. Pág. 17

Tamaño de proyecto-organización.- Es de suma importancia contar con el personal adecuado para la empresa, no se puede contratar personal excesivamente caro en caso de no necesitarlo, ni tampoco se puede contratar personal incapaz por el solo hecho del costo de la mano de obra que implicaría". [17]

LOCALIZACIÓN.

Consiste en seleccionar el mejor lugar de emplazamiento del proyecto tomando en cuenta factores cuantitativos y cualitativos como cercanía a los grupos de interés, que incluye el acceso a clientes y proveedores, accesibilidad vial de la zona, seguridad, competencia directa e infraestructura presente en la zona.

Fuerzas locacionales.- Son ciertos factores o elementos que condicionan la distribución de las inversiones desde el punto de vista espacial. Son de tres tipos: costos de transferencia, disponibilidad de insumos y de factores y otros factores.

Factores de localización.- Los aspectos que se deben tomar en cuenta para llevar a cabo esta evaluación son: **geográficos, institucionales, sociales y económicos.**

[17] Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Loja-Ecuador. Año 2004. Pág. 31-32.

INGENIERÍA DEL PROYECTO.

En este punto se definirá cómo pretende operar el negocio y con qué recursos, por ese motivo se deben considerar tanto recursos físicos como humanos, así como la definición de la operación del proyecto.

Proceso de producción.- El Proceso de Producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la Tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación).

"Diagrama de flujo.- Un diagrama de flujo u organigrama es una representación diagramática que ilustra la secuencia de las operaciones que se realizarán para conseguir la solución de un problema". [18]

Distribución de la planta.- Es aquella donde esta ordenado todos las áreas específicas de un planta ya sea industrial o de otro giro por lo que es importante reconocer que la distribución de planta orienta al ahorro de recursos, esfuerzos y otras demandas ya que esta tiene distribuido todas sus áreas.

Diseño de la planta.- Se refiere a la forma como estará definida la estructura física del edificio tomando en cuenta futuras ampliaciones.

[18] QUILODRÁN R. Federico. Manual de preparación de proyectos. Loja: serie de manuales técnicos. Pág. 22

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

"Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada."[19]

- ✓ Qué régimen fiscal es el más conveniente.
- ✓ Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.
- ✓ Como organizar la empresa cuando el proyecto esté en operación.

Estructura Organizativa

- **Base Legal.**

Para su libre operación toda empresa debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley entre ellos tenemos:

a) **Acta Constitutiva:** Es el documento certificatorio de la constitución legal de la empresa, en el cual se incluyen los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

b) **Razón Social o Denominación:** Es el nombre bajo el cual la empresa opera, debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.

[19]MIRANDA MIRANDA, Juan José. Op. Cit. Pág. 147.

c) **Domicilio:** Se deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona en el plano jurídico.

d) **Objeto de le Sociedad:** Se lo hace con un objeto determinado, ya sea: producir, generar y/o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

e) **Capital Social:** Se debe indicar cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como éste se ha conformado.

f) **Tiempo de Duración de la Sociedad:** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

g) **Administradores:** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quien responda por las acciones de la misma.

Estructura Empresarial.

Es una parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asimilar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

Entendemos por estructuras organizacionales como los diferentes patrones de diseño para organizar una empresa, con el fin de cumplir las metas propuestas y lograr el objetivo deseado.

"Niveles jerárquicos.- Son aquellos que responden a un mismo tipo estructural funcional y jurídico, diferenciándose únicamente en la amplitud de responsabilidad, en la jurisdicción y en el tamaño de sus unidades.". [20]

Organigrama.- Representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o parte de ella, y de las relaciones que guardan entre sí las unidades administrativas que la integran.

Manual de funciones.- Es una técnica en la que se clasifican pormenorizadamente las labores que se desempeñan en una unidad de trabajo específica e impersonal (puesto), así como las características,

[20] QUEZADA GONZALEZ, Miguel Aurelio. **Diseño y Evaluación de Proyectos.** Universidad Técnica Particular de Loja. Modalidad Abierta. Loja-Ecuador. 1994. Pág. 42.

conocimientos y aptitudes, que debe poseer el personal que lo desempeña.

4. ESTUDIO FINANCIERO.

"La razón más importante para desarrollar un modelo de negocio consiste en generar predicciones financieras que sean el elemento fundamental de cualquier plan de negocios. Pero el modelo de negocios también permite comprender mejora la economía y los factores clave de la empresa y ayuda a evaluar el riesgo". [21]

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.

INVERSIÓN.

La inversión tiene como finalidad determinar las necesidades de recursos financieros para ejecutar el proyecto, ponerlo en marcha y garantizar su funcionamiento.

Inversiones fijas.- Las Inversiones Fijas que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros.

Inversiones diferidas.- Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico.

[21]Graham. Friend y Stefan Zehle.Op. Cit. Buenos Aires, Cuatro Media, 2008, p 163.

Capital de trabajo.- "Considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento.[22] En otras palabras es el Capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el Proyecto, esto es financiar la producción antes de percibir ingresos.".

FINANCIAMIENTO.

El financiamiento ayuda a que la empresa pueda solventar su inversión. Este puede darse con capital propio o ajeno.

Fuentes internas de financiamiento.- Está constituido por el aporte del inversionista o promotor del Proyecto.

Fuentes externas de financiamiento.- Son aquellas que vienen de fuera de la empresa o no se originan en sus operaciones.

Usos de fondos.- Son esquemas financieros que facilitan la integración de datos, mostrando cual es el origen o fuente de financiamiento tanto interno o externo de las inversiones de un proyecto.

[22] Documento sobre **"Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión".** Centro De capacitación Ocupacional Integral. Loja-Ecuador. Año 1995. Pág. 31

COSTOS E INGRESOS.

COSTOS.

Es la valorización monetaria de la suma de recursos y esfuerzos que han de invertirse para la producción de un bien o de un servicio. El precio y gastos que tienen una cosa, sin considerar ninguna ganancia.

Costos Directos.- Son aquellos que puede ser directamente identificados con un producto específico sobre una base consistente y lógica.

Costos Indirectos.- Son aquellos que no pueden ser directamente identificados con un producto específico; aunque son indispensables en el proceso de fabricación no hacen parte física del mismo.

Costos de producción.- Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien.

Gastos de administración.- Son aquellos que corresponde a aquellos resultantes de la administración de la empresa independientemente del aspecto productivo de la industria.

Gasto de ventas.- Son los resultantes directamente de la venta final del producto, de manera que también forma parte del costo total.

Gastos Financieros.- Están determinados por el uso del dinero ajeno, es decir, son los gastos resultantes de la contratación de los préstamos o

créditos necesarios para impulsar un proyecto". [23]

Costos fijos.- Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

Costo variable.- Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.

INGRESOS.

"Puede hacer referencia a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios". [24]

Criterios de evaluación.

En la evaluación de proyectos de inversión para decidir si es conveniente o no acometerlo no debemos solamente identificar, cuantificar y valorar sus costos y beneficios, sino que se requiere también de criterios de evaluación, para seleccionar las oportunidades de inversión más rentables y por tanto más convenientes.

Los criterios de evaluación que se aplican con más frecuencia por los analistas de proyectos, consisten en comparar precisamente los flujos de ingresos con los flujos de costos y los mismos se clasifican en dos categorías generales, que son las técnicas para el análisis de la

[23]SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía**., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975. Pág. 9 -10 – 15 – 16.
[24] http://es.wikipedia.org/wiki/Ingreso

rentabilidad de la inversión (con y sin financiamiento) y las técnicas para el análisis financiero.

A la primera categoría pertenecen el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno y a la segunda los análisis de liquidez.

Flujo de caja.- Es aquel que será elaborado a base de los ingresos y egresos es decir estará dado por las ventas netas del proyecto menos todos los gastos en efectivo.

Estado de Pérdidas y Ganancias.- Tiene como finalidad demostrar en forma ordenada la utilidad líquida, la misma que refleja los beneficios obtenidos una vez reducidos los valores correspondientes a la participación de los trabajadores y el impuesto a la renta.

Valor presente neto (VPN).-Conocido también como el valor presente neto y se define como la sumatoria de los Flujos netos de caja anuales actualizados menos la Inversión inicial.

Período de recuperación de capital (PRC).- El período de recuperación consiste en determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial a partir de los flujos netos de caja generados, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa o con el horizonte temporal de vida útil del proyecto.

Tasa interna de retorno (TIR).- Es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero. Conocida también como tasa de Rentabilidad

financiera (TRF) y representa aquella tasa porcentual que reduce a cero el valor actual neto del Proyecto

Relación beneficio costo (B/C).- La relación Beneficio / Costo (B/C), muestra la cantidad de dinero actualizado que recibirá el Proyecto por cada unidad monetaria invertida.

Análisis de la sensibilidad del proyecto.- Se refiere a la medición de las variaciones de la rentabilidad, así como a la evaluación comparativa entre los resultados obtenidos, de manera tal, que pueda determinarse un indicador que permita conocer cuál es el factor que más afecta o condiciona la rentabilidad de la inversión".[25]

[25] Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Evaluación de proyectos. Loja-Ecuador. Año 2004. Pág. 45-46.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

e. MATERIALES Y METODOS.

1. MATERIALES.

RECURSOS MATERIALES:

- Útiles de escritorio
- Equipo de computación
- Movilización
- Bibliografía

En el presente proyecto hará uso de algunos métodos, técnicas e instrumento.

2. MÈTODOS.

Método Inductivo - deductivo.- Cuyo fin fue comprobar o rechazar el objetivo general que es comprobar la factibilidad de crear una empresa productora de jarabe de rábano natural en la ciudad de Loja.

Método descriptivo.- Se optó por el descriptivo que en sí va a describir detalladamente la realidad en que viven las empresas, en el caso nuestro a las empresas dedicadas a elaborar jarabes naturales para la tos.

Método estadístico.- Ayudo a representar datos cuantitativos y cualitativos, mediante cuadros y gráficos.

3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

La observación.- Viene a ser una técnica consistente en ver y oír profunda y atentamente, un hecho o fenómeno para captarlo en todos sus caracteres. En el caso nuestro se observó el proceso de producción del jarabe de rábano natural.

Encuesta.- Es una técnica de investigación que se aplicó cuando la muestra que se va a estudiar es muy numerosa diseñadas tomando en cuenta a los objetivos que sirvió para determinar las variables a medir. Serán realizadas a la familia de la ciudad de Loja.

Entrevista.- Viene a ser una conversación entre el entrevistador y el entrevistado con el fin de recabar información, misma que fue aplicada a las personas dueños de centros naturistas que expendan los jarabes para la tos específicamente el de rábano.

Recolección de información.

Se recogió información de periódicos, revistas, folletos de libros, enciclopedias, INEC, Cámara de Comercio, Internet, etc. Los cuáles permitió estructurar el marco conceptual y teórico.

Área de influencia.

El área de influencia del presente proyecto será la ciudad de Loja.

Para obtener la población de la presente investigación se tomó en consideración los datos registrados en el INEC de la población del cantón Loja, que es de 214.855 en el año 2010, con proyección al año 2011, con una tasa de crecimiento poblacional del 2.27%.

Fórmula para la proyección de la población:

pf= pf(1+i)

$pf = 214855(1 + 2.27\%)^2$

$pf = 214855(1.0227)^2$

pf= 224 720

Proyección de la población del Cantón Loja 2010-2011

AÑO	POBLACIÓN	TASA DE CRECIMIENTO %	PROYECCIÓN	FAMILIAS
2010	214 855	0,00	00.00	53 714
2011	214855	2,27	219 732	54 933
2012	219 732	2.27	224 720	56 180

FUENTE: *INEC*
ELABORACIÓN: La Autora

Dónde:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Total universo **224.720,** población para el 2012 de la ciudad de Loja dividida para 4 personas que son los que conforman la familia es decir 56 180 familias

e = error estándar 0.05

$$n = \frac{56\ 180}{1 + (0.05)^2 * 56\ 180}$$

$$n = \frac{56\ 180}{1 + 0.0025^2 * 56\ 180}$$

$$n = \frac{56\ 180}{1 + 140.45}$$

n = 397 Encuestas.

También se encuestarán a los 25 oferentes, que son los Centros Naturistas, registrados en la Cámara de Comercio de Loja.

Para el desarrollo de la investigación se comenzó primero por estudiar al mercado compuesto por la demanda, oferta y demanda insatisfecha. Para cuantificar la demanda se utilizarán dos fuentes de información. La información primaria obtenida proviene de encuestas realizadas a la población de la ciudad de Loja. Las fuentes secundarias utilizadas en este estudio son aquellas proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del Censo Poblacional del año 2011.

Luego se determinó el tamaño y la localización de la empresa así como la capacidad instalada de la misma, después se determinó la ingeniería del proyecto compuesto por el proceso de fabricación del producto, los materiales, materia prima y personal utilizado en la empresa a constituirse.

Se contó además con una estructura orgánico funcional con un manual de funciones y organigramas, la razón social de la empresa. Después se establecerán las inversiones y financiamiento. Posteriormente se llegan a definir los costos e ingresos del proyecto, acompañado de la valuación del proyecto que tiene por objeto conocer la rentabilidad de la empresa para lo cual se establecerán valuadores como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Análisis de Sensibilidad, Período de Recuperación, Relación Beneficio Costo.

f. RESULTADOS

f. RESULTADOS.

Este estudio se lo realizara para obtener y sobre todo para analizar el comportamiento de todos los consumidores, gustos, necesidades, preferencias, actitudes, la demanda insatisfecha del Jarabe de Rábano, de forma que se tenga la suficiente información que permita conocer el mercado en el que se va a introducir el producto y su comercialización; así como también, permitirá conocer el comportamiento de la oferta.

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LAS FAMILIAS DEL CANTÒN LOJA.

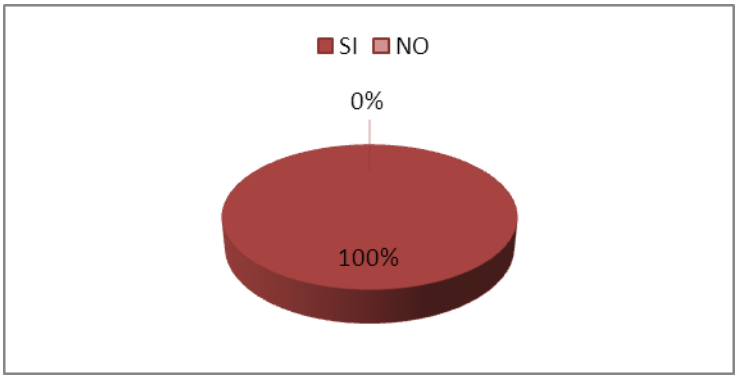
1. ¿Conoce usted Jarabes para la tos tanto farmacéuticos como naturales?

Cuadro No. 1
CONSUMO DE JARABE PARA LA TOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	397	100%
NO	0	0%
TOTAL	**397**	**100%**

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Grafico No. 1
CONSUMO DE JARABE PARA LA TOS



ANALISIS.

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 100% de los encuestados conocen Jarabes para la Tos, lo que determina que es un producto que se vende y que es conocido en el mercado local de la ciudad de Loja.

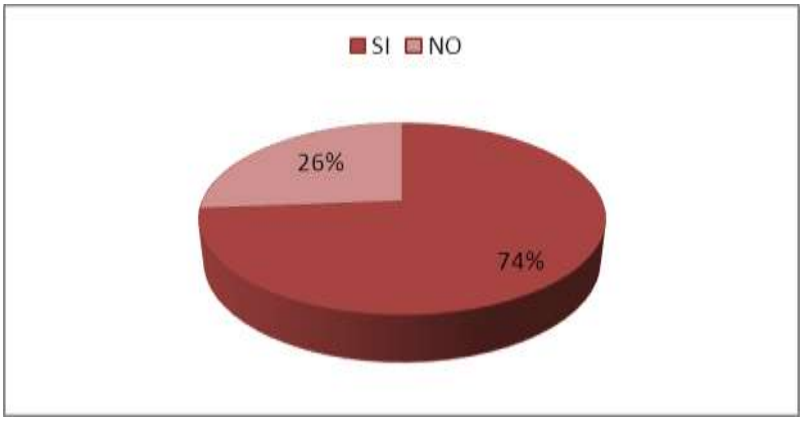
2. ¿Ha consumido Jarabe para la tos?

Cuadro No. 2
CONSUMO DE JARABE PARA LA TOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	295	74%
NO	102	26%
TOTAL	**397**	**100%**

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Grafico No. 2
CONSUMO DE JARABE PARA LA TOS



ANALISIS.

De acuerdo a los datos obtenidos, el 74% de los encuestados consumen este producto ya sea por recomendaciones o conocimiento de los mismo ya sean productos farmacéuticos o naturales y el 26% indica que no consumen este producto.

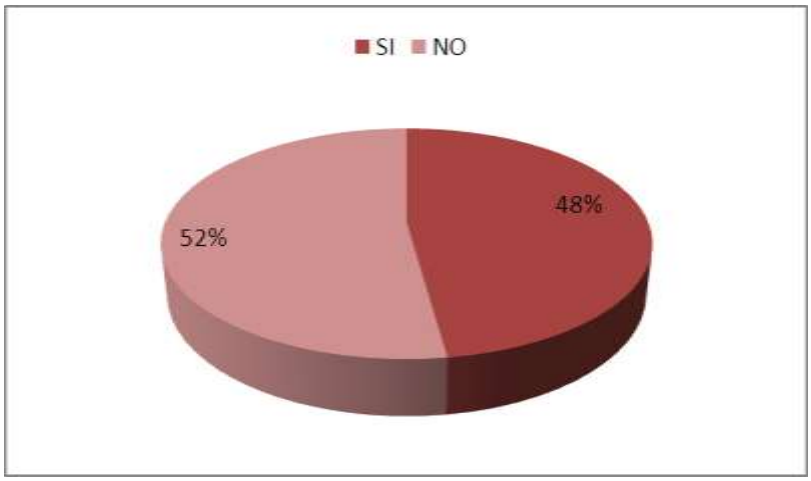
3. ¿Ha consumido Jarabe de Rábano Natural para la tos?

Cuadro No. 3
CONSUMO DE JARABE DE RABANO NATURAL PARA LA TOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	141	48%
NO	154	52%
TOTAL	**295**	**100%**

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Grafico No 3
CONSUMO DE JARABE DE RABANO NATURAL PARA LA TOS



ANALISIS.

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 48% de los encuestados consumen Jarabe de Rábano Natural ya sea por conocimiento de la existencia de los mismos o por recomendaciones de amigos, familiares etc., y que el 52% indican que no consumen este tipo de jarabe natural.

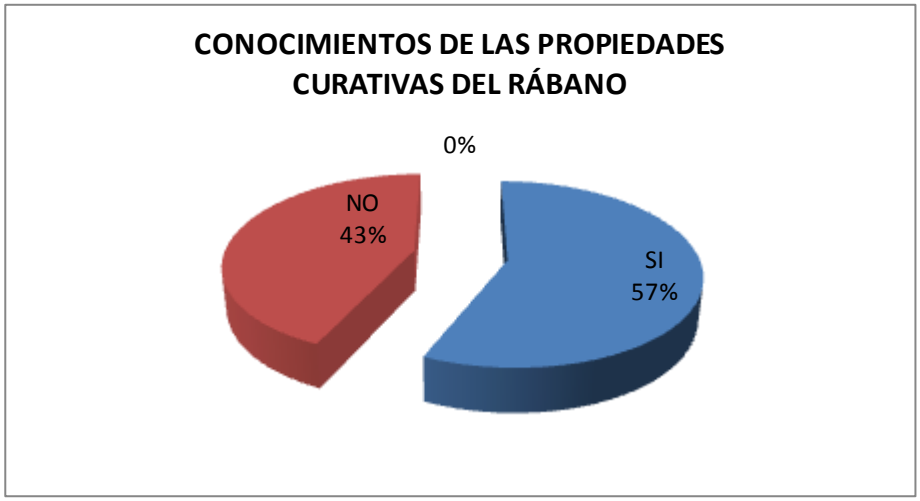
4. ¿Conoce usted las propiedades curativas del Rábano?

Cuadro No. 4
CONOCIMIENTO DE LAS PROPIEDADES CURATIVAS DEL RABANO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	80	57%
NO	61	43%
TOTAL	**141**	**100%**

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Grafico No 4



ANALISIS.

Al momento de realizarles esta pregunta el 57% respondieron que de alguna manera si conocen las propiedades curativas que tiene el rábano, mientras que el 43% de ellos respondieron que no lo conocían.

5. ¿Dónde adquiere regularmente este producto?

Cuadro No. 5
LUGAR DE COMPRA DEL PRODUCTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas naturistas	113	80%
Supermercados	16	11%
Mercados	12	09%
TOTAL	**141**	**100%**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: La Autora.

Grafico No 5

ANALISIS.

El 80% de los encuestados que compran este producto lo adquieren en tiendas naturistas, el 9% lo compran en Supermercados y el 11% en los mercados locales de la ciudad de Loja.

6. ¿Con que frecuencia compra usted este producto?

Cuadro No. 6
FRECUENCIA DE COMPRA DEL PRODUCTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	0	0%
Trimestral	20	14%
Semestral	121	86%
TOTAL	**141**	**100%**

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Grafico No 6

ANALISIS.

De acuerdo a cuadro no hay encuestados que compren este producto mensualmente, el 14% lo adquieren de forma trimestral, por que han tenido en su familia algunos miembros que se han enfermado temporalmente, y es evidente según el cuadro que el 86% que el consumo es semestralmente, es decir cuando las enfermedades aparecen esporádicamente y necesariamente deben de comprar este tipo de producto.

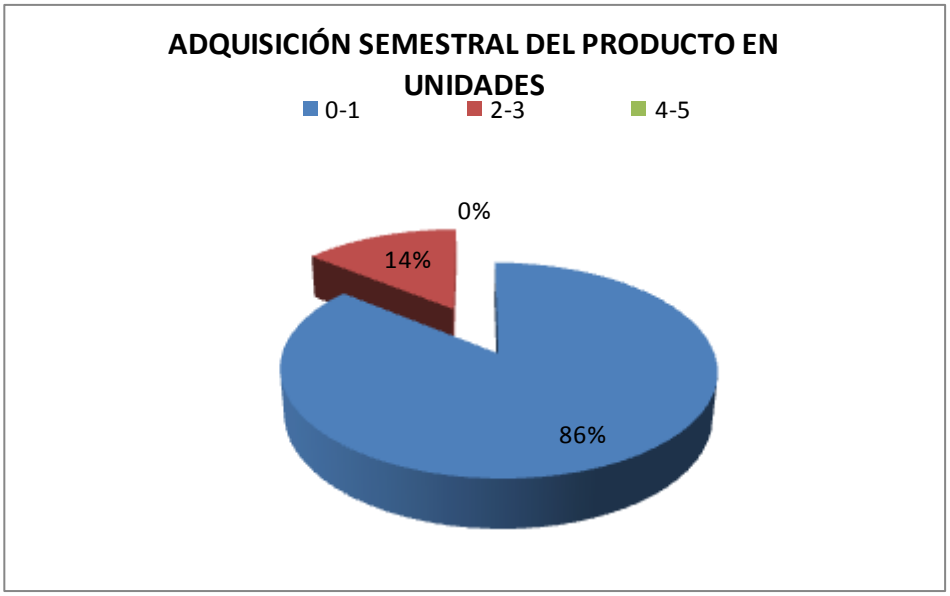
7. ¿Qué cantidad de unidades de jarabe de rábano natural adquiere semestralmente?

Cuadro No.7
ADQUISICIÒN SEMESTRAL DEL PRODUCTO EN UNIDADES

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0-1	121	86%
2-3	20	14%
4-5	0	0.00
TOTAL	**141**	**100%**

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Grafico No 7



ANALISIS.

Según el cuadro anterior se deduce que el 86% de los encuestados que son un numero de 121 clientes que compran Jarabe de Rábano lo hacen adquiriendo 1 Jarabe cada seis meses, por lo que esa es la frecuencia con la que algún miembro de cada familia se enferma de la Tos, otros 20 clientes que representan el 14% de los encuestados adquieren semestralmente de 2 a 3 Jarabes porque también manifiestan que esa es la frecuencia con la que algún miembro de su familia adquieren este tipo de enfermedad como tos o enfermedades pulmonares.

8. ¿Cuánto paga usted por cada unidad de Jarabe de Rábano?

Cuadro No. 8
PRECIO POR UNIDAD

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1.00-1.99	87	62%
2.00-2.99	54	38%
3.00 o más	0	0%
TOTAL	**141**	**100%**

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Grafico No 8

ANALISIS.

Respecto al precio por unidad que adquieren los encuestados, el 62% que es el porcentaje más alto manifiestan que lo compran al producto de 1,00 a 1,99 centavos de Dólar por cada unidad, mientras que el 38% dicen que lo adquieren entre 2,00 a 2.99 centavos de Dólar, los encuestados manifestaron que nunca han adquirido este producto por menos de 1

dólar y por más de 3 dólares, esto nos dará un referente para el precio de un producto.

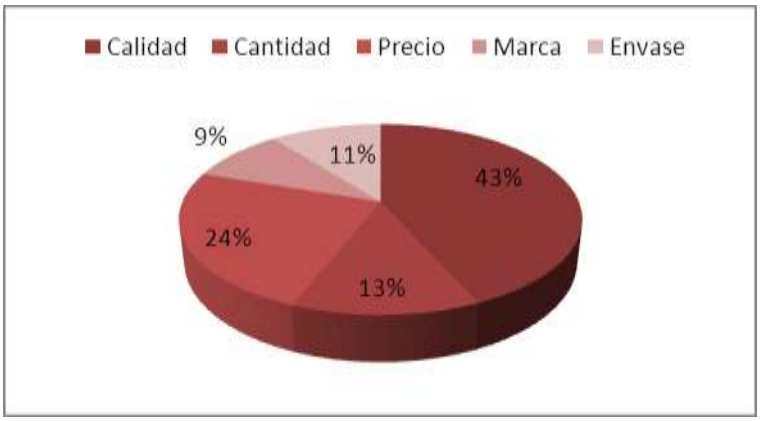
9. ¿Al momento de adquirir el producto, cuál de las siguientes características del producto usted toma en cuenta?

Cuadro No. 9
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	61	43%
Cantidad	18	13%
Precio	34	24%
Marca	13	9%
Envase	15	11%

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Grafico No 9
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO



ANALISIS.

Dentro de las características que toman en cuenta los encuestados al momento de adquirir el producto, el 43% toman en cuenta la calidad, el

13% observan la cantidad, el 24% toman en consideración el precio del producto, el 9% consideran la marca y el 11% el envase del mismo.

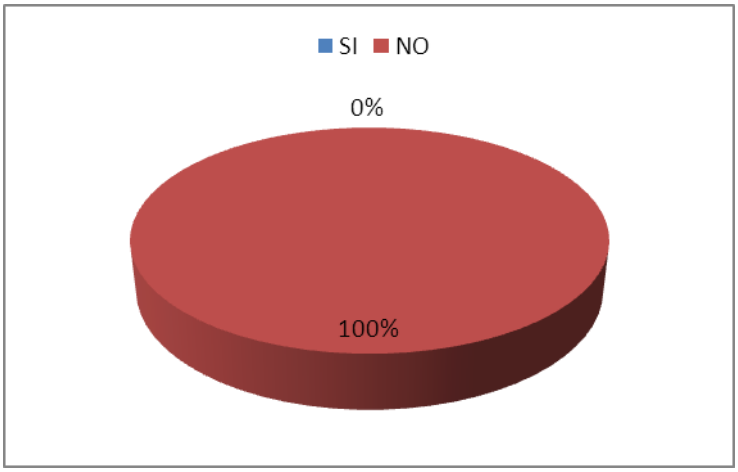
10. ¿Usted conoce la existencia de una empresa que produzca Jarabe de Rábano Natural en la ciudad de Loja?

Cuadro No. 10
EXISTENCIA DE OTRA EMPRESA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	141	100%
TOTAL	**141**	**100%**

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Grafico No. 10
EXISTENCIA DE OTRA EMPRESA



ANALISIS.

Al realizarles esta pregunta el 100% de los encuestados manifestaron que no conocen la existencia de una empresa productora de Jarabe de Rábano Natural que sirva para la tos, manifestando que a lo mejor no hacen campañas publicitarias en los medios de comunicación o porque en realidad no existen este tipo de empresas.

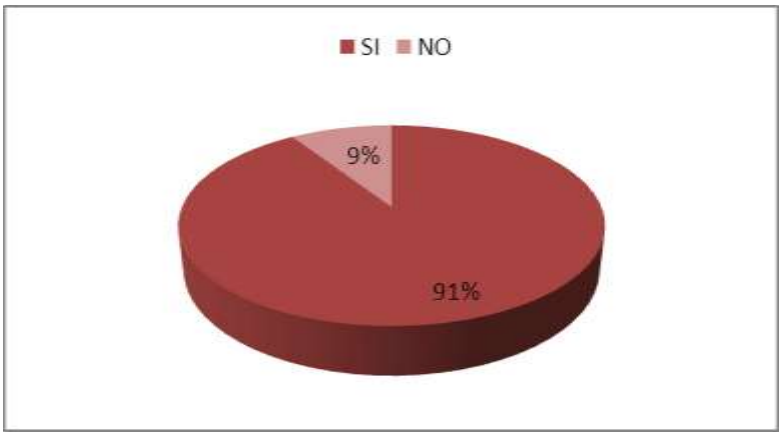
11. ¿Si se creara una empresa de fabricación de Jarabe de Rábano en la ciudad de Loja, usted estaría dispuesto a adquirir este producto?

Cuadro No. 11
CREACION DE UNA NUEVA EMPRESA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	128	91%
NO	13	9%
TOTAL	**141**	**100%**

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Grafico No. 11
CREACION DE UNA NUEVA EMPRESA



ANALISIS.

Al preguntarles si estarían dispuestos a adquirir un Jarabe de Rábano de una empresa nueva en la fabricación del Jarabe, el 91% de los encuestados contestaron que si estarían dispuestos a comprar, ya que adquirirían un producto bueno, mientras que el 9% de los encuestados contestaron que no lo adquirirían, por cuestiones de conocimiento del mismo.

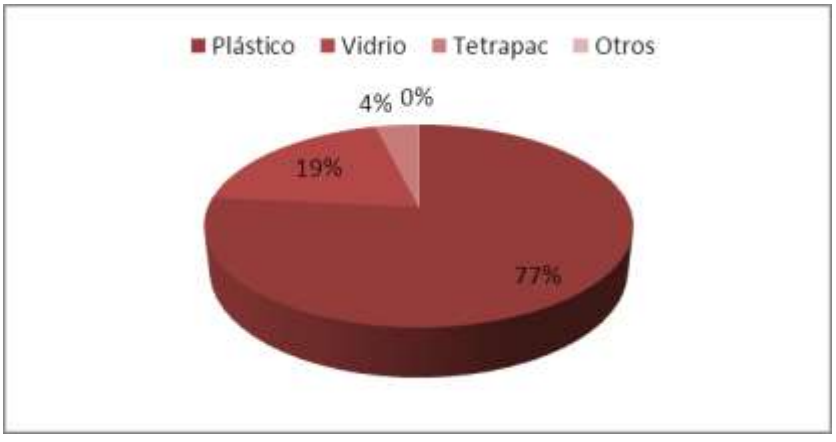
12. ¿Qué tipo de envase le gustaría para el Jarabe de Rábano Natural?

Cuadro No. 12
PREFERENCIAS DE ENVASE

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Plástico	98	77%
Vidrio	25	19%
Tetrapack	5	4%
Otros	0	0%
TOTAL	**128**	**100%**

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Grafico No. 12
PREFERENCIAS DE ENVASE



ANALISIS.

Refiriéndose al tipo de envase que les gustaría que se presente el producto, el 77% manifestaron que les gustaría que sea en envase de plástico, el 19% tienen preferencia por el envase de vidrio y el 4% en envase de tetrapack.

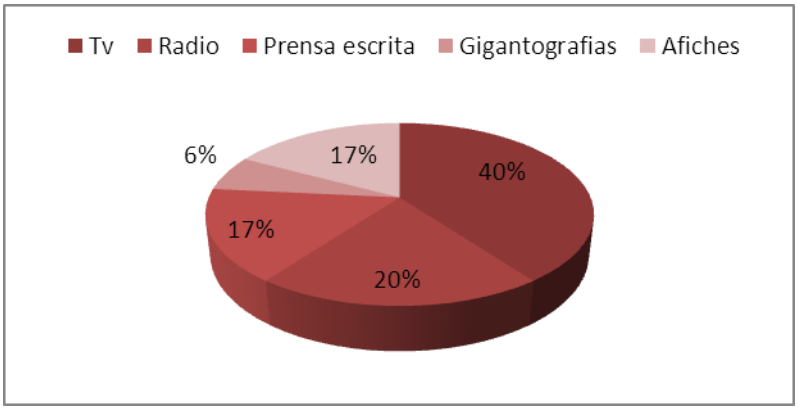
13. ¿Cuáles serían los medios de publicidad que le gustaría en el que se promocione el Jarabe de Rábano Natural?

Cuadro No. 13
MEDIOS DE PROMOCIONAR EL PRODUCTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tv	51	40%
Radio	26	20%
Prensa escrita	21	17%
Gigantografias	8	6%
Afiches	22	17%
TOTAL	**128**	**100%**

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Grafico No. 13
MEDIOS DE PROMOCIONAR EL PRODUCTO



ANALISIS.

Según el cuadro anterior, el 40% de los encuestados manifiestan que les gustaría que promocionen el Jarabe por medio de la televisión, el 20% de ellos dicen que sería mejor por la radio por tener buena acogida por parte

de la ciudadanía, el 17% dicen que por medio de la prensa escrita de la localidad y que llega a todos los rincones de la provincia, el 6% manifiestan que por medio de Gigantografias porque es un medio innovador de los últimos tiempos y que se los está utilizando mucho para la publicidad de muchos otros productos y finalmente el 17% de los encuestados manifiestan que sería conveniente realizarlo por medio de afiches que son entregados directamente a las personas que se encuentran en las calles realizando sus actividades personales diarias.

ENCUESTAS DIRIGUIDAS A LOS OFERENTES DE LA CIUDAD DE LOJA.

Se realizó la encuesta a los 25 centros naturistas de la ciudad de Loja según la Cámara de Comercio de Loja.

1. ¿En su centro naturista, usted vende jarabes para la tos?

Cuadro No. 14
VENDE JARABES PARA LA TOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	25	100%
NO	0	0%
TOTAL	**25**	**100%**

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Gráfico No. 14

ANALISIS.

Como se visualiza en el gráfico Nº 15, los 25 encuestados venden jarabes para la tos, ya que al ser un centro naturista no pueden faltar jarabes naturales para los problemas respiratorios.

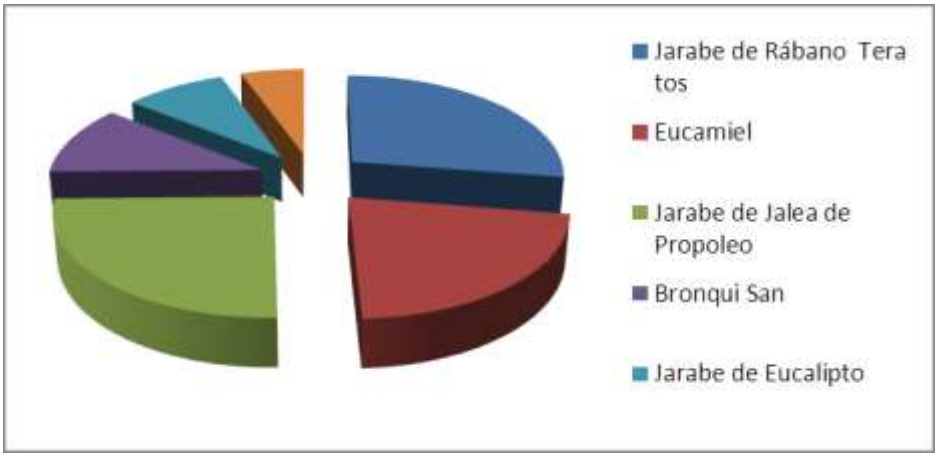
2. ¿Qué jarabe para la tos vende en su centro naturista?

Cuadro No. 15
TIPOS DE JARABE QUE VENDE

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Jarabe de Rábano Tera tos	25	100%
Eucamiel	20	80%
Jarabe de Jalea de Propoleo	23	92%
Bronqui San	10	40%
Jarabe de Eucalipto	8	32%
Jarabe de Tutuma	5	20%

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Gráfico No. 14
TIPOS DE JARABE QUE VENDE



ANALISIS.

Según el cuadro anterior el 100% de los centros encuestados manifestaron que el jarabe Tera tos o Jarabe de rábano es el jarabe que está en estos momentos de venta en todos los centros naturistas, el Eucamiel lo venden en un 80%, el Jarabe de Jalea de Propoleo lo venden en un 92%, el Jarabe Bronqui San en un 40%, el Jarabe de Eucalipto en un 32% y el Jarabe de Tutuma lo venden un 20% de los centros naturistas. Al ser una pregunta de tipo abierta, no se la ha representado gráficamente.

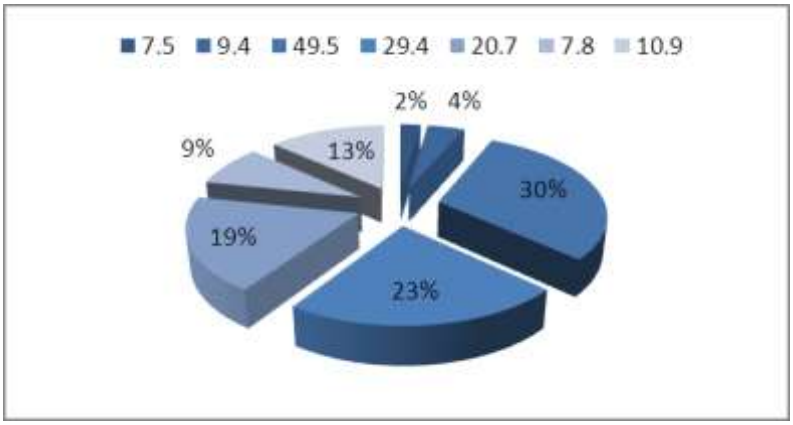
3. ¿En qué cantidad vende mensualmente el Jarabe de Rábano Natural?

Cuadro No. 16
QUE CANTIDAD DE JARABE DE RABANO NATURALVENDE MENSUALMENTE

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-15	9	0.36
16-30	6	0.24
31-45	1	0.04
46-60	3	0.12
61-75	4	0.16
75-90.	2	0.08

TOTAL	**25**	**100**

Grafico No. 16
EN QUE CANTIDAD VENDE EL JARABE DE RABANO NATURAL



ANALISIS.

Como podemos observar en el cuadro anterior la venta de jarabe de rábano natural al mes es de 15 jarabes al mes con el 2%, 28 al mes con el 4%, 198 jarabes con el 30%, 147 jarabes con el 23%, 124 jarabes con el 19%, 55 jarabes con el 9% y 87 jarabes con el 13%.

4. ¿Con que frecuencia vende usted este producto?

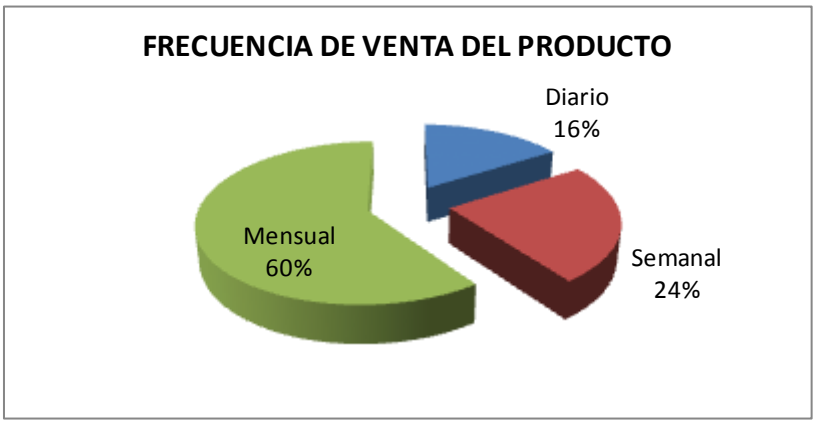
Cuadro No. 17
FRECUENCIA DE VENTA DEL PRODUCTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	4	16%
Semanal	6	24%
Mensual	15	60%
TOTAL	**25**	**100%**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: La Autora.

Gráfico No. 17



ANÁLISIS

Como se demuestra en el gráfico la frecuencia de venta del producto es del 16% diario, venta de forma semanal 24% y es evidente según el cuadro que el 60% realiza la venta mensualmente. Los centros naturistas son una alternativa de medicina natural.

5. ¿Conoce usted de alguna empresa que produzca Jarabe Natural de Rábano?

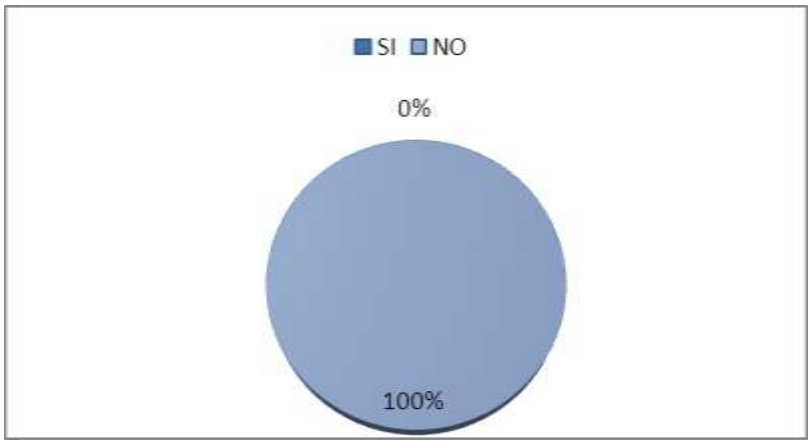
Cuadro No. 18
CONOCIMIENTO DE UNA EMPRESA QUE PRODUZCA JARABE NATURAL DE RABANO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	**0**	0%
NO	**25**	100%

TOTAL	**25**	**100%**

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Grafico No. 18
CONOCIMIENTO DE UNA EMPRESA QUE PRODUZCA JARABE NATURAL DE RABANO



ANALISIS.

Según el cuadro anterior nos permite reconocer que de todos los encuestados que son 25 centros naturistas el 100% no saben de ninguna empresa local que produzca Jarabe Natural de Rábano.

6. ¿Conoce usted las propiedades curativas del Rábano?

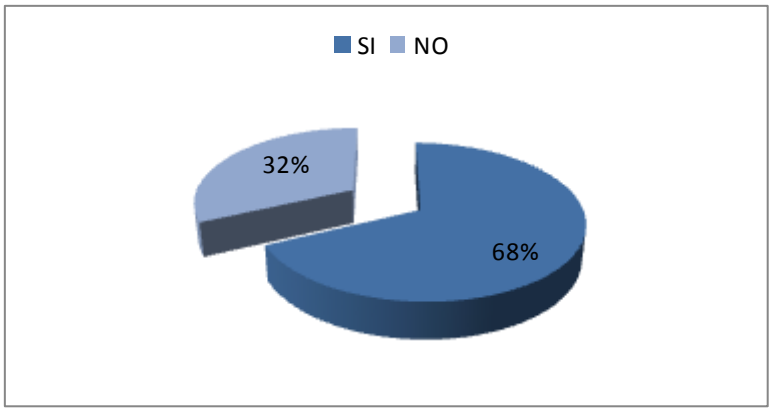
Cuadro No. 19
CONOCIMIENTO DE LAS PROPIEDADES CURATIVAS DEL RABANO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	17	68%
NO	8	32%
TOTAL	**25**	**100%**

Fuente: Encuestas.
Elaboración: La Autora.

Grafico No. 19

CONOCIMIENTO DE LAS PROPIEDADES CURATIVAS DEL RABANO



ANALISIS.

Al momento de realizarles esta pregunta el 68% respondieron que de alguna manera por tener un centro naturista que si conocen las propiedades curativas que tiene el rábano, mientras que el 32% de ellos respondieron que no lo conocían.

g. DISCUSIÓN

g. DISCUSION.

1. ESTUDIO DE MERCADO.

El presente estudio de mercado tiene la finalidad de realizar un análisis de los consumidores y del producto que se fabricara, como también de las condiciones de mercado, se pretende además brindar una argumentación fundamentada sobre la venta del Jarabe Natural de Rábano para lo cual es necesario realizar una análisis de la demanda, oferta, precios, comercialización, aspectos que nos determinaran la dinámica comercial que mantiene el producto que se oferta en el mercado.

Para este estudio me planteare los siguientes objetivos:

1. Establecer de forma concreta las características del producto objeto de estudio en el presente proyecto.

2. Clasificar de manera cuantitativa las demandas y ofertas del Jarabe de Rábano Natural en nuestra ciudad.

3. Establecer los canales de distribución del producto hacia el mercado consumidor.

4. Realizar un análisis de precios del producto, de la competencia y proyectar el nuestro.

5. Planificar estrategias empresariales para asegurar una gestión administrativa y de ventas positiva.

6. Segmentar el mercado con criterio empresarias de modo que la demanda sea más real, específica en lo que tiene que ver a gustos, preferencias y capacidad de compra de los consumidores.

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO.

El Jarabe de Rábano Natural es primordialmente para problemas de tos, pulmonares y respiratorios. Es un producto proveniente del Rábano, del cual se obtiene en primera instancia un líquido llamado hidratos de carbono y la fibra, que es el líquido dulce proveniente del Rábano, el mismo que al ser procesado mediante la cocción permite la obtención del jarabe. La obtención de este líquido no nos posibilita la obtención de otros productos como tampoco quedan residuos.

El Jarabe de Rábano Natural es un producto de consumo directo, no necesita de producto adicional alguno para poderse consumir.

El producto que se pretende ofertar con la puesta en marcha del presente proyecto, está identificado como Jarabe de Rábano Natural, el cual tendrá como principal materia prima el Rábano, el mismo que con un tratamiento específico, pasa ha convertirse en un producto de consumo, su presentación se la hará en frascos de 125 ml, en el cual constara el logotipo de la empresa, el nombre del producto, el sellado se lo hará herméticamente con tecnología de punta apropiada para su presentación.

Para este estudio el producto final se lo presentará de la siguiente manera:

- Logotipo: “RABANATU”.
- Nombre: Jarabe de Rábano Natural.
- Color: Transparente.

- Sabor: Dulce.
- Vida Útil: 1 año y medio.
- Uso: Problemas de la Tos, pulmonares y respiratorios.
- Presentación: Frasco de 125 ml.

ESTUDIO DE LA DEMANDA.

La demanda de toda empresa está conformada por la cantidad del producto requerido por los consumidores en un momento determinado, para establecer la demanda, se acudió a información estadística que de acuerdo a la muestra seleccionada se aplicó encuestas para luego ordenar la información y realizar el respectivo análisis e interpretación de los resultados.

La demanda potencial, real y efectiva es la que vamos a obtener, la que se calcula multiplicando el número de familias por el consumo familiar del Jarabe de Rábano Natural, a través de la cual se determina el consumo total anual del producto en nuestra ciudad.

Para dar a conocer la información sobre la población según el INEC en el año 2011, dato que sirvió para proyectar la población hasta el año 2017 con una tasa de crecimiento del 2.27%, es así que para el año 2012 existe una población en el Cantón Loja de **224.720** dividida para 4 personas que son los que conforman la familia es decir 56 180 familias

Cuadro No. 20
POBLACION EN ESTUDIO

Nº	AÑOS	POBLACION PROYECTADA	FAMILIAS
0	2012	224.720	56.180
1	2013	229.821	57.455
2	2014	235.038	58.760
3	2015	240.373	60.093
4	2016	245.830	61.457
5	2017	251.410	62.853

Fuente: INEC
Elaboración: La Autora.

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

DEMANDA POTENCIAL.

Para determinar la demanda potencial, se toma como fuente de información a la encuesta aplicada a las familias consumidoras, con la cual segmentamos el mercado en un primer orden, ya que se determina que de las 397 familias encuestadas quedan 295 de ellas que representa el 74% de familias que consumen jarabe para la tos y enfermedades respiratorias, es así que con este dato se obtiene la demanda potencial.

CONSUMO DE JARABE PARA LA TOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	295	74%
NO	102	26%
TOTAL	**397**	**100%**

Fuente: Cuadro Nº 2
Elaboración: La Autora.

Demanda Potencial.-

- ✓ Demanda Potencial= 56.180*.74% (cuadro Nº 2)
- ✓ Demanda Potencial= 41.573

DP= 41.573

PROYECCION DE LA DEMANDA POTENCIAL

Basados en el cuadro anterior, se puede proyectar la demanda potencial para los 5 años de vida útil de este proyecto.

CUADRO Nº 21

Nº	AÑOS	PROYECCIÒN DE FAMILIAS	74 % DE ACEPTACION	DEMANDA POTENCIAL
0	2012	56.180	0,74	41.573

Fuente: Cuadro Nº 2 Y 20
Elaboración: La Autora

DEMANDA REAL.

Siguiendo con la segmentación de mercado para establecer la demanda real, se toma el número de familias consumidoras de Jarabe de Rábano Natural que corresponde al 48%, mismas que prefieren adquirir el producto por ser de origen natural, así se expone lolo mencionado en el siguiente cuadro.

CONSUMO DE JARABE DE RABANO NATURAL PARA LA TOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	141	48%
NO	154	52%
TOTAL	**295**	**100%**

Fuente: Cuadro Nº 3
Elaboración: La Autora.

Demanda Real.-

- ✓ Demanda Real=41573*48% (Cuadro Nº 3)
- ✓ Demanda Real=19955

DR= 19.955

PROYECCION DE LA DEMANDA REAL.

En base al cuadro Nº 21, se ha proyectado la demanda real para los 5 años de vida útil del proyecto.

CUADRO Nº 22

Nº	AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	48% DE ACEPTACION	DEMANDA REAL
0	2012	41.573	0,48	19.955

Fuente: Cuadro Nº 3 Y 21
Elaboración: La Autora

DEMANDA EFECTIVA.

Una vez calculada la demanda real es necesario conocer la demanda efectiva del cantón Loja, para los cual hay que basarse en el número de familias consumidoras y verificar en la aplicación de la encuesta qué porcentaje de estas comprara el producto que oferta la presente empresa, tenemos así que un 91% del total de familias consumidoras de Jarabe de Rábano Natural, que si se llegara a instalar la empresa adquirirían el producto, como lo podemos apreciar en el siguiente cuadro.

CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE JARABE DE RÀBANO NATURAL

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	128	91%
NO	13	9%
TOTAL	**141**	**100%**

Fuente: Cuadro Nº 11
Elaboración: La Autora.

Demanda Efectiva.-

- ✓ Demanda Efectiva= 19955*91% (Cuadro Nº 11)
- ✓ Demanda Efectiva= 18159

DE= 18159

PROYECCION DE LA DEMANDA EFECTIVA.

Basados en el cuadro anterior, se puede proyectar la demanda efectiva para los 5 años de vida útil del proyecto.

CUADRO Nº 23
DEMANDA EFECTIVA

Nº	AÑOS	DEMANDA REAL	91% DE ACEPTACION	DEMANDA EFECTIVA
0	2012	19.955	0,91	18.159

Fuente: Cuadro Nº 11 Y 22
Elaboración: La Autora

CONSUMO PERCÁPITA.

Este indicador sirvió para estimar la cantidad promedio anual de jarabe natural de rábano en presentación de 125 ml.

CUADRO Nº 24
CONSUMO REAL PERCÁPITA SEMESTRAL

UNIDADES	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE	Xm	Fxm
0-1	121	86%	0.5	61
2-3	20	14%	2.5	50
4-5	0	00	4.5	0
TOTAL	**141**	**100%**		**111**

Fuente: Cuadro 7
Elaboración: La Autora

Media aritmética

$$\text{Promedio} \quad \frac{\sum FXm}{n}$$

$$\text{Promedio} \quad \frac{111}{141}$$

Promedio 0.79 semestral

Consumo promedio semestral de jarabe de rábano 0.79

Consumo promedio anual de jarabe de rábano 0.79*2=1.59

Demanda Efectiva=18159*1.59

Demanda Efectiva= 28.873 ANUAL

CONSUMO ANUAL PROYECTADO POR FAMILIA.

En este proyecto, el consumo de jarabe natural de rábano se debe básicamente al originarse enfermedades pulmonares y respiratorias en

las familias del Cantón Loja. Según las encuestas aplicadas a las familias se ha determinado la demanda efectiva a la que multiplicándole el consumo per cápita anual, elaborado en el cuadro Nº24, se tiene como resultado la demanda anual y proyectada del jarabe de rábano natural en frascos de 125 ml.

CUADRO Nº 25
CONSUMO ANUAL PROYECTADO POR FAMILIA

Nº	AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO UNIDADES 125 ml.	DEMANDA ANUAL DE JARABES
0	2012	18.159	1,59	28.873
1	2013	18.571	1,59	29.528
2	2014	18.993	1,59	30.199
3	2015	19.424	1,59	30.884
4	2016	19.864	1,59	31.584
5	2017	20.316	1,59	32.302

ESTUDIO DE LA OFERTA.

Para analizar la situación actual de la oferta del producto es necesario indicar que en la provincia de Loja se comercializan este tipo de Jarabes Naturales.

Se realizaron 25 encuestas a los distribuidores del producto, de los cuales se tomó la población total de la ciudad de Loja, considerando que en éstos existen negocios de gran envergadura, se puede decir

que son los que comercializan cubriendo toda la región, esto se lo realizó con el propósito de tener referencia sobre qué marcas existen, qué preferencia tienen.

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA DEL PRODUCTO.

La oferta del presente proyecto se determinó a través de la encuesta realizada a los establecimientos de expendio de Jarabes Naturales, quienes nos ayudaron con la información necesaria para el estudio que fue detallada por los mismos a través de las compras que las realizan a los distribuidores que les abastecen de estos jarabes. Mediante encuestas realizadas a Centros Naturistas, se determinó la oferta de Jarabes Naturales en la ciudad de Loja por parte de estos establecimientos, los mismos que expenden un promedio de 1440 jarabes mensuales. A continuación en el cuadro se detalla la oferta mensual y anual de los que venden los jarabes en los centros naturistas.

Cuadro No. 26

CANTIDAD DE VENTA MENSUAL
JARABE DE RABANO NATURAL

VARIABLE	FRECUENCIA	Xm	Fxm
1-15	9	8	72
16-30	6	23	138
31-45	1	38	38
46-60	3	53	159
61-75	4	68	272
76-90.	2	83	165
TOTAL	**25**	**273**	**844**

FUENTE: Cuadro N° 17
ELABORACIÓN: La Autora

Las ventas de los distribuidores son de 844 jarabes de rábano al mes.

PROMEDIO DE OFERTA ANUAL

Promedio:

$$\text{Promedio} \quad \frac{\sum FXm}{n}$$

$$\text{Promedio} \quad \frac{844}{25}$$

Promedio 33.76 MENSUAL

Oferta promedio mensual de jarabe de rábano 33.76

Oferta promedio anual de jarabe de rábano 33.76*12=405 por distribuidor.

Ventas:

844*12= 10.128 anual

DEMANDA-OFERTA=DEMANDA INSATISFECHA

28.873-10.128=18.745

PROYECCION DE LA OFERTA PARA LOS CINCO AÑOS.

Con la determinación de la oferta del producto se procede a realizar la proyección de la oferta para los cinco años de vida útil del proyecto. Se tomó en cuenta la tasa de crecimiento en las ventas en la ciudad de Loja, que es el 7% anual (Información obtenida en encuestas realizadas a Farmacias y Centros Naturales procediendo a sacar la media) y se procede a realizar de la siguiente manera:

Cuadro No. 27
PROYECCION DE LA OFERTA DEL JARABE DE RABANO NATURAL

AÑOS	DETERMINACION DE LA OFERTA
0	10.128
1	10.836
2	11.594
3	12.405
4	13.273
5	14.202

Fuente: Cuadro Nro. 10.
Elaboración: La Autora.

ANALISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.

DEMANDA INSTISFECHA.

Al considerar la cantidad ofertada del Jarabe de Rábano Natural se puede establecer a través de los resultados de la encuesta, que la demanda de

jarabe existente, es atendida por el producto ofertado por las firmas comerciales que las distribuyen, con lo que se considera que si existe demanda insatisfecha, quedando abierta la posibilidad de entrar en un mercado de competencia, aprovechando la oportunidad de la que empresa nuestra se encuentra ubicada dentro del mismo mercado.

Cuadro No. 28
PROYECCION DE LA DEMANDA INSATISFECHA DEL JARABE DE RABANO NATURAL

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2012	28.873	10.128	18.745
2013	29.528	10.836	18.692
2014	30.199	11.594	18.605
2015	30.884	12.405	18.479
2016	31.584	13.273	18.311
2017	32.302	14.202	18.100

Fuente: Cuadro Nro. 25 Y 27.
Elaboración: La Autora.

ESTRATEGIAS DE MERCADO PARA LA COMERCIALIZACION DEL JARABE DE RABANO NATURAL.

Son el conjunto de técnicas de Marketing, planificadas y diseñadas, para permitir que un producto satisfaga los objetivos establecidos por los dirigentes de la empresa en cuestión.

Las estrategias serán planificadas de acuerdo a la demanda efectiva, de acuerdo a la competencia y según el crecimiento de las familias consumidoras.

La empresa de elaboración y comercialización de Jarabe de Rábano Natural, tiene como finalidad dar a conocer la existencia del nuevo producto, y motivar a los consumidores para que incluyan en el mejoramiento de su salud, con este producto natural.

Se utilizara técnicas, estrategias y tácticas para que exista un buen desenvolvimiento de las ventas y de todas las actividades de la empresa, logrando de esta manera posicionar el producto en el mercado.

ANALISIS DE LAS 4 P´s.

PRODUCTO.

El producto es el punto central del estudio de mercadeo, ubicándose en el producto que la empresa "RABANATU" pretende llevar al mercado, además de las características que éste deben tener.

En el análisis del producto es necesario hacer una relación entre las características del producto y las del consumidor, para así adaptarlo según el mercado, objetivo que lo conseguimos con la respectiva encuesta, dando como pauta la aplicación de estrategias, como:

- Ofrecer el producto a precios razonables.
- Utilizar materia prima de calidad.
- Trabajar con la tecnología adecuada.
- Realizar controles de calidad en el transcurso y al final del proceso productivo.

- Planificar su presentación tomando en cuenta los gustos y preferencias del consumidor.

El producto será elaborado en presentaciones de 100 ml y de 125 ml, por frasco, de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores, lo cual se determinó mediante la encuesta.

Para la elaboración del producto se tomara en cuenta la imagen, garantía e higiene, lo que permite captar la atención del cliente e impulsar su compra. Una vez elaborado el producto, se obtendrá el permiso sanitario, para lo cual se hará el trámite respectivo en el Instituto Nacional de Normalización (INEN).

LOGOTIPO.

Estableciendo una diferencia de la competencia es importante que la empresa tenga un logotipo el mismo que contiene: gráficos, frase referente al producto.

He considerado que el logotipo del Jarabe de Rábano Natural, tenga una representación gráfica de los principales aspectos involucrados en el presente proyecto, es así que:

El Rábano representa la materia prima principal del Jarabe Natural.

A continuación se presenta un logotipo base que será presentado el envase plástico que finalmente se lo comercializara en las cantidades de 125 ml, para el producto el cual luego de ser analizado se determinó que quedara de la siguiente manera:

RABANATU. JARABE DE RABANO NATURAL. SU PODER DE CURAR

PLAZA.

La estrategia de distribución para ingresar al mercado objeto de estudio, será basándose a un análisis exhaustivo de la competencia y seguir los planes del proyecto, por lo que la presente empresa utilizará como canal de distribución, productor-intermediario-consumidor final, utilizando a los mayoristas, farmacias y centros naturistas de la ciudad.

Esta estrategia se aplicará al igual que lo hace la competencia, es decir que vende a los mayoristas para luego estos a su vez vender al consumidor final.

GRÁFICO N° 18

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El canal de comercialización explicado anteriormente nos describe claramente la forma de hacer llegar el producto al consumidor final.

PRODUCTOR - INTERMEDIARIO - CONSUMIDOR FINAL

La comercialización del Jarabe de Rábano Natural se realizara en diferentes centros naturistas, farmacias y centros de expendio de alimentos entre tiendas, supermercados, etc., de la ciudad de Loja dependiendo de las circunstancias y posibilidades del producto.

PUBLICIDAD.

Toda empresa que pretende ingresar a un mercado tiene que enfrentar la competencia, por ello es importante la comunicación con el cliente, y para llegar a él, se tiene que hacer por los medios de comunicación pagados y que están dirigidos al grupo de interés de la empresa, como son los medios televisivos como Ecotel TV. y UV. Televisión, a más de los medios radiales tales como Súper Láser, Radio Municipal, Radio WG Milenio, etc., dando a conocer las características, beneficios y ventajas del producto que se oferta.

A continuación daré a conocer el plan de costos de publicidad que se va a invertir para sacar el producto al mercado:

Cuadro No. 29
PLAN DE COSTOS PUBLICITARIOS

PUBLICIDAD	HORARIO	FACTOR	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL MENSUAL
Súper Láser	12H00	40 segundos	10	5,00	50,00
Radio Municipal	12H00	40 segundos	10	5,00	50,00
Radio WG Milenio	12H00	40 segundos	10	5,00	50,00
Ecotel TV. y	19H00	20 segundos	5	15,00	75,00
UV. Televisión	20H00	20 segundos	5	15,00	75,00
TOTAL					**300,00**

Fuente: Televisión y Radio.
Elaboración: La Autora.

Para dar mejor información sobre este sistema de publicidad, a continuación daré a conocer algunas políticas de ventas para en Jarabe de Rábano Natural en la ciudad de Loja.

Estas piticas a utilizarse para la venta del jarabe de Rábano Natural serán las siguientes:

1.- El precio del producto será proporcionalmente de acuerdo a su cantidad tratado de que sean similares a los de la competencia, pero planificados de forma que pueda cubrir los costos de producción.

2.- El producto será entregado a intermediarios, para que luego llegue al consumidor final.

3.- Se promocionara un determinado número de frascos de Jarabe de Rábano Natural, en lugares estratégicos de la ciudad, se lo hará obteniendo los permisos respectivos, dados por las autoridades correspondientes al caso.

4.- La venta se la realizara de forma efectiva, a los establecimientos expendedores.

MATERIA PRIMA.

Para obtener el Jarabe de Rábano Natural se utiliza como materia prima el Rábano y el líquido que proveniente del mismo.

PRECIO.

El precio es uno de los elementos más importantes dentro del mercado, es la estrategia que ayuda a cumplir los objetivos de la empresa, más aun cuando, se intenta ingresar productos nuevos al mercado local, en donde se debe escoger una política de precios adecuada de acuerdo a los precios fijados por la competencia, sin embargo hay que considerar que el producto que la presente empresa ofertará, tendrá características similares y en ciertos casos superiores a los de la misma, sobre todo en calidad.

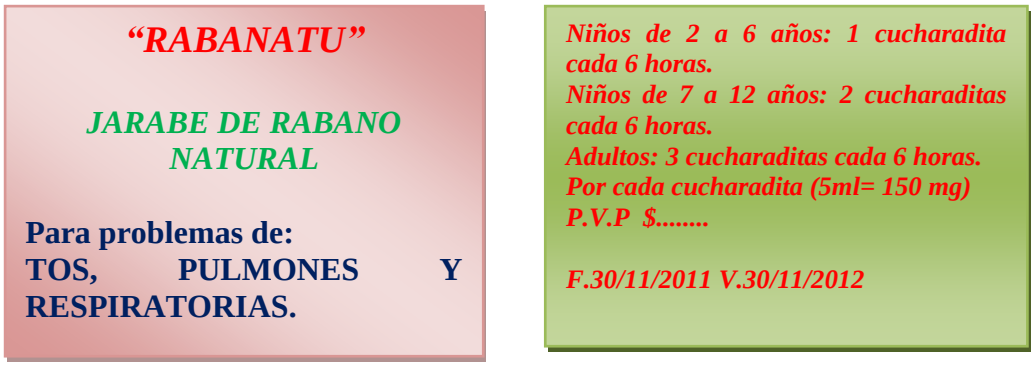
PRECIO DEL PRODUCTO.

Hay que tener en cuenta el precio de la competencia que son de 2,50, 3,00 y 3,50 dólares por Jarabe de acuerdo al contenido de cada unidad.

El precio de nuestro producto, se lo establecerá sobre la base de los costos que incurra la producción de Jarabe de Rábano Natural, además marginando el porcentaje de utilidad que la empresa planifica recibir, pero sin dejar, de lado la capacidad adquisitiva del consumidor, para el primer año el precio al público por frasco será de 2.93 dólares.

GRÁFICO N° 19

DISEÑO DE LA ETIQUETA DEL JARABE DE RABANO NATURAL



2. ESTUDIO TÉCNICO.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN.

Tamaño de la Empresa.

Basados en los resultados del estudio del mercado, especialmente lo que tiene que ver con la demanda potencial, real, y efectiva, se llega a establecer el tamaño de la planta, por otro lado es de aspecto fundamental para su determinación, el conocimiento del proceso productivo y su tecnología requerida, de tal forma que se logre compatibilizar con las disponibilidades y requerimientos empresariales.

Para el normal funcionamiento de la empresa se requiere de un área mínima de 250 $m^{2.}$

CAPACIDAD DE LA PRODUCCIÓN.

La capacidad de producción está determinada por la tecnología a utilizarse y el proceso productivo a partir de la materia prima, es decir

de su capacidad para transformar la materia prima, por tal motivo la capacidad de producción se la medirá en función de las 8 horas por jornada laboral, durante los 260 días laborales.

CAPACIDAD INSTALADA.

Se procesará el jarabe en calderas con capacidad de 4 litros en las que se elaborará 4000 ml de jarabe durante las 4 horas que equivale a un proceso de elaboración, si se trabajan 8 horas diarias reglamentarias, determina que se realizarán 2 procesos, dándonos una capacidad máxima de 8.000 ml. diarios que multiplicados por los 260 días en el año, se producirán con una capacidad máxima la cantidad de 2.080.000 ml. en el año, que corresponde al 89 % de atención en el mercado.

La capacidad instalada de la planta está determinada para que funcione con un proceso productivo continuo, de 8 horas diarias, considerando que producirá 2´080.000 ml de jarabe de rábano, que equivale a 18.745 jarabes para el primer año de demanda insatisfecha.

Cuadro No. 30
CAPACIDAD INSTALADA

DEMANDA INSATISFECHA (ml)	% DE ATENCION EN EL MERCADO	CAPACIDAD INSTALADA (ml)
2´336.500	89%	2’080.000

Fuente: Estudio Técnico.
Elaboración: La Autora.

CAPACIDAD UTILIZADA.

La planeación de la producción de jarabe de rábano natural, se realiza en función de la capacidad instalada de la empresa y en la relación a los años de vida útil, que en el presente proyecto es de 5 años. Como todo proceso productivo, no se puede empezar a trabajar con toda su capacidad debido a varios factores como son: la apertura de mercado, selección de intermediarios, acoplamiento del proceso productivo, capacitación de personal, etc.

Por todo ello se planifica comenzar con el 80% de la capacidad instalada de la planta, esto es, que en el primer y segundo año de funcionamiento se producirán 1´664.000 ml de jarabe y desde del tercer año se utilizara el 100% de capacidad instalada, lo que representa 2´080.000 ml., de jarabe.

Cuadro No. 31
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA (ml)	% DE PRODUCCION	CAPACIDAD UTILIZADA (ml)	CAPACIDAD UTILIZADA UNIDADES DE 125 ml.
1	2´080.000	80%	1´664.000	13.312
2	2´080.000	80%	1´664.000	13.312
3	2´080.000	100%	2´080.000	16.640
4	2´080.000	100%	2´080.000	16.640
5	2´080.000	100%	2´080.000	16.640

Fuente: Estudio Técnico.
Elaboración: La Autora.

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

Este proyecto reviste características especiales, por lo tanto para determinar su ubicación geográfica, se realizó un adecuado análisis sobre cada uno de los factores que inciden en su fase de operación, llegando a determinar que el lugar para ubicar la planta procesadora podría ser el siguiente:

Macro localización:

La planta procesadora de Jarabe de Rábano Natural se ubicara en:

PAIS: Ecuador.

REGION: Sur.

PROVINCIA: Loja.

CANTON: Loja.

CIUDAD: Loja.

GRÁFICO N° 20
MACROLOCALIZACIÓN

Micro localización:

La planta procesadora de Jarabe de Rábano Natural se ubicara en:

PROVINCIA: Loja.

CANTON: Loja.

CIUDAD: Loja.

PARROQUIA: El Sagrario.

SECTOR: Parque Recreacional Jipiro.

CALLES: Av. 6 de Diciembre y Salamanca.

GRÁFICO N° 21
Microlocalización

JUSTIFICACIÓN DE SU LOCALIZACIÓN.

La localización es muy importante en este tipo de proyectos, puesto que si se ubica en el sector rural la planta procesadora se fundamenta básicamente en la

situación estratégica para que pueda ser abastecida de la materia prima y también por encontrarse dentro del mercado en potencia.

INGENIERIA DEL PROYECTO.

Esta parte es fundamental en el estudio, puesto que se ocupa de buscar los elementos adecuados para el proceso productivo en lo que tienen que ver con la tecnología adecuada que se va a utilizar así como el diseño de la infraestructura física que esté de acuerdo con el tamaño establecido para la planta y permita cubrir con las expectativas del mercado.

MAQUINARIAS, EQUIPO Y HERRAMIENTAS.

Cocina Industrial.- Se necesita de una cocina industrial de tres quemadores, en la misma que se cocerá el líquido (hidratos de carbono y la fibra) hasta que alcance el punto de miel.

Olla de Acero inoxidable.- Para la preparación del líquido (hidratos de carbono y la fibra).

Cilindro Industrial de 45 Kg.- Para el respectivo hervido de líquido.

Selladora manual de presión.- Sirve para colocar las tapas a los envases en que se comercializará el producto.

Envasadora de líquidos.- Para una medida exacta en la colocación del Jarabe Natural en el frasco de vidrio.

Herramientas Menores.- Se necesita de herramientas menores que permitirán el mantenimiento adecuado de la maquinaria y equipo que se necesita para la producción.

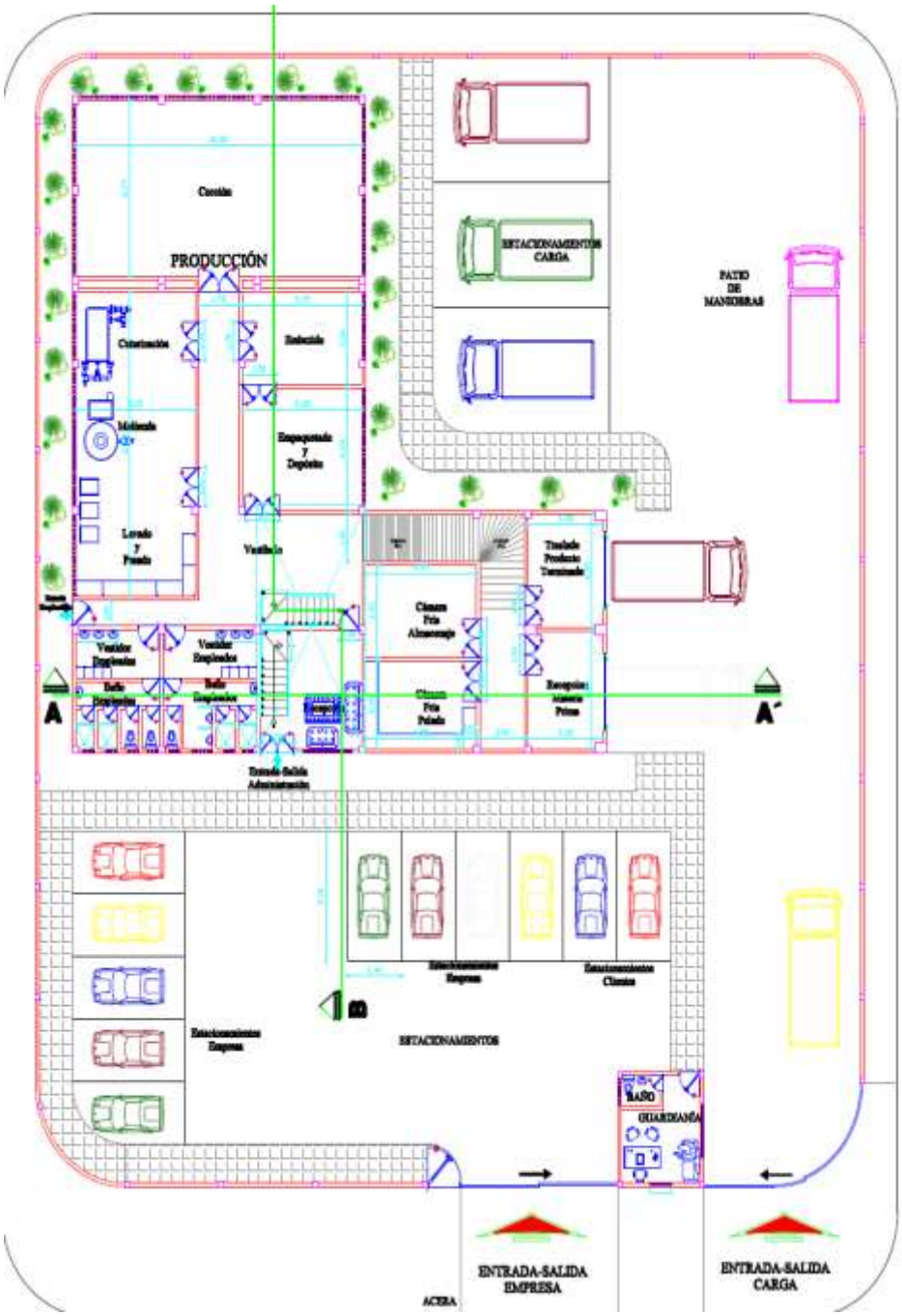
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.

INFRAESTRUCTURA FÍSICA.

Con el apoyo de profesionales de la ingeniería civil, se ha determinado que la planta extractora, se ubicará dentro de un espacio de terreno de 250 m^2, los cuales son distribuidos de la siguiente forma:

Oficinas	20 m^2
Planta extractora	100m^2
Áreas verdes	80 m^2
TOTAL	**250 m^2**

GRÁFICO N° 22 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA



PROCESO PRODUCTIVO.

Recolección.- En la Planta se compra el producto, el rábano natural cosechado en los campos para extraer el líquido que nos servirá para la elaboración del jarabe.

Cocción.- Se coloca la materia prima en la olla de aluminio en donde se cocina por espacio de 4 horas, tiempo en el cual alcanza el punto que se denomina punto de miel, en el cual se extrae el líquido tomando en cuenta que debe ser el punto exacto de cocción para evitar que se solidifique, una vez que se enfría y envasa.

Enfriado.- Una vez que se obtiene el punto de miel, el producto es colocado para ser enfriado al ambiente por espacio de 60 minutos.

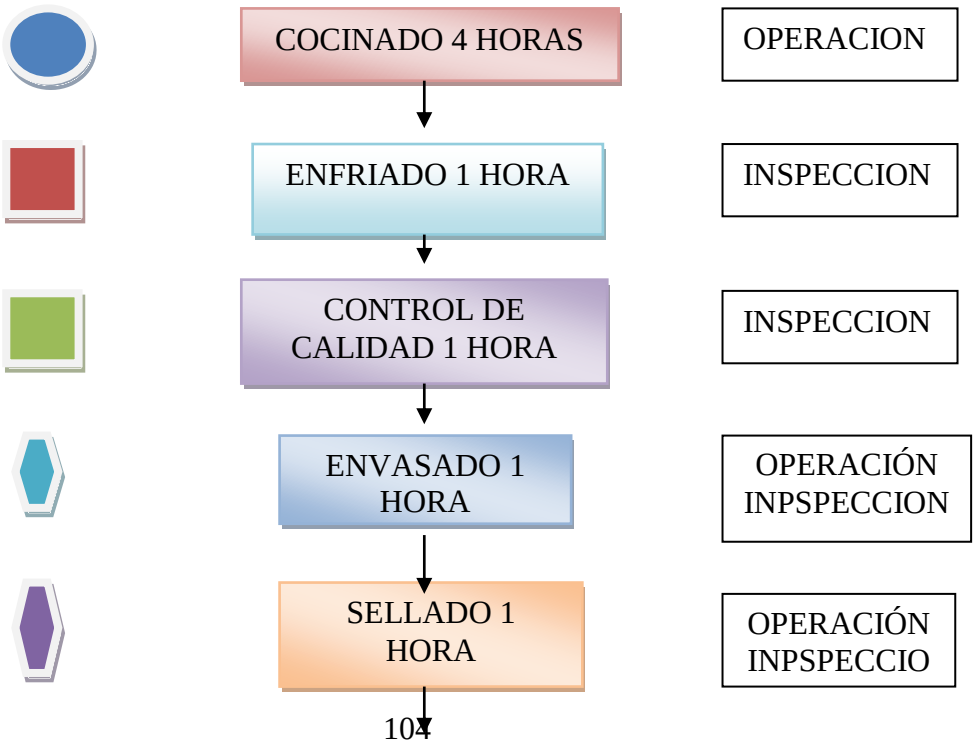
Control.-También se realiza un control minucioso del producto para obtener una buena calidad en un espacio de tiempo de 60 minutos.

Envasado.- Una vez que la miel del rábano esta lista, se coloca en la envasadora para a la vez sea colocado en el frasco que estará listo para la venta.

Selladora.-Después se procede a tapar utilizando una selladora manual, ello garantiza la calidad e higiene del producto.

Es preciso señalar que mientras sucede este proceso de las etapas de enfriado y envasado, ya se puede iniciar un nuevo proceso, es decir se puede trabajar paralelamente.

GRÁFICO N° 23
FLUJOGRAMA DE PROCESO



ALMACENADO

FIN DE PROCESO

Fuente: Estudio técnico.
Elaboración: La Autora.

El tiempo que durara el proceso de producción del Jarabe de Rábano Natural será de 8 horas diarias, valor que se obtuvo de la capacidad instalada del proyecto.

MAQUINARIA Y EQUIPO.

Cuadro No. 32
MAQUINARIA Y EQUIPO

Nro.	Maquinaria/equipo	Característica
1	Cocina Industrial.	2 quemadores.
1	Selladora de botella de 125 ml.	3 boquillas de 125 ml.
1	Envasadora de líquido.	10 boquillas de 125 ml.
3	Cilindro industrial de 45 kg.	Un servicio.
1	Olla de Acero inoxidable.	Un servicio.
6	Herramientas	Varios usos.

Elaboración: La Autora.

COCINA INDUSTRIAL.

OLLA DE ACERO INOXIDABLE.

CILINDRO INDUSTRIAL DE 45 Kg.

SELLADORA DE BOTELLA DE 125 ml. Código sia-130.

EMBASADORA DE LIQUIDOS DE 10 BOQUILLAS (125 ML) SERIE LLV-10.

MATERIA PRIMA.

Para obtener el jarabe, se utiliza como materia prima el líquido extraído del rábano después de su cocción que es un líquido dulce.

Cuadro No. 33
MATERIA PRIMA

TIPO	UNIDAD DE MEDIDA	RABANO (ml)
Rábano	Mililitros	1´664.000

Fuente: Cuadro Nro. 31.
Elaboración: La Autora.

SERVICIOS BASICOS.

Para realizar el producto, utilizaremos Energía eléctrica, Agua, Gas, Gasolina y Aceite de motor.

Cuadro No. 34
SERVICIOS BASICOS

Nro.	MAQUINARIA/EQUIPO	SERVICIOS BASICOS	CONSUMO ANUAL
1	Cocina industrial.	Cons. de gas.	24 cilindros
1	Selladora.	Cons. Energía.	625 Kw/h
1	Envasadora.	Cons. Energía.	1.000 Kw/h
6	Herramientas.	Cons. Agua.	1.944 m3

Elaboración: La Autora.

MANO DE OBRA.

Este es otro factor muy importante que hace posible la elaboración del producto ya que se cuenta con personal con formación empresarial de nivel secundario y superior.

Entre ellos tenemos:

2 Obreros.

1 Jefe de Producción.

1 Secretaria-Contadora.

1 Gerente.

1 Conserje-Guardia.

1 Chofer vendedor.

3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

ORGANIZACIÓN JURIDICA.

Para la organización jurídica y motivados por la idea de incentivar la inversión en nuestra ciudad, se ha previsto la implementación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 93 de la Ley de Compañías, que en su parte pertinente textualmente dice: Art. 93.- **"La compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos 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**.

Se llama de Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de conseguir una determinada organización.

Para constituirse esta base de compañías y para que subsista se requerirá de un mínimo de 3 socios y no podrá funcionar como tal sino con un máximo de 15 socios los cuales responden solamente por las obligaciones sociales hasta el monto de las aportaciones individuales y tienen el derecho de administrarla.

El Capital de Compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a $14.324,96 (33,33% de la inversión). Las aportaciones estarán íntegramente suscritas y pagadas por lo menos en un 50% y dicho capital será del 100% nacional.

Según te Ley de Compañías, la empresa formará un fondo de reservas hasta que alcance por lo menos el 20% del Capital Social. En cada año la Compañía segregará de las utilidades líquidas y realizadas, el 5% para este objeto.

En cuanto a la administración de la compañía, ésta estará ligada a los socios, entre los cuales se designará un Gerente.

NIVELES ADMINISTRATIVOS.

Lo conforman el conjunto de organismo agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independientemente de las funciones que realizan.

NIVEL LEGISLATIVO.- En nuestra empresa representa el primer nivel jerárquico y lo constituye la Junta General de Socios cuya función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamento, ordenanzas, resoluciones, etc., y decidir aspectos de mayor importancia.

NIVEL EJECUTIVO.- Lo constituye el Gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

NIVEL ASESOR.- Lo conforma el asesor jurídico cuya función es la de aconsejar e informar en materia jurídica.

NIVEL AUXILIAR.- Lo integra la Secretaria-Contadora, este nivel ayuda a los otros niveles administrativos a la prestación de servicios oportunos y con eficiencia.

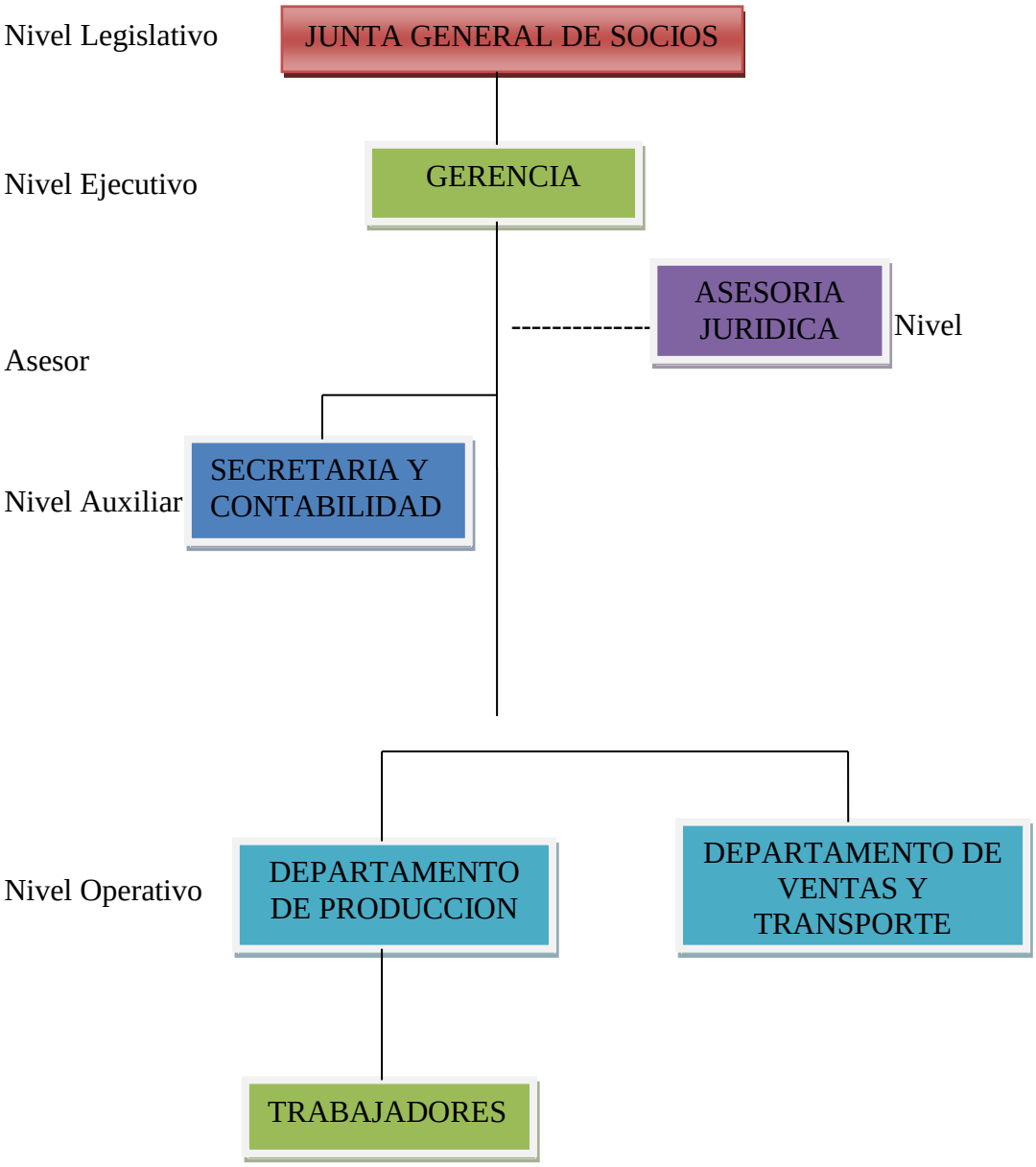
Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales. Su grado de autoridad es mínimo, se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivo y operacional, y ejecutar actividades administrativas de rutina.

NIVEL OPERATIVO.- Está conformado por, los jefes departamentales y sus respectivos dependientes.

Este nivel es responsable directo de ejecutar las actividades básica de la empresa. Es el ejecutor de las órdenes emanadas del órgano directivo.

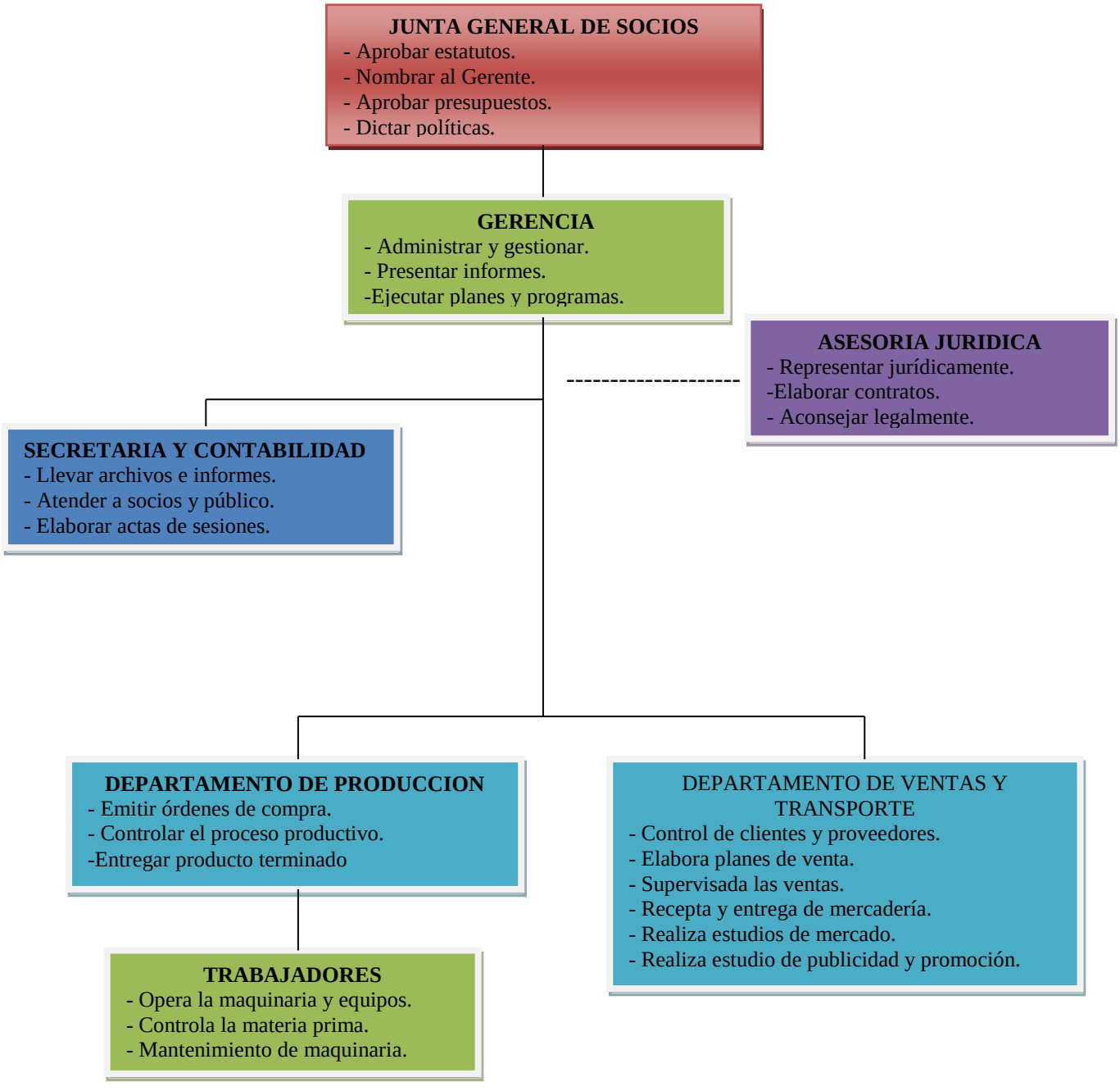
A continuación se detallaran los organigramas que regirán para la empresa, tomando en cuenta el organigrama estructural, funcional y posicional.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
"RABANATU Cía. Ltda."



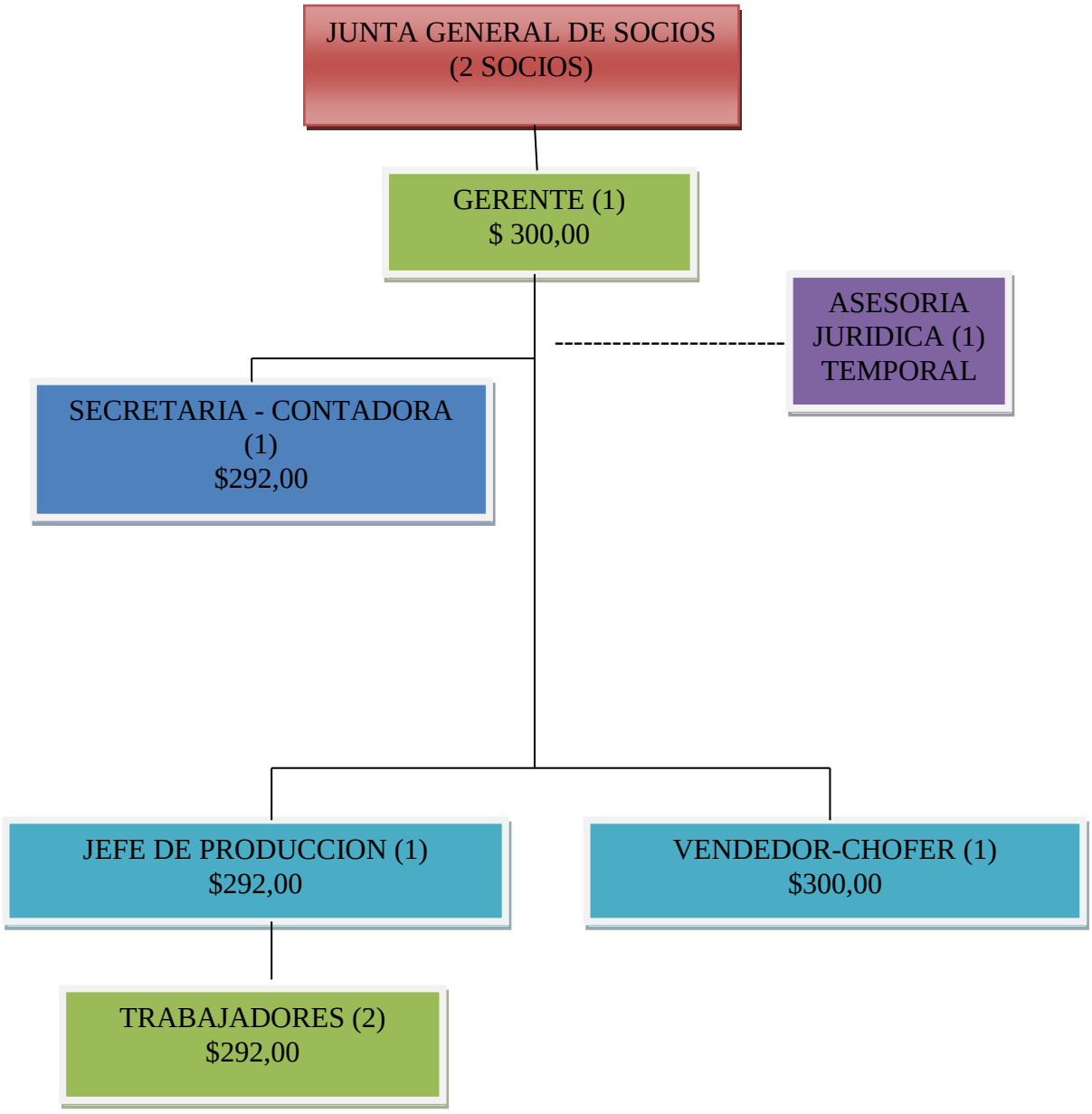
Elaboración: La Autora.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL
"RABANATU Cía. Ltda."



Elaboración: La Autora

ORGANIGRAMA POSICIONAL
"RABANATU Cía. Ltda."



Elaboración: La Autora.

MANUAL DE FUNCIONES.

A continuación se presenta el Manual de Funciones de cada uno de los niveles jerárquicos de la empresa.

CODIGO:	001
DEPARTAMENTO:	Administración General.
TITULO DEL PUESTO:	GERENTE.
SUPERIOR INMEDIATO:	Junta General de Socios.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO: - Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha de la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos. - Supervisar, guiar y planificar el proceso de comercialización de la empresa.	
TAREAS TIPICAS DE GERENCIA: - Planifica lo que va a realizar en la empresa. - Organiza en forma ordenada los recursos, actividades, materiales, técnicas y humanas. - Ejecuta el plan de acción trazado por la empresa. - Controla la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes respecto a la producción. **TAREAS TIPICAS DE COMERCIALIZACION:** - Planifica programas, políticas y estrategias de comercialización. - Elabora y ejecuta las estrategias de promoción y publicidad de la empresa. - determina los lugares estratégicos y los intermediarios adecuados para la venta de los productos terminados. - Analiza las políticas de ventas. - Responde a las ventas en el mercado de la provincia.	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE: - Es responsable de las tareas administrativas financieras y técnicas en la ejecución de las tareas.	
REQUISITOS MINIMOS: - Título de Ingeniero Comercial. - Experiencia mínima 2 años. - Cursos de Relaciones humanas, Mercadotecnia, Administración y Computación.	

CODIGO:	002
DEPARTAMENTO:	Asesoría Jurídica.
TITULO DEL PUESTO:	ASESOR JURIDICO TEMPORAL.
SUPERIOR INMEDIATO:	Junta General de Socios.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Aconseja, asesora e informa sobre todos los proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.

TAREAS TIPICAS:

- Aconseja a los directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico.
- Aconseja e informa sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.
- Representa conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Participa en procesos contractuales.
- Participa en sesiones de junta General de socios.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE:

- Se caracteriza por mantener autoridad funcional mas no en razón de que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título de Abogado, Doctor en jurisprudencia.
- Dos años en funciones similares.

CODIGO:	003
DEPARTAMENTO:	Administrativo.
TITULO DEL PUESTO:	SECRETARIA-CONTADORA.
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Realiza las labores de secretaria, así como de asistente directa del Gerente de la empresa.

TAREAS TIPICAS:

- Mantiene buenas relaciones interpersonales, tanto internas como externas.
- Maneja datos e información confidencial de la empresa, tramita pedidos y órdenes del gerente.
- Envía y recibe correspondencia de la empresa y mantienes la información administrativa al día.
- Lleva los registros contables de la empresa.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE:

- El puesto requiere de gran conocimiento, eficacia y responsabilidad con discreción en el desarrollo de sus funciones.
- Establece buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título de Secretaria Ejecutiva.
- Cursos de secretariado.
- Curso de Informática.
- Curso de Relaciones Humanas.

CODIGO:	004
DEPARTAMENTO:	Producción.
TITULO DEL PUESTO:	JEFE DE PRODUCCION.
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Organiza labores de producción y mantenimiento del equipo para el personal de obreros que trabajan en el departamento a su cargo.

TAREAS TIPICAS:

- Cumplir las disposiciones emanadas de sus superiores.
- Recepta la materia prima e insumos.
- Controla los inventarios.
- Organiza las actividades para ser desarrolladas en la planta.
- Controla la ejecución de las tareas de cada uno de los miembros subalternos.
- Realiza el control de calidad del producto terminado.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE:

- Requiere de actitud, iniciativa y concentración para organizar el trabajo de producción en su departamento.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título de Ingeniero en Industria Alimenticias.
- Conocimiento del manejo de programas informáticos y de diseño.
- Cursos de Relaciones Humanas.
- Experiencia mínima 2 años.

CODIGO:	005
DEPARTAMENTO:	Producción.
TITULO DEL PUESTO:	TRABAJADORES.
SUPERIOR INMEDIATO:	Jefe de producción.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO: - Manipular con diligencia y cuidado el equipo para el procesamiento de la materia prima y dar mantenimiento a la misma.	
TAREAS TIPICAS: - Cumplir las disposiciones emanadas por sus superiores. - Pesar la cantidad de materia prima a procesar. - Vigilar el proceso de producción. - Controlar el mantenimiento y conservación del equipo y maquinaria a su cargo. - Opera el equipo y maquinaria con responsabilidad. - Evitar desperdicios de materiales.	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE: - Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo que requiere habilidad y destreza.	
REQUISITOS MINIMOS: - Título de Bachiller. - Curso de Relaciones Humanas. - Curso de Capacitación en procesos productivos. - Experiencia mínima 1 años.	

CODIGO:	006
DEPARTAMENTO:	Producción.
TITULO DEL PUESTO:	CHOFER-VENDEDOR.
SUPERIOR INMEDIATO:	Jefe de Producción.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Es el encargado de la movilización de la materia prima y de los productos terminados.

TAREAS TIPICAS DE GERENCIA:

- Cumplir órdenes de entrega.
- Entrega puntual y en buen estado del producto.
- mantenimiento del vehículo a su cargo.
- Es responsable de las ventas en el mercado asignado.
- Entrega los productos en los lugares convenidos.
- Planifica programas, políticas y estrategias de comercialización.
- Responsable de la mercadería que se le asigna.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE:

- Requiere de conocimientos de comercialización, distribución y venta de productos.
- El puesto requiere de un chofer profesional con criterio formado, responsable, con buena presencia, amable y cordial.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título de Chofer Profesional.
- Curso de Relaciones Humanas
- Experiencia mínima 2 años.

4. ESTUDIO FINANCIERO.

INVERSIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS.

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 equipo y maquinaria.

ACTIVO FIJO.

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, y se genera en la instalación de la empresa.

Entre estos activos tenemos:

MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCION.

Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el proceso fundamental para el proceso de transformación, se detalla a continuación:

Cuadro Nro. 35

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Cocina Industrial.	175,00	175,00
1	Olla acerada para 50 litros.	50,00	50,00
2	Cilindros	75,00	150,00
	TOTAL:		**375,00**

Fuente: Almacén Ochoa Hermanos.
Elaboración: La Autora.

HERRAMIENTAS.

Las inversiones correspondientes a este rubro han sido cotizadas en el mercado local.

Cuadro Nro. 36

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Balanza.	250,00	250,00
1	Selladora Manual.	360,00	360,00
1	Embazadora.	450,00	450,00
1	Purificadora de agua.	250,00	250,00
	TOTAL:		**1.310,00**

Fuente: Almacén Ochoa Hermanos.
Elaboración: La Autora.

EQUIPOS DE OFICINA.

Se refiere a los equipos de oficina que se requieren para desarrollar las actividades administrativas.

Cuadro Nro. 37

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadora.	750,00	750,00
1	Sumadora.	125,00	125,00
1	Teléfono.	45,00	45,00
1	Calculadora.	25,00	25,00
	TOTAL:		**945,00**

Fuente: Lojasystem.
Elaboración: La Autora.

MUEBLES Y ENSERES.

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

Cuadro Nro. 38

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorio con sillón.	150,00	150,00
2	Archivadores de 3 gavetas.	75,00	150,00
2	Perchas para almacenar carpetas.	45,00	90,00
6	Sillas de plástico	15,00	90,00
1	Escritorio tipo secretaria.	110,00	110,00
1	Mesa de Trabajo.	60,00	60,00
	TOTAL:		**540,00**

Fuente: Espinoza Segara Electrodomésticos.
Elaboración: La Autora.

VEHICULO.

Constituye el elemento indispensable para transportar y comercializar el producto. Se detalla a continuación:

Cuadro Nro. 39

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Van. Modelo Furgoneta 2011.	12.000,00	12.000,00
	TOTAL:		**12.000,00**

Fuente: Compra Venta Loja.
Elaboración: La Autora.

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

Este tipo de inversiones se la realiza en activos que son constituidos por los servicios o derechos adquiridos que son necesarios para la marcha del proyecto y que son susceptibles de amortización, afectando el flujo de caja indirectamente. Se los detalla a continuación:

Cuadro Nro. 40

DETALLE	VALOR TOTAL
Elaboración del proyecto.	480,00
Registro Sanitario.	820,00
Patente Municipal.	120,00
Permiso de Funcionamiento.	180,00
Gastos organizativos.	90,00
Imprevistos.	50,00
TOTAL:	**1.740,00**

Elaboración: La Autora.

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO.

Ingredientes:

200grs. Ajo picado.

200grs. Cebolla picada.

200grs. Rábano picado y licuado.

1.0 Lts. Miel de abeja.

Procedimiento:

1. Colocar la cebolla, el ajo y el rábano en un recipiente adecuado, añadir 500ml. de agua y hervir durante 10 minutos.
2. Retirar del fuego y dejar reposar unos minutos.
3. Filtrar la decocción anterior usando un trozo de tela de algodón.
4. Medir la cantidad de volumen filtrado.
5. Poner a baño María lo filtrado y añadir un volumen de miel igual al

obtenido en la filtración.

6. Dejar la mezcla a baño María durante 30 min., mezclando suavemente.
7. Dejar enfriar y envasar en frascos previamente esterilizados.

Adultos: 1 cda. 3 veces por día.

Niños: 1 cdita.3 veces por día.

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 tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. Para este proyecto se establece el capital de operación para 1 mes. A continuación se describen los gastos que representar el capital de trabajo.

MATERIA PRIMA DIRECTA.

Para producir el jarabe de rábano se requiere las plantas naturales de rábano, las mismas que tienen un costo de 20,00 dólares un saco de 40 libras, con lo cual se tiene un costo de 0,50 dólares la libra; estos productos se los adquiere fácilmente en la ciudad de Loja o en cualquier mercado de la localidad.

Para cada proceso de 8 litros de jarabe de rábano, se requiere de 4 libras de la planta, lo que corresponde a 1.816 gramos.

Si la libra o los 454 gramos tienen un costo de 0,50 dólares, cada gramo tiene un costo de 0,001 dólares. Entonces, con ello tenemos un costo de 0,25 dólares por cada 227 gramos de planta de rábano utilizada en dos procesos. Si multiplicamos los 0,25 por las 2 porciones de planta de rábano utilizadas en los dos procesos se obtiene un costo de 0,50 dólares en 8 litros de jarabe.

Es importante remarcar que la inversión de este activo corriente se realiza para el primer año proyectado, de acuerdo a la capacidad utilizada la producción anual es de 13.312 frascos de jarabe de rábano natural de 125 ml.

Cuadro No. 41
MATERIA PRIMA DIRECTA PARA 13.312 FRASCOS DE JARABE DE RABANO DE 125 ml.

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	REQUERIMIENTO DIARIO	REQUERIMIENTO MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL MES	COSTO TOTAL ANUAL
- Plantas de Rábano.	Gramos	1.498,50	29.970,00	0,001	29,97	359,64
- Cebolla.	Gramos	200,00	4.000,00	0,001	4,00	48,00
- Ajo.	Gramos	200,00	4.000,00	0,004	16,00	192,00
Miel de Abeja.	Litro	1	20	0,85	17	204,00
TOTAL ANUAL					**66,97**	**803,64**

Fuente: Investigación directa.
Elaboración: La Autora.

MATERIALES INDIRECTOS.

Para determinar el costo de material del embazado se hace necesario

establecer el número de unidades en frascos de 125 ml., a comercializar, conforme lo establecido en los resultados de estudio de mercado.

Cuadro No. 42
MATERIALES INDIRECTOS

DESCRIPCION	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Envases de plástico.	1.109	0,27	299,43
Etiquetas adhesivas.	1.109	0,06	66,54
Tapas.	1.109	0,05	55,45
Gas.	2	1,75	3,50
TOTAL MENSUAL			**424,92**

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora.

MANO DE OBRA DIRECTA.

Es la que se emplea para transformar la materia prima en producto terminado, para este proyecto se contará con dos obreros, los mismos que trabajaran 8 horas diarias.

Cuadro No. 43
MANO DE OBRA DIRECTA

RUBROS/PRESUPUESTO	JEFE DE PRODUCCION	OBRERO
Remuneración unificada.	292,00	292,00
Décimo Tercero.	24,34	24,34
Décimo Cuarto.	24,34	24,34
Vacaciones.	12,16	12,16
Aporte Patronal 11,15% RU.	32,55	32,55
Aporte al IESS 0,5%	1,46	1,46
Aporte al SECAP 0,5%	1,46	1,46
TOTAL	388,31	388,31
Número de trabajadores.	1	2
TOTAL MENSUAL	**388,31**	**776,62**
TOTAL ANUAL	**4.659,72**	**9.319,44**

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora.

COSTOS DE PRODUCCION (RESUMEN).

Constituyen los egresos en que incurre la empresa en su fase de operación, incluye materia prima, materiales indirectos y mano de obra directa; su monto se detalla a continuación:

Cuadro No. 44
COSTOS DE PRODUCCION (RESUMEN)

DENOMINACION	SUELDO MENSUAL	SUELDO POR AÑO
Materia Prima Directa.	66,97	803,64
Materiales Indirectos.	424,92	5.099,04
Mano de Obra Directa.	1.164,93	13.979,16
TOTAL ANUAL	**1.656,82**	**19.881,84**

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora.

GASTOS DE ADMINISTRACION.

ENERGIA ELECTRICA.

De acuerdo a las tarifas establecidas y proporcionadas por la EERSSA, es de 0,15 dólares el kw/hora, se estima un consumo promedio mensual de energía de 200 kilovatios, lo que ocasiona un costo mensual de 24,00 dólares. El costo anual representa 288,00 dólares.

Cuadro No. 45
ENERGIA ELECTRICA

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	160 Kw/h	0,15	24,00	288,00

Fuente: EERSSA.
Elaboración: La Autora.

SERVICIO TELEFONICO.

Se estima que este valor asciende a 30,00 dólares mensuales, lo que es 360,00 dólares al año.

AGUA POTABLE.

Se considera el consumo de agua potable para actividades relacionadas con el área administrativa, lo que se utiliza en producción como materia prima ya se contabilizo en su parte correspondiente.

Cuadro No. 46
AGUA POTABLE

DENOMINACION	CANTIDAD M3	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua Potable.	5	0,74	3,70	44,40

Fuente: UMAPAL.
Elaboración: La Autora.

MATERIAL DE OFICINA.

Se estima que para material de oficina, esto es papel bond, notas de venta, facturas, etc. Se incurre en un costo mensual de 8,00 dólares siendo 96,00 dólares mensuales que equivalen a 1.152 dólares al año.

UTILES DE ASEO.

Se necesita de ciertos elementos para la limpieza diaria del equipo de producción, así como de la planta misma de producción en conjunto.
En lo referente a este rubro, existe ciertos elementos que tienen una larga duración como son las escobas por ejemplo, existen otros que son perecibles con su uso, por tanto se estima este valor en 20,00 dólares mensuales, siendo 240,00 dólares al año.

ARRIENDOS.

Un local como el requerido tiene un costo mensual de 300,00 dólares en el lugar establecido para la instalación de la empresa. Por tanto el costo anual asciende a 3.600,00 dólares.

SUELDOS DE ADMINISTRACION.

Se refiere a los sueldos para el personal que trabaja en la parte administrativa de acuerdo a los puestos a ocupar. En este caso serían 3 personas administrativas.

Cuadro No. 47
INVERSION EN GASTOS DE ADMINISTRACION

DENOMINACION	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA
Remuneración unificada.	300,00	292,00
Décimo Tercero.	25,00	24.33
Décimo Cuarto.	24,33	24,33
Vacaciones.	12,50	12,17
Aporte Patronal 11,15%.	33,45	32,42
Aporte al IESS 0,5%	1,5	1,46
Aporte al SECAP 0,5%	1,5	1,46
Fondos de Reserva 1/12	25,00	24,33
TOTAL	423,28	412,05
Número de trabajadores.	1	1
TOTAL MENSUAL	423,28	412,05
TOTAL ANUAL	**5.079,36**	**4.950,00**

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora.

El valor mensual por este concepto asciende a 835,33 dólares.

GASTOS ADMINISTRATIVOS (RESUMEN).

Constituyen los egresos en que incurre la empresa en su fase de operación, incluye remuneraciones al personal administrativo, material de oficina, material de limpieza y servicios básicos, etc., su monto se lo detalla a continuación:

Cuadro No. 48
GASTOS ADMINISTRATIVOS (RESUMEN)

DESCRIPCION	SUELDO MENSUAL	SUELDO POR AÑO
Sueldo de administración.	835,33	10.024,36
Servicio Telefónico.	30,00	360,00
Energía Eléctrica.	24,00	288,00
Agua Potable.	3,70	44,40
Arriendos.	300,00	3.600,00
Material de Oficina.	8,00	96,00
Útiles de Aseo.	20,00	240,00
TOTAL ANUAL	**1.221,03**	**14.652,76**

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora.

GASTOS DE VENTAS.

Se detallan los gastos correspondientes a publicidad, promoción y mantenimiento del vehículo, lo cual tiene por objeto dar a conocer los productos de la empresa y por consiguiente incrementar el volumen de las ventas.

PUBLICIDAD.

La publicidad se la realizara a través de dos medios de comunicación de mayor frecuencia en la ciudad de Loja y su provincia como son Radio Sociedad y WG Milenio, en las cuales se pasaran cuñas publicitarias en

horario de mayor sintonía por 5 días a la semana con un promedio de 3 cuñas diarias y también se entregaran hojas volantes que arroja un costo mensual de radio de 198 dólares con un incremento de 10 dólares en hojas volantes, haciendo un total de 208 dólares mensuales que asciende a un valor de 2.496,00 dólares al año.

PROMOCION.

Para esto la empresa considerara invertir un tanto de la producción de los frascos de la empresa, destinando un 2% por cada uno de los frascos producidos. Esto es 1.109 frascos x 1% = 11,09 frascos a un valor de 2,75 que equivale a 30,49 dólares mensuales por concepto de promoción.

Cuadro No. 49
GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO POR AÑO
Publicidad.	208,00	2.496,00
Promoción.	30,49	365,88
TOTAL ANUAL	**238,49**	**2.861,88**

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora.

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO U OPERACIÓN.

Se detallan a continuación:**Cuadro No. 50**

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO U OPERACIÓN

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO POR AÑO
Materia Prima Directa.	66,97	803,64
Mano de Obra Directa.	1.164,93	13.979,16
Materiales Indirectos.	424,92	5.099,04
Gastos Administrativos.	1.221,03	14.652,36
Gastos de Venta.	238,49	2.861,88
TOTAL ANUAL	**3.116,34**	**37.396,08**

Fuente: Cuadros Nro. 40,41, 42, 43 y 44.
Elaboración: La Autora.

El monto total necesario para el capital de operación asciende al valor de 3.116,34 mensual que es un valor de 37.396,08 dólares anuales, en este monto no se incluyen las depreciaciones por ser un valor que se calcula anualmente.

RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES.

La inversión requerida para el proyecto permite crear 3 puestos directos de empleo, a más que beneficiara directamente a los comerciantes intermediarios de la ciudad de Loja.

Cuadro No. 51
RESUMEN DE INVERSIONES

RUBRO	MONTO
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y Equipo.	375,00
Equipo de Oficina.	945,00
Muebles y Enseres.	540,00
Herramientas.	1.310,00
Vehículo	12.000,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	**15.170,00**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Elaboración del proyecto.	480,00
Registro Sanitario.	820,00
Patente.	120,00
Permiso de funcionamiento.	180,00
Gastos Organizativos.	90,00
Imprevistos.	50,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	**1.740,00**
CAPITAL DE OPERACION	
Materia Prima Directa.	66,97
Materiales Indirectos.	424,92
Mano de Obra Directa.	1.164,93
Gastos Administrativos.	1.221,03
Gastos de Venta.	238,49
TOTAL CAPITAL DE OPERACION	**3.116,34**
TOTAL DE LA INVERSION	**20.026,34**

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora.

FINANCIAMIENTO.

Para financiar el monto de la inversión se hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento de la siguiente manera:

FUENTES INTERNAS:

El 70% del total de la inversión se lo financiara por las aportaciones de los socios que será la suma se $14.026,34 dólares.

FUENTES EXTERNA.

Después de buscar algunas alternativas de financiamiento más convenientes para este proyecto, se decidió solicitar un Préstamo al Banco de Fomento, ya que es un organismo que otorga créditos para este tipo de inversiones a través de sus líneas de crédito. Este proyecto constituirá el 30% que corresponde a $6.000,00 dólares a 24 meses plazo y al 12% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de maquinaria y equipo de trabajo que necesita la empresa.

Los rubros de financiamiento se detallan así:

Cuadro No. 52
FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Fuente Interna.	14.026,34	70%
Fuente Externa.	6.000,00	30%
TOTAL	**20.026,34**	**100%**

Fuente: Investigación directa.
Elaboración: La Autora.

Cuadro No. 53
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL

BENEFICIARIO				
INSTIT. FINANCIERA	**BNF**			
MONTO EN USD	**6.000,00**			
TASA DE INTERES	**12,00%**		**T. EFECTIVA**	**12,6825%**
PLAZO	**2**	**años**		
GRACIA	**0**	**años**		
FECHA DE INICIO	16/08/2012			
MONEDA	**DOLARES**			
AMORTIZACION CADA	**30**	**días**		
Número de períodos	**24**	**para amortizar capital**		

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		6.000,00			
1	15-sep-2012	5.777,56	60,00	222,44	282,44
2	15-oct-2012	5.552,89	57,78	224,67	282,44
3	14-nov-2012	5.325,98	55,53	226,91	282,44
4	14-dic-2012	5.096,80	53,26	229,18	282,44
5	13-ene-2013	4.865,33	50,97	231,47	282,44
6	12-feb-2013	4.631,54	48,65	233,79	282,44
7	14-mar-2013	4.395,42	46,32	236,13	282,44
8	13-abr-2013	4.156,93	43,95	238,49	282,44
9	13-may-2013	3.916,06	41,57	240,87	282,44
10	12-jun-2013	3.672,78	39,16	243,28	282,44
11	12-jul-2013	3.427,06	36,73	245,71	282,44
12	11-ago-2013	3.178,89	34,27	248,17	282,44
13	10-sep-2013	2.928,24	31,79	250,65	282,44
14	10-oct-2013	2.675,08	29,28	253,16	282,44
15	09-nov-2013	2.419,39	26,75	255,69	282,44
16	09-dic-2013	2.161,15	24,19	258,25	282,44
17	08-ene-2014	1.900,32	21,61	260,83	282,44
18	07-feb-2014	1.636,88	19,00	263,44	282,44
19	09-mar-2014	1.370,81	16,37	266,07	282,44
20	08-abr-2014	1.102,07	13,71	268,73	282,44
21	08-may-2014	830,65	11,02	271,42	282,44
22	07-jun-2014	556,52	8,31	274,13	282,44
23	07-jul-2014	279,64	5,57	276,88	282,44
24	06-ago-2014	0,00	2,80	279,64	282,44
			778,58	6.000,00	6.778,58

ANALISIS DE COSTOS.

COSTOS DE PRODUCCION.

Están calculados sobre la base del programa de producción que se ha determinado tomando en cuenta los factores técnicos, humanos y materiales.

COSTO PRIMO.

Materia Prima Directa.

Para el primer año de operación tenemos un costo de $803,64.

Mano de Obra Directa.

Está constituida por la remuneración que debe pagarse al personal que realiza el proceso de producción.

El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra asciende a $13.979,16.

Gastos de fabricación.

Lo constituyen los materiales indirectos y la depreciación de maquinaria y herramientas, de tal manera que tenemos como materiales indirectos tenemos $5.099,04 más las depreciaciones.

DEPRECIACIONES.

Para la depreciación de los diferentes activos de la empresa se aplica los coeficientes que ha establecido el Sistema de Rentas Internas y que son las siguientes:

- Inmuebles el 5% anual, 20 años.
- Maquinaria, equipos y muebles 10% anual, 10 años.
- Equipos de cómputo, 33% anual, 3 años.
- Vehículo 20% anual, 5 años.

Cuadro No. 54
DEPRECIACIÓN DEL ÁREA DE PRODUCCION

DESCRIPCION	% DEPRECIACION	COSTO TOTAL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
Maquinaria y equipo. Herramientas.	10% 10%	375,00 1.310,00	37,50 131,00	33,75 117,90
TOTAL			**168,50**	**151,65**

Este valor depreciado es de 151,65 dólares anuales.

Costo de Operación.

Comprende los gastos administrativos, de venta, financieros y otros gastos no especificados.

Gastos de Administración.

Son los valores necesarios para desarrollar las labores administrativas de la empresa, estos valores se detallan en el estudio de capital de

operación, a este valor se agregan los valores correspondientes a las depreciaciones, cuyo valor se detallan a continuación:

Cuadro No. 55
DEPRECIACIÓN DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

DESCRIPCION	% DEPRECIACION	COSTO TOTAL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
Equipo de Oficina.	10%	945.00	94,50	85,05
Muebles y Enseres.	10%	540,00	54,00	48,60
Equipo Computación.	33%	750,00	247,50	165,82
TOTAL			**396,00**	**299,47**

Puesto que el equipo de computación tiene una vida útil de 3 años que es menor al tiempo de vida útil del proyecto, se estima que debe reinvertirse en los mismos a partir del cuarto año de operación; para ello se estima que sus costos se incrementaran en un 50% con estos nuevos valores se procede a calcular la depreciación correspondiente.

Cuadro No. 56
DEPRECIACIÓN DEL ÁREA ADMINISTRATIVA PARA EL AÑO 4 Y 5

DESCRIPCION	% DEPRECIACION	COSTO TOTAL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
Equipo Computación.	33%	825,00	272,25	89,84
TOTAL			**272,25**	**89,84**

GASTOS DE VENTAS.

Son los valores necesarios para desarrollar las labores que permitan que el producto pueda llegar a los usuarios.

El monto anual por este concepto asciende a 13.740,00 dólares en los que se incluyen la depreciación del vehículo, la publicidad, la promoción y el mantenimiento del vehículo.

Cuadro No. 57
DEPRECIACIÓN DEL ÁREA DE VENTAS

DESCRIPCION	% DEPRECIACION	COSTO TOTAL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
Vehículo.	20%	12.000,00	2.400,00	1.920,00
TOTAL			**2.400,00**	**1.920,00**

Gastos Financieros.

Constituyen los intereses a pagar por el crédito obtenido, para el primer año este valor asciende a 3.389,28 dólares, los valores correspondientes a los demás años se muestran en el cuadro de amortización.

Otros Gastos.

Son los valores necesarios para desarrollar las labores previas a la implementación de la empresa, está constituido por los activos diferidos, cuyos valores se los espera recuperar en el tiempo de 5 años, además se considera el valor correspondiente a la amortización del crédito.

ESTRUCTURA 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.

Cuadro. Nro. 58
PRESUPUESTO COSTOS TOTALES

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCION					
Mano de Obra Directa.	13.979,16	14.887,81	15.855,51	16.886,12	17.983,72
Materiales Indirectos.	5.099,04	5.430,48	5.783,46	6.159,38	6.559,74
Materia Prima Directa.	803,64	855,88	911,51	970,76	1.033,86
TOTAL DE COSTOS PRIMO.	**19.881,84**	**21.174,16**	**22.550,48**	**24.016,26**	**25.577,32**
COSTOS DE PRODUCCION.					
Depreciación de Herramientas.	117,90	117,90	117,90	117,90	117,90
Depreciación de Maquinaria y Equipo.	33,75	33,75	33,75	33,75	33,75
TOTAL PROCESO FABRICACION.	**151,65**	**151,65**	**151,65**	**151,65**	**151,65**
GASTOS DE OPERACIÓN.					
Gastos de Administración.					
Remuneraciones. Sueldo Administrativo.	10.024,36	10.675,94	11.369,88	12.108,92	12.896,00
Material de Oficina.	96,00	102,24	108,89	115,96	123,50
Energía Eléctrica.	288,00	306,72	326,66	347,89	370,50
Agua Potable.	44,40	47,29	50,36	53,63	57,12
Arriendos.	3.600,00	3.834,00	4.083,21	4.348,62	4.631,28
Servicio Telefónico.	360,00	383,40	408,32	434,86	463,13
Útiles de Aseo.	240,00	255,60	272,21	289,91	308,75
Depreciación Equipo de Oficina.	85,05	85,05	85,05	85,05	85,05
Depreciación Muebles y Enseres.	48,60	48,60	48,60	48,60	48,60
Depreciación Equipo de Computación.	165,82	165,82	165,82	165,82	165,82
Total de Gastos de Administración.	**14.952,23**	**15.924,12**	**16.959,19**	**18.061,54**	**19.235,54**
GASTOS DE VENTA.					
Publicidad.	2.496,00	2.658,24	2.831,03	3.015,04	3.211,02
Promoción.	365,88	389,66	414,99	441,96	470,69
Depreciación de Vehículo**.**	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00
Total de Gastos de Venta.	**4.781,88**	**5.092,70**	**5.423,73**	**5.776,27**	**6.151,73**
GASTOS FINANCIEROS.					
Intereses.	389,29	389,29			
Total de Gastos Financieros.	**389,29**	**389,29**			
Otros Gastos.					
Amortización de Activo Diferido**.**	174,00	185,31	197,36	210,18	223,85
Total de Otros Gastos.	**174,00**	**185,31**	**197,36**	**210,18**	**223,85**
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN.	**40.330,89**	**42.942,54**	**45.282,41**	**48.215,91**	**51.340,08**

Fuente: Cuadros de inversiones, depreciaciones, amortizaciones y proyecciones.
Elaboración: La Autora.

Cuadro. Nro. 59
ESTRUCTURA DE COSTOS

RUBROS	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
COSTOS DE PRODUCCION	**C. Fijo**	**C. Variab.**	**C. Fijo**	**C. Variab.**	**C. Fijo**	**C. Variab.**
Mano de Obra Directa.		13.979,16		15.855,51		17.983,72
Materiales Indirectos.		5.099,04		5.783,46		6.559,74
Materia Prima Directa.		803,64		911,51		1.033,86
TOTAL DE COSTOS PRIMO.		**19.881,84**		**22.550,48**		**25.577,32**
COSTOS DE PRODUCCION.						
Depreciación de Herramientas.	117,90		117,90		117,90	
Deprec. Maquinaria y Equipo.	33,75		33,75		33,75	
TOTAL PROCESO FABRICAC.	**151,65**		**151,65**		**151,65**	
GASTOS DE OPERACIÓN.						
Gastos de Administración.						
Remun. Sueldo Administrativo.	10.024,36		11.369,88		12.896,00	
Material de Oficina.	96,00		108,89		123,50	
Energía Eléctrica.		288,00		326,66		370,50
Agua Potable.	44,40		50,36		57,12	
Arriendos.	3.600,00		4.083,21		4.631,28	
Servicio Telefónico.	360,00		408,32		463,13	
Útiles de Aseo.	240,00		272,21		308,75	
Depreciación Equipo de Oficina.	85,05		85,05		85,05	
Depreciación Muebles y Enseres.	48,60		48,60		48,60	
Deprec. Equipo de Computac.	165,82		165,82		165,82	
Total de Gastos de Administ..	**14.952,23**		**16.959,19**		**19.235,54**	
GASTOS DE VENTA.						
Publicidad.	2.496,00		2.831,03		3.211,02	
Promoción.		365,88		414,99		470,69
Depreciación de Vehículo**.**	1.920,00		1.920,00		1.920,00	
Total de Gastos de Venta.	**4.781,88**		**5.423,73**		**6.151,73**	
GASTOS FINANCIEROS.						
Intereses.	389,29					
Total de Gastos Financieros.	**389,29**					
Otros Gastos.						
Amortización de Activo Diferido**.**	174,00		197,36		223,85	
Total de Otros Gastos.	**174,00**		**197,36**		**223,85**	
TOTAL COSTOS DE PRODUC.	**40.330,89**		**45.282,41**		**51.340,08**	

Fuente: Cuadro 58
Elaboración: La Autora.

INGRESOS TOTALES Y PRECIO DE VENTA

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, para determinar el costo unitario de producción, se aplicó la siguiente formula:

$$CUF \quad \frac{\text{Costo total}}{\text{Nº Unidades}}$$

$$CUF \quad \frac{40330,89}{13312} \quad \mathbf{3,0297}$$

El precio de venta se determina, considerando el precio unitario de producción o fabricación más el margen de utilidad del 25% y posteriormente se irá incrementando un 5 % anual.

Una vez conocidos el costo unitario y el precio de venta, se proyectan los ingresos para los 5 años del proyecto.

CUADRO 60
INGRESOS

	Costo de operación	Capacidad Utilizada	Costo Unitario fabricación	PVP	Ingresos
1	40.330,89	13.312	3,03	3,94	52.430,16
2	42.942,54	13.312	3,23	4,19	55.825,30
3	45.282,41	16.640	2,72	3,54	58.867,13
4	48.215,91	16.640	2,90	3,77	62.680,68
5	51.340,08	16.640	3,09	4,01	66.742,10

Fuente: Cuadro 31, 58 y 59
Elaboración: La Autora.

PUNTO DE EQUILIBRIO.

Para elaborar el punto de equilibrio se realiza la clasificación de los costos, partiendo de los costos generales de producción, los mismos que son divididos en costos fijos y variables, para el año 1, año 3 y año 5 del proyecto.

El cálculo del punto de equilibrio se lo ha realizado en función de la capacidad instalada y de las ventas o los ingresos. Luego se lo representó gráficamente.

PUNTO DE EQULIBIRIO AÑO 1.

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{19795,17}{52430,16 - 20535,72} \times 100$$

PE = 62.06%

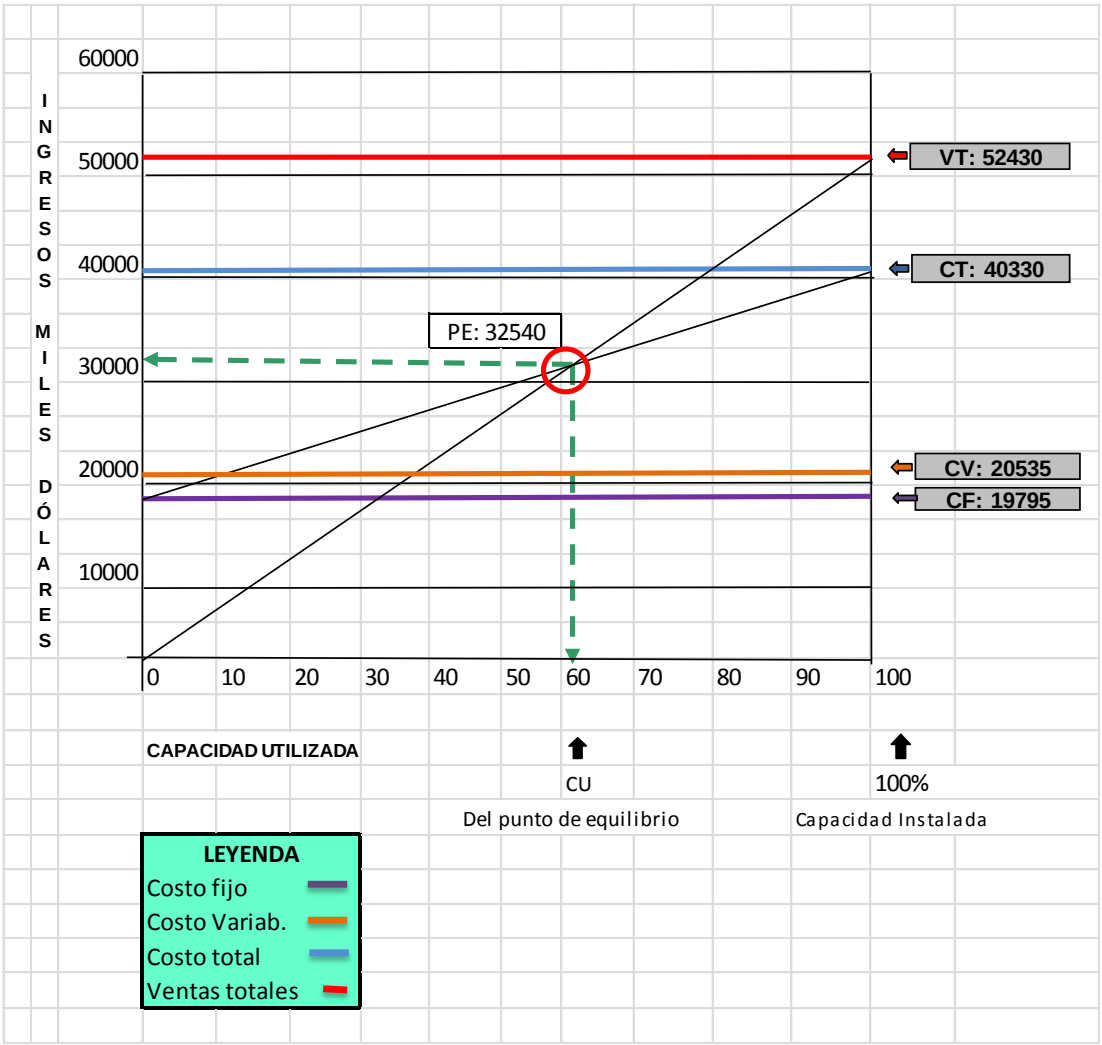
b. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

$$PE = \frac{19795,17}{1 - \frac{20535,72}{52430,16}}$$

PE = $ 32.540,59

CUADRO 61
REPRESENTACIÓN GRÁFICA AÑO 1



Fuente: Cuadro 31, 58 y 59
Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN:

El presente gráfico indica que la empresa no gana ni pierde si tiene unas ventas con un valor de 32.540 dólares y cuando produzca con una capacidad del 62.06%.

PUNTO DE EQULIBIRIO AÑO 3.

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA.

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

$$PE = \frac{21692,38}{58867,13 - 23292,13} \times 100$$

PE = 60,98%

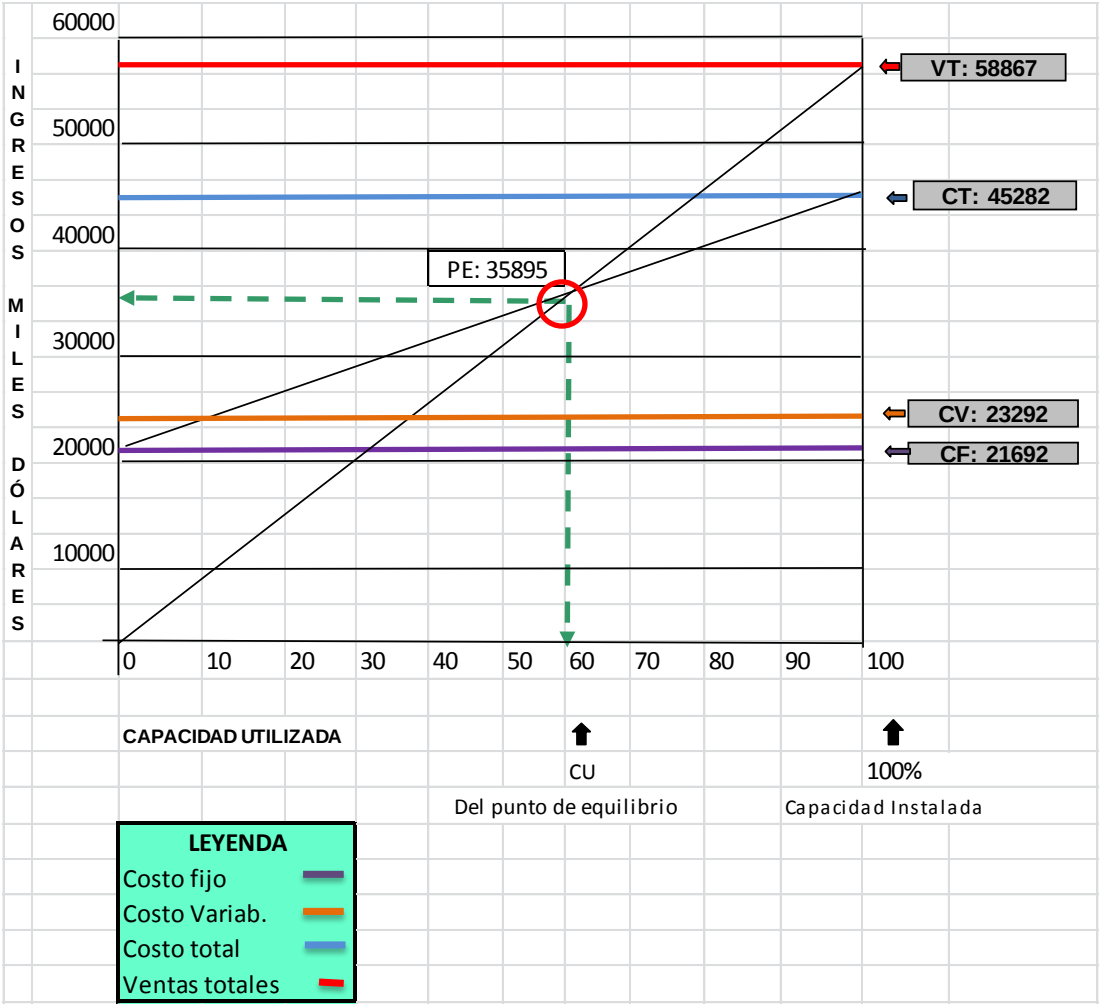
b. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS.

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

$$PE = \frac{21692,38}{1 - \frac{23292,13}{58867,13}}$$

PE = $ 35.895,10

CUADRO 62
REPRESENTACIÓN GRÁFICA AÑO 3



Fuente: Cuadro 31, 58 y 59
Elaboración: La Autora.

NTERPRETACIÓN:

El punto de equilibrio graficado indica que la empresa no gana ni pierde si tiene unas ventas con un valor de 35.895 dólares y cuando produzca con una capacidad del 62.98%.

PUNTO DE EQULIBIRIO AÑO 5.

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{24285,77}{66742,10 - 26418,51} \times 100$$

PE = 60,23%

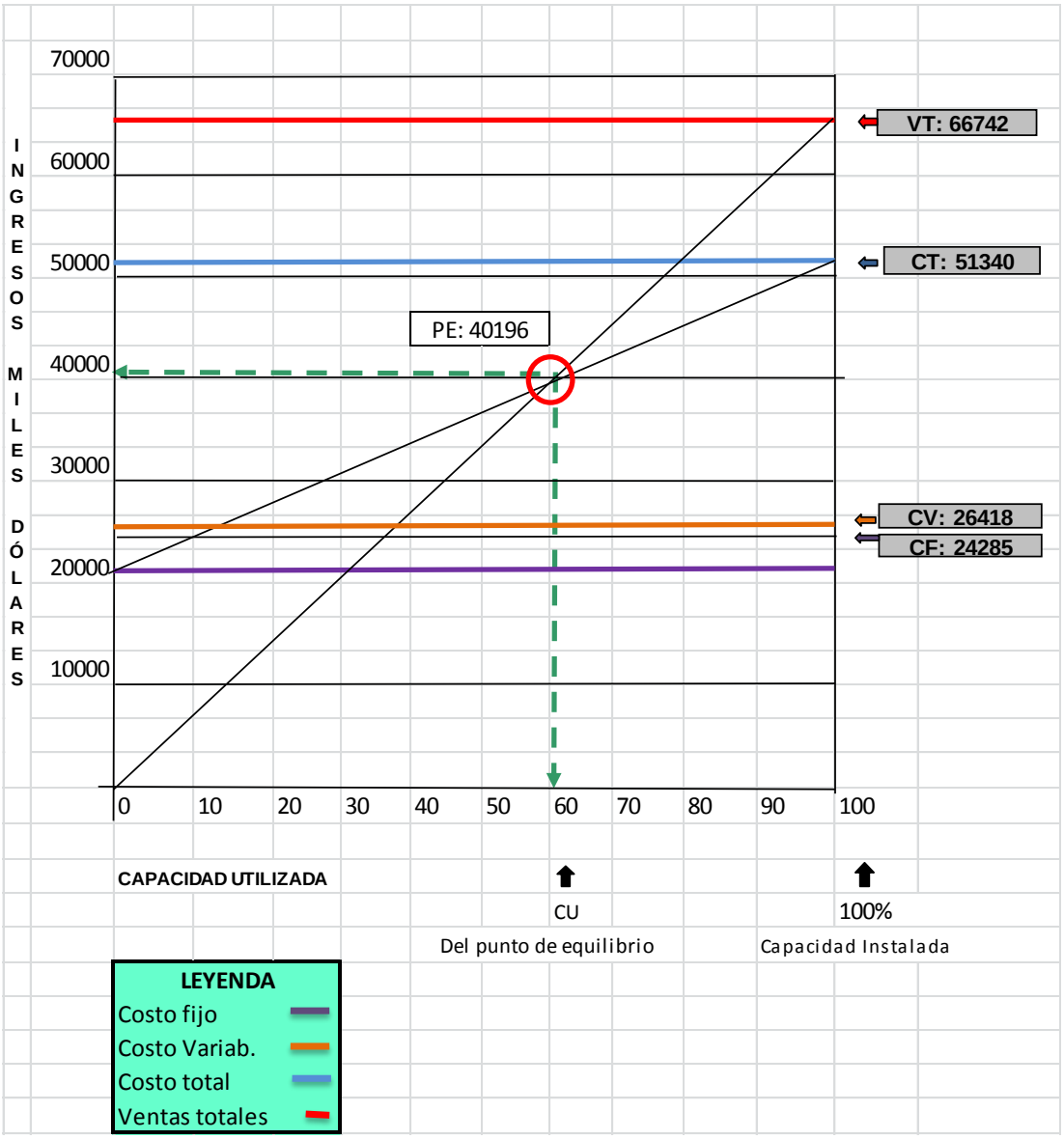
b. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

$$PE = \frac{24285,77}{1 - \frac{26418,51}{66742,10}}$$

PE = $ 40.196,90

CUADRO 63
REPRESENTACIÓN GRÁFICA AÑO 5



Fuente: Cuadro 31, 58 y 59
Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN: El presenta gráfico explica que la empresa no gana ni pierde cuando la empresa produzca el jarabe de rábano con una capacidad del 60.23% y que obtenga unas ventas de 40.196 dólares.

EVALUACIÓN FINANCIERA.

FLUJO DE CAJA.

Para realizar la evaluación financiera, es necesario estimar los flujos de caja, los mismos que permiten determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto**.**

El flujo de caja se lo representa en el cuadro Nº 64 siguiente:

CUADRO Nº 64
FLUJO DE CAJA

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		52.430,16	55.825,30	58.867,13	62.680,68	66.742,10
Valor residual		396,00			272,25	272,25
Crédito	6.000,00					
Capital propio	14.026,34					
TOTAL INGRESOS	**20.026,34**	**52.826,16**	**55.825,30**	**58.867,13**	**62.952,93**	**67.014,35**
EGRESOS						
Costos totales		40.330,89	42.942,54	45.282,41	48.215,90	51.340,08
Activos fijos	15170					
Activos diferidos	1740					
Capital de operación	3116,34					
(-) Costo total	20.026,34	40.330,89	42.942,54	45.282,41	48.215,90	51.340,08
(=)utilidad bruta en ventas		12.495,27	12.882,76	13.584,72	14.737,03	15.674,27
(-) 15% utilidad de trabajadores		1.874,29	1.932,41	2.037,71	2.210,55	2.351,14
(=) Utilidad antes de IR		10.620,98	10.950,35	11.547,01	12.526,48	13.323,13
(-) 25% Impuesto a la Renta		2.655,24	2.737,59	2.886,75	3.131,62	3.330,78
Utilidad antes de reserva legal		7.965,73	8.212,76	8.660,26	9.394,86	9.992,35
(-) 10% reserva legal		796,57	821,28	866,03	939,49	999,23
(=) Utilidad neta	**0**	**7.169,16**	**7.391,48**	**7.794,23**	**8.455,37**	**8.993,11**

Fuente: Cuadros 51, 52, 55, 56 Y 60
Elaboración: La Autora.

VALOR ACTUAL NETO.

El valor actual neto expresa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final del período de duración del proyecto de inversión.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

Se toma como base el 12% porque es el porcentaje de interés del costo del préstamo realizado en la Corporación financiera nacional

CUADRO Nº 65
VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 12,00%	VALOR ACTUALIZADO
0	(20026,34)		
1	7169,16	0,8928571429	6401,04
2	7391,48	0,7971938776	5892,44
3	7794,23	0,7117802478	5547,78
4	8455,37	0,6355180784	5373,54
5	8993,11	0,5674268557	5102,93
			28317,73
			- 20026,34
			8291,39

$$FA = 1 / (1 + i)^n$$

$$VAN = \Sigma \text{ FNA} - \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

$$VAN = 28317,73 - 20026,34$$

$$\mathbf{VAN = 8291,39}$$

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

El proyecto se acepta debido a que su VAN es mayor a uno.

PERÌODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.

Son los años que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce. Mediante este criterio se determina el número de períodos necesarios para recaudar la inversión. Resultado que se compara con el número de períodos aceptables para la empresa.

CUADRO Nº 66
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO
0	20026,34	
1		7169,16
2		7391,48
3		7794,23
4		8455,37
5		8993,11
TOTAL		**39803,35**

$$PRC = \frac{\text{FLUJO NETO - INVERSIÓN}}{\text{FLUJO NETO ÚLTIMO AÑO}}$$

$$PRC = \frac{39803,35 - 20026,34}{8993,11}$$

PRC = 2,20

		2	**Años**
0,20 * 12 =	2,39	**2**	**Meses**
0,39 * 30 =	11,69	**22**	**Días**

ANÀLISIS: En la empresa productora de jarabe de rábano natural, el capital se recuperará en 2 años, 2 meses y 22 días.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad del beneficio, por cada dólar invertido, pues la toma de de*cisiones se debe basar también en este criterio.*

CUADRO Nº 67
RELACIÓN BENEFICIO COSTO

ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
PERIODO	COSTO ORIGINAL	FACT. ACT.. 12,00%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACT. 12,00%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	40330,89	0,8928571429	36009,72	52826,16	0,8928571429	47166,21
2	42942,54	0,7971938776	34233,53	55825,30	0,7971938776	44503,59
3	45282,41	0,7117802478	32231,13	58867,13	0,7117802478	41900,46
4	45215,90	0,6355180784	28735,52	62952,93	0,6355180784	40007,73
5	51340,08	0,5674268557	29131,74	67014,35	0,5674268557	38025,74
			160341,64			211603,73

$$R\ (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R\ (B/C) = \frac{211603,73}{160341,64}$$

R (B/C) = 1,32 Dólares

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 no se acepta el proyecto

Por lo tanto, el proyecto se acepta debido a que su R (B/C) es mayor a uno.

En la empresa productora de jarabe de rábano natural, por cada dólar invertido se obtendrá 0.32 centavos de rentabilidad o ganancia.

TASA INTERNA DE RETORNO.

Este método de evaluación al igual que el AN toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto.

CUADRO Nº 68
TASA INTERNA DE RETORNO

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 26,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 27,00%	VAN MAYOR
0			(20026,34)		(20026,34)
1	7169,16	0,7936507937	5689,81	0,7874015748	5645,01
2	7391,48	0,6298815823	4655,76	0,6200012400	4582,73
3	7794,23	0,4999060177	3896,38	0,4881899528	3805,06
4	8455,37	0,3967508077	3354,67	0,3844015376	3250,26
5	8993,11	0,3148815934	2831,76	0,3026783761	2722,02
			402,05		-21,26

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

$$TIR = 26 + 1{,}00 \left(\frac{402{,}05}{423{,}31} \right)$$

TIR = 26,95 %

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 llevar a cabo el proyecto
Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Por tanto, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero, que es del 12%

ANÀLISIS DE SENSIBILIDAD.

La vulnerabilidad de los proyectos de inversión frente a las alternativas en los precios de insumos o de otras causas de tipo económico, en períodos de tiempo relativamente cortos obliga a los analistas considerar el riesgo como un factor más en el cálculo de la eficiencia económica.

La manera de hacerlo es conociendo su sensibilidad o su resistencia a este tipo de variaciones, se la conoce como desfases económicas a través de un incremento o decremento de los costos o de los ingresos en función de cómo se prevea esta variación.

En síntesis el análisis de sensibilidad es un estudio que permite ver de qué manera se alterará la decisión económica si varían algunos factores

CUADRO Nº 69
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 15%

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 15,00%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 24,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 25,00%	VAN MAYOR
0						(20026,34)		(20026,34)
1	40330,89	46380,52	52826,16	6445,64	0,8064516129	5198,09	0,8000000000	5156,51
2	42942,54	49383,92	55825,30	6441,38	0,6503642040	4189,24	0,6400000000	4122,48
3	45282,41	52074,77	58867,13	6792,36	0,5244872613	3562,51	0,5120000000	3477,69
4	45215,90	51998,29	62952,93	10954,65	0,4229735978	4633,53	0,4096000000	4487,02
5	51340,08	59041,09	67014,35	7973,26	0,3411077401	2719,74	0,3276800000	2612,68
						276,77		-169,96

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 24{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{276{,}77}{446{,}73} \right) = \mathbf{24{,}62\ \%}$$

Diferencias TIR = 26,95 - 24,62 = 2,33 %

Porcentaje de variación = 2,33 / 26,95 = 8,65%

Sensibilidad = 8,65 / 26,95 = 0,987

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 15%

CUADRO Nº 70
ANÀLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN DECREMENTO EN LOS INGRESOS DEL 11%

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL 11,00%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 25,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 26,00%	VAN MAYOR
0						**(20026,34)**		**(20026,34)**
1	40330,89	52826,16	47015,28	6684,39	0,8000000000	5347,51	0,7936507937	5305,07
2	42942,54	55825,30	49684,52	6741,98	0,6400000000	4314,87	0,6298815823	4246,65
3	45282,41	58867,13	52391,75	7109,34	0,5120000000	3639,98	0,4999060177	3554,00
4	45215,90	62952,93	56028,11	10812,21	0,4096000000	4428,68	0,3967508077	4289,75
5	51340,08	67014,35	59642,77	8302,69	0,3276800000	2720,63	0,3148815934	2614,36
						425,33		-16,50

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 25{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{425{,}33}{441{,}83} \right) = \mathbf{25{,}96\ \%}$$

Diferencias TIR = 26,95 - 25,96 = 0,99 %

Porcentaje de variación =0,99 / 26,95 = 3,66%

Sensibilidad = 3,66 / 26,95 = 0,999

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 decremento en los ingresos del 11%

h. CONCLUSIONES

h. CONCLUSIONES.

Una vez analizado el proyecto de tesis, se llega a las siguientes conclusiones:

1. La puesta en marcha del presente proyecto de tesis para la creación de una empresa productora de jarabe de rábano natural en la ciudad de Loja, permitirá satisfacer las necesidades de la localidad como demandantes de este producto, que será de buena calidad, precio justo y que este bajo las normas de sanidad.
2. El análisis económico se puede observar que el Valor Actual Neto del proyecto es de
3. En relación con la Tasa Interna de Retorno (TIR), que es equivalente a, resulto mayor que la tasa de oportunidad y de operación que fue de lo cual nos indica que la empresa tendrá un rendimiento del 5,5% en relación al capital invertido en cinco años de vida útil del proyecto.
4. La inversión alcanza un determinado monto los cuales van a ser financiado por aportaciones de la empresa y otro porcentaje lo cubrirá un préstamo bancario.
5. Los evaluadores financieros determinan que la empresa puede ser instalados de tal forma que es factible la implementación en la Ciudad de Loja.

i.RECOMENDACIONES

i. RECOMENDACIONES.

Luego de haber realizado la presente investigación se recomienda lo siguiente:

1. Se recomienda poner en marcha el proyecto ya que dará una importante rentabilidad para sus inversionistas y genera desarrollo productivo en la ciudad de Loja.

2. La puesta en marcha del presente proyecto contribuirá a la generación de fuentes de trabajo en la ciudad, aportando al desarrollo socioeconómico de las familias del sector.

3. Puesto que hay una gama amplia de materia prima en la ciudad, se recomienda hacer investigaciones de mercado a fin de dar a conocer el producto a tal grado de satisfacer las necesidades de la comunidad y de todos sus clientes.

4. Se recomienda realizar campañas de publicidad a fin de ganar más clientes en beneficio de la empresa y del producto de jarabe de rábano natural en la ciudad de Loja.

j. BIBLIOGRAFÍA

j. BIBLIOGRAFIA

ALDERETE, Juan Manuel. "Ácido Cítrico, el ingrediente que nos falta.", Alimentos

Argentinos (12) www.alimentosargentinos.gov.ar Pág. 98

AUSTIN, G.T. (1983) Shreve's Chemical Process Industries, 5th international ed.,

Documento sobre **"**Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión". Centro De capacitación Ocupacional Integral. Loja-Ecuador. Año 1995. Pág. 12

Documento sobre "Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión".Centro De capacitación Ocupacional Integral. Loja-Ecuador. Año 1995. Pág. 31

García, Flor, G. (2006). Guía para Elaborar Planes de Negocio. Quito – Ecuador, Primera Edición. pp. 97 – 102.

GRAHAM. Friend y Stefan Zehle. Op. Cit. Buenos Aires, Cuatro Media, 2008, p 163.

Industriales. Tecnología, Formulaciones y Usos" 2. Limusa. México (2000). 408-409,412..

KOTLER, Philip., et al. (y otros). Dirección de Marketing. España, Prentice Hall Iberia, Primera Edición, p. 99.

LULE M. Silvia, etal. Fernando Cano Valle,Enfermedades Respiratorias: temas selectos. Capitulo: principales trastornos respiratorios en el niño. Editorial Elsevier. Año 2006. Pág. 37

McGraw-Hill, New York, Sydney, Pág. 597-598.

NACIONES UNIDAS., Manual de Proyectos de Desarrollo Económico., México D.F., Diciembre., 1968. Pág. 17

NAVARRO Merino M.,Avances en Neumología Pediátrica.Editorial Ergon, 2006. Pág. 98

QUEZADA GONZALEZ, Miguel Aurelio. Diseño y Evaluación de Proyectos. Universidad Técnica Particular de Loja. Modalidad Abierta. Loja-Ecuador. 1994. Pág. 42.

QUILODRÁN R. Federico. Manual de preparación de proyectos. Loja: serie de manuales técnicos. Pág. 22

SELDON, Arthur, Diccionario de Economía., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975. Pág. 9 -10 – 15 – 16.

WALTER R. Wilson.Diagnóstico y tratamiento de enfermedades infecciosas.Editorial Manual Moderno. 2002. Pág. 104

http://es.wikipedia.org/wiki/Citrus_%C3%97_limon

http://es.wikipedia.org/wiki/Ingreso

k. ANEXOS

k. ANEXOS.

ANEXO 1.

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LAS FAMILIAS DEL CANTÒN LOJA.

1. ¿Conoce usted Jarabes para la tos tanto farmacéuticos como naturales?

2. ¿Ha consumido Jarabe para la tos?

3. ¿Ha consumido Jarabe de Rábano Natural para la tos?

4. ¿Conoce usted las propiedades curativas del Rábano?

5. ¿Dónde adquiere regularmente este producto?

6. ¿Con que frecuencia compra usted este producto?

7. ¿Qué cantidad de unidades de jarabe de rábano natural adquiere semestralmente?

8. ¿Cuánto paga usted por cada unidad de Jarabe de Rábano?

9. ¿Al momento de adquirir el producto, cuál de las siguientes características del producto usted toma en cuenta?

10. ¿Usted conoce la existencia de una empresa que produzca Jarabe de Rábano Natural en la ciudad de Loja?

11. ¿Si se creara una empresa de fabricación de Jarabe de Rábano en la ciudad de Loja, usted estaría dispuesto a adquirir este producto?

12. ¿Qué tipo de envase le gustaría para el Jarabe de Rábano Natural?

13. ¿Cuáles serían los medios de publicidad que le gustaría en el que se promocione el Jarabe de Rábano Natural?

ANEXO 2.

ENCUESTAS DIRIGUIDAS A LOS OFERENTES DE LA CIUDAD DE LOJA.

Se realizó la encuesta a los 25 centros naturistas de la ciudad de Loja según la Cámara de Comercio de Loja.

1. ¿En su centro naturista, usted vende jarabes para la tos?
2. ¿Qué jarabe para la tos vende en su centro naturista?
3. ¿En qué cantidad vende mensualmente el Jarabe de Rábano Natural?
4. ¿Con que frecuencia vende usted este producto?
5. ¿Conoce usted de alguna empresa que produzca Jarabe Natural de Rábano?
6. ¿Conoce usted las propiedades curativas del Rábano?

ANEXO 3.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE JARABE DE RÁBANO NATURAL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA".

PROYECTO DE TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: Pamela Rosales

Email:pamela_rosales62@hotmail.com
Teléfonos: Fijo: 2 653-339
Celular:080437893

LOJA-ECUADOR
2012

a. TÍTULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE JARABE DE RÁBANO NATURAL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA"

b. PROBLEMÁTICA

Ecuador es uno de los países latinoamericanos que no avanza con paso firme en lo económico, político y social. Los gobiernos de turno no pueden definir una estrategia que incrementa su índice de competitividad, más bien en el Año 2010 el Ecuador se ubica en la posición 105 del ranking de 133 países, considerando una muestra constante de 133 países comunes entre este año y el pasado, Ecuador habrá descendido una posición. Después de Paraguay, Bolivia, Nicaragua y Venezuela, Ecuador es el país menos competitivo de América Latina.

A pesar de esto no se niega que el país presenta mejoras este año en infraestructura, salud y educación y mercado financiero, incluso en el área industrial. Según las Cuentas Nacionales Trimestrales del Banco Central del Ecuador (BCE), el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador continúa su proceso de crecimiento; esta vez, con un crecimiento anual de 8.6% en el primer trimestre del 2011, con relación a su similar período del 2010;hay industrias que destacan como: maquinaria y equipo, que creció un 18.4%; construcción, 17.1%; metálicos y no metálicos (estructuras como planchas metálicas, cerámicas…), 5.68%. sobre la actividad del sector de la construcción (mayor obra civil y empleo), que presentó un incremento del 17.5% en relación al primer trimestre del 2010, transporte y almacenamiento un 46,8%; productos de la refinación de petróleo y gas el 44,9%;productos de la caza y de la pesca un 34,5%; productos de la madera un 28,1%; productos alimenticios un 27,7%; productos elaborados de

carne y otros productos cárnicos un 19,2%; productos minerales básicos 13,4%, es decir, buena parte del sector no petrolero de la economía. Sin embargo esto no es suficiente en relación a otros países latinoamericanos como Chile, Perú y Brasil que llevan gran ventaja a Ecuador, y que en la actualidad no posee buena imagen a nivel internacional por los continuos conflictos dados en lo político, social y económico, en donde el poder de los estados está ya en manos del ejecutivo.

Además la mayoría de las industrias que han crecido se encuentran ubicadas en las grandes ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca, Manabí, en cambio ciudades como Loja en donde existen pequeñas y medianas industrias dedicadas al sector manufacturero y de alimentos el crecimiento ha sido mínimo, debido a varios obstáculos como la falta de apoyo del gobierno central a través de una política empresarial únicamente destinada a la frontera sur; no existen fuentes de financiamiento directo, lo que no permite a los empresarios acceder a tecnología; la inestabilidad política y una turbulenta economía dolarizada.

Debido a esta carencia empresarial, muchas de las necesidades que tienen los ecuatorianos no han sido satisfechas especialmente en el área de la salud, existen pocas empresas que están legalizadas y reconocidas para procesar hortalizas y plantas medicinales. En cuanto a la ciudad de Loja lo que más abundan son pequeños negocios que procesan esta clase de productos y algunos no tienen sello de garantía poniendo en riesgo la salud de los consumidores. Una hortaliza que no sufre un proceso de transformación es el rábano a pesar de que en Loja existe la

suficiente materia prima, lo que se ha visto es que las personas que se dedican a la agricultura lo siembran, lo cosechan y lo comercializan en forma natural con grande aceptación del mercado por su alto valor nutritivo,depurativo, reconstituyente y fortificador de los pulmones.

Ante esta situación es indispensable crear un proyecto de factibilidad destinado a la implementación de una empresa productora de jarabe de rábano y su comercialización en la ciudad de Loja, el mismo que tendrá la finalidad de combatir enfermedades respiratorias como la bronquitis, asma, gripe, resfriado, estados febriles, amigdalitis, sinusitis y tos que hoy en día son cada vez más frecuentes debido al calentamiento global en donde el clima exagerado en frío y calor hace que el hombre sufra deterioros constantes en su salud y lo más conveniente para combatir estos males son los remedios naturales.

El jarabe de rábano a fabricarse será completamente natural, sin contraindicaciones para ninguna persona, porque la materia prima será el rábano y el limón que tienen vitamina C, también se utilizará la miel de abeja, por ser un antiséptico, antibiótico, preservador y endulzador natural.

Luego del análisis realizado, se puede plantear el siguiente problema: “La falta de políticas industriales por parte del gobierno central impide la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jarabe de rábano natural en la ciudad Loja, incidiendo en su desarrollo socio-económico”.

c. JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN SOCIAL

El proyecto a ejecutarse elaborará un producto natural, que no afecte la salud de las personas ni al medio ambiente, cosa que no sucede con otros medicamentos que por curar una enfermedad hacen aparecer otra, alterando de manera repentina el sistema nervioso. Además este trabajo pretende ayudar a las personas que padecen de tos a expulsarla flema albergada en sus pulmones, y de paso evitar a que su salud se agrave llegando adquirir nuevas enfermedades muy graves como la neumonía, bronquitis, insuficiencia cardíaca congestiva, embolia pulmonar, asma, alergias que pueden llevarlo a la muerte. Con este producto se intenta disminuir la mortalidad de las personas especialmente de niños y adultos causada por enfermedades respiratorias comunes en nuestro medio, se necesita personas sanas para que puedan contribuir con el desarrollo de social, político y económico de la provincia de Loja. Por último este proyecto tendrá la función social de contrarrestar el desempleo (7,1% en el trimestre anterior del año 2011), el subempleo (46,7%)que son las principales lacras de la sociedad.

JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA

La creación de una empresa dedicada a elaborar jarabe de rábano natural en la provincia de Loja contribuirá a consolidar el tejido económico de este sector, primero porque habrá apertura de fuentes de trabajo, lo que le permitirá al empleado cubrir su canasta básica; y segundo porque se da la oportunidad a los inversionistas en ejecutar este proyecto que les generará rentabilidad y éstos a su vez a través de los impuestos que recauda el SRI, fortalecerán el aparato

económico del país, no tendrán la tentación de fugar sus capitales al exterior en busca de inversiones que no siempre son seguras.

JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

La Universidad Nacional de Loja, Carrera de Administración de Empresas, Modalidad de Estudios a Distancia, exige a los egresados en aspirar al título de Ingenieros Comerciales realizar un proyecto de tesis en este caso de factibilidad, en donde se manifestarán varias área de conocimientos adquiridos como el marketing, las finanzas o la organización de empresas.

Además se considera justificado el presente trabajo, porque a través del mismo se brindará la oportunidad de ingresar a la vida laboral con un título de cuarto nivel que es una garantía para optar por cualquier plaza de trabajo en el ámbito empresarial y de finanzas.

Por último el presente proyecto de factibilidad servirá como fuente de consulta para las diferentes personas que estudian en dicha Área.

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la factibilidad para la implementación de una empresa productora de jarabe de rábano natural y su comercialización en la ciudad de Loja.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar mediante el estudio de mercado la demanda y oferta; y establecer la existencia o no de la demanda insatisfecha.
- Determinar el tamaño y localización de la planta a ser instalada de acuerdo al mercado a satisfacer.
- Definir la ingeniería del proyecto: el producto a fabricarse, incluyendo sus especificaciones, así como la descripción del proceso de manufacturación.
- Presentar la organización jurídica y administrativa en la empresa.
- Establecer la rentabilidad real del proyecto y su viabilidad financiera, mediante el cálculo de valuadores financieros.

METODOLOGÍA

En el presente proyecto hará uso de algunos métodos, técnicas e instrumento.

Métodos

- **Método Inductivo - deductivo.-** Cuyo fin es comprobar o rechazar el objetivo general que es comprobar la factibilidad de crear una empresa productora de jarabe de rábano natural en la ciudad de Loja.

- **Método descriptivo**.- Se optará por el descriptivo que en sí va a describir detalladamente la realidad en que viven las empresas, en el caso nuestro a las empresas dedicadas a elaborar jarabes naturales para la tos.

- **Método estadístico**.- Ayudará a representar datos cuantitativos y cualitativos, mediante cuadros y gráficos.

Técnicas e instrumentos

- **La observación**.- Viene a ser una técnica consistente en ver y oír profunda y atentamente, un hecho o fenómeno para captarlo en todos sus caracteres. En el caso nuestro se observará el proceso de producción del jarabe de rábano natural.

- **Encuesta.-** Es una técnica de investigación que se aplica cuando la muestra que se va a estudiar es muy numerosa. Serán diseñadas tomando en cuenta a los objetivos que servirá para determinar las variables a medir.

- **Entrevista.-** Viene a ser una conversación entre el entrevistador y el entrevistado con el fin de recabar información, misma que será aplicada a las personas dueños de farmacias que expendan los jarabes para la tos específicamente el de rábano.

Recolección de información

Se recogerá información de periódicos, revistas, folletos de libros, enciclopedias, INEC, Cámara de Comercio, Internet, etc. Los cuáles permitirán estructurar el marco conceptual y teórico.

Área de influencia

El área de influencia del presente proyecto será la ciudad de Loja.

Para la población y la muestra de esta investigación no se tomará la población del censo 2010, lamentablemente solamente existen datos oficiales a nivel de provincia con su tasa de crecimiento en cambio para los cantones y ciudades no las tienen, las autoridades que laboran en el INEC afirman que están trabajando

para obtener estos datos en los meses próximos, ante esta situación se tomó en cuenta a la población de la ciudad de Loja según el censo 2001 que proyectado para el año 2011 es el siguiente representado por la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1+(\alpha)^2 N}$$

$$n = \frac{186924}{1+(0.05)^2 186924}$$

$$n = \frac{186924}{1+(0.0025)186924}$$

$$n = \frac{186924}{1+467.31}$$

$$n = \frac{186924}{468.31}$$

$$n = 400$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Total universo (1**86.924** población para el 2011de la ciudad de Loja dividida para 4 personas que son los que conforman la familia es decir 46.731 familias)

α = error estándar 0.05

También se encuestarán a los oferentes, que son los centros naturistas en un promedio de 25 según la Cámara de Comercio de Loja.

Para el desarrollo de la investigación se comenzará primero por estudiar al mercado compuesto por la demanda, oferta y demanda insatisfecha. Para cuantificar la demanda se utilizarán dos fuentes de información. La información primaria obtenida proviene de encuestas realizadas a la población de la ciudad de Loja. Las fuentes secundarias utilizadas en este estudio son aquellas proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del Censo Poblacional del año 2001 y sus proyecciones.

Luego se determinará el tamaño y la localización de la empresa así como la capacidad instalada de la misma, después se determinará la ingeniería del proyecto compuesto por el proceso de fabricación del producto, los materiales, materia prima y personal utilizado en la empresa a constituirse. Se contará además con una estructura orgánico funcional con un manual de funciones y organigramas, la razón social de la empresa. Después se establecerán las inversiones y financiamiento. Posteriormente se llegan a definir los costos e ingresos del proyecto, acompañado de la valuación del proyecto que tiene por objeto conocer la rentabilidad de la empresa para lo cual se establecerán valuadores como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Análisis de Sensibilidad, Período de Recuperación, Relación Beneficio Costo.

INDICE

CARATULA……..……i

CERTIFICACION…….……..…….. ii

AUTORIA……..……..….. iii

DEDICATORIA……..……..…… iv

AGRADECIMIENTO……..…….. v

a. TITULO…….…… 1

b. RESUMEN…….…….. 2

ABSTRACT……..…….5

c. INTRODUCCION……..……..……. 7

d. REVISION DE LITERATURA……..…… 10

e. MATERIALES Y METODOS…….……..…….. 50

f. RESULTADOS ……..…… 55

g. DISCUSION …… 75

h. CONCLUSIONES ……..158

i. RECOMENDACIONES ……159

j. BIBLIOGRAFIA……160

k. ANEXOS…….. 162

l. INDICE……. 176