



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PULPA DE SÁBILA Y SU
COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE AMBATO
PROVINCIA DEL TUNGURAHUA”**

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA:

BAYAS BARROS GLADYS MAGDALENA

DIRECTOR DE TESIS:

ING. GALO SALCEDO

**LOJA- ECUADOR
2014**

CERTIFICACIÓN

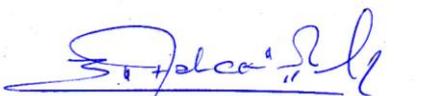
Ing.

Galo Eduardo Salcedo López

Director de Tesis.

Certifico haber dirigido, revisado minuciosa y prolijamente el trabajo de tesis titulado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PULPA DE SABILA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DEL TUNGURAHUA”**, elaborado por la señora GLADYS MAGDALENA BAYAS BARROS, previo a la obtención del Título de Ingeniera Comercial, ha sido elaborado bajo mi dirección y revisado en su totalidad. En efecto, autorizo su presentación.

Para los fines legales correspondientes.



Ing. Galo Salcedo
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, GLADYS MAGDALENA BAYAS BARROS, declaro ser autora de la tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-biblioteca virtual.

AUTORA: GLADYS MAGDALENA BAYAS BARROS

FIRMA:



CÉDULA: 1801316488

FECHA: Loja, julio del 2014

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, GLADYS MAGDALENA BAYAS BARROS, declaro ser autora de la tesis titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PULPA DE SÁBILA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DEL TUNGURAHUA", como requisito para optar el Grado de: **INGENIERA COMERCIAL**: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 30 días del mes de julio del dos mil catorce.

FIRMA: 

AUTORA: GLADYS MAGDALENA BAYAS BARROS

CÉDULA: 1801316488

DIRECCIÓN: Ambato – Tungurahua,- Calle: José Antonio Clavijo.

CORREO ELECTRÓNICO: gladysbayas@gmail.com

TELÉFONO: 0998137618

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: ING. GALO SALCEDO

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Mg. Lolyta Hualpa Lima	(PRESIDENTA)
Ing. Mg. Edison Espinosa Bailón	(VOCAL)
Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE	(VOCAL)

AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja por abrirme las puertas del conocimiento y la educación y me concedió el privilegio de estudiar en esta noble institución. Y especialmente a los Directivos de la carrera de Administración de Empresas Modalidad, al personal docente y de manera especial al Ing. Galo Salcedo que en su calidad de Director del presente trabajo de investigación, que me impartió sus conocimientos permitiendo culminar con éxito el mismo.

A mi esposo e hijo por haberme acompañado y guiado en esta etapa estudiantil, a todos mis familiares, compañeros y demás personas que de una u otra manera me apoyaron durante todos estos años de estudio y que me enseñaron que no hay límites para alcanzar lo que se propone.

Gladys Magdalena

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios, por haberme dado salud y vida e iluminar mi mente para alcanzar las metas propuestas en esta nueva etapa de estudio, de igual forma a todas las personas que contribuyeron en la realización de este presente proyecto para culminar mi carrera universitaria con éxito, la misma que pondré a disposición y servicio de quienes lo necesiten de manera profesional.

A mis padres por enseñarme el camino de la superación, a mi esposo e hijo por haberme dado todo su apoyo, comprensión y sus consejos en los momentos más difíciles, espero no decepcionarlos y contar siempre con su valioso apoyo, sincero e incondicional

Gladys Magdalena

a TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA DE PULPA DE SÁBILA Y SU
COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA
DEL TUNGURAHUA”**

b RESUMEN

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Ambato Provincia del Tungurahua, su objetivo general, realizar un Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora de Pulpa de Sábila y su comercialización en la Ciudad de Ambato Provincia del Tungurahua.

El proyecto está basado en el estudio de una planta conocida con el nombre de sábila o Aloe Vera, este producto está considerado de consumo intermedio debido a que puede ser vendido en el mercado tanto en forma directa al consumidor como a empresas y laboratorios que utilizan esta materia prima para la elaboración de productos industrializados.

Para este trabajo de investigación se encuestó a la población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad de Ambato, cuya población es de 126896 habitantes. Donde se Utilizaron métodos y técnicas que permitieron realizar la investigación.

Para determinar la factibilidad comercial se desarrolló el estudio de mercado, para lo cual se segmentó la población, objeto de estudio, y como resultado se obtuvo a 399 habitantes distribuidos en las 9 parroquias de la ciudad de Ambato, como también se realizó 12 encuestas aplicados a proveedores y expendedores del extracto de sábila, lo que orientó al conocimiento de los gustos y preferencias de la población al momento de la adquisición del producto.

Para alcanzar tal conocimiento se aplicó los métodos observación directa y la encuesta conociendo los parámetros de mercado en cuanto a producción y comercialización.

Finalizado las encuestas se obtuvo como resultado una demanda potencial en el primer año de 31.174 familias que consumen gel de aloe vera o sábila, dándonos una demanda efectiva de 875.011, menos una oferta de 98.215 nos da una demanda insatisfecha de 776.796, demandantes del producto para el primer año, resultado que se obtiene entre la demanda proyectada menos los resultados de la oferta.

En el estudio técnico permitió determinar la macro y micro localización de la empresa de pulpa de sábila en la Ciudad de Ambato, su capacidad instalada es de 166.400 de los cuales la empresa empezará utilizando un 70% para el primer año, luego se irá aumentando el 5% gradualmente para el segundo, tercero, cuarto y quinto año hasta llegar al 90% de utilización del total de la capacidad instalada. Se reserva el 10% de la capacidad instalada por efectos de mantenimiento de la planta y equipos de producción.

Se diseñó los diagramas de los procesos de ingreso, recuperación y gestión operativa y los recursos físicos, las instalaciones, maquinaria, equipos, muebles y enseres.

El estudio administrativo nos permitió establecer los aspectos legales y la estructura orgánica funcional con su organigrama estructural, posicional y funcional, manual de puestos.

El estudio financiero nos da a conocer el valor de los activos fijos que alcanza un total de 107.186,95; activos diferidos 2.931,08; capital de trabajo 17.832,50, dándonos un total de 118.973,02 de inversión requerida para el proyecto.

En la evaluación financiera se establece la viabilidad del proyecto, donde se determinó el VAN Valor Actual Neto 40.745,17 lo que asegura un rendimiento del valor de la empresa de pulpa de sábila al final de los 5 años de vida del proyecto; la TIR Tasa interna de Retorno del proyecto es de 21,75% Por lo cual el proyecto se acepta ya que es mayor a la tasa del costo de oportunidades del dinero; el periodo de recuperación de capital PRC es de 3 años con 0 meses y 0 días; en tanto que la Relación Beneficio Costo $R(B/C)$ es de 1,74 lo que indica que por cada dólar invertido se recibirá 0,74 centavos de dólar de utilidad; en cuanto al análisis de sensibilidad del proyecto soporta hasta un incremento de Costos del 59,88% y con una disminución de Ingresos del 34,34% lo que se acepta el proyecto.

El coeficiente de la sensibilidad es 0,99 por lo tanto es menor a uno esto hace que el proyecto no es sensible los cambios no afectan al proyecto.

ABSTRACT

This research was conducted in the city of Ambato Tungurahua Province, overall goal, do a Feasibility Project for Creating a Production Company Aloe Pulp and marketing in the City of Ambato.

The project is based on the study of a plant known as aloe Vera or Aloe Vera, this product is considered intermediate consumption because it can be sold on the market both directly to consumers and businesses and laboratories using this raw material for the manufacture of industrial products.

Methods and techniques that allowed for research were used. In this research work surveyed the Economically Active (PEA) population of the city of Ambato is a population of 126896 inhabitants. To determine the commercial feasibility study market developed, for which the population under study, and surrounding areas are segment result was obtained 399 inhabitants distributed in 9 parishes in the city of Ambato, and as also made 12 surveys applied to suppliers and retailers aloe extract, which Oriente knowledge of the tastes and preferences of the population at the time of product purchase.

To achieve such knowledge and direct observation methods for the survey market parameters in terms of production and marketing was applied.

Completed surveys were obtained as a potential outcome in the first year of 31,174 families who use aloe Vera gel or aloe, effective demand of 875,011 demand, this information could be obtained unmet demand for 776,796 result obtained between demand projected unless the results of the offer.

The technical study allowed to determine the macro and micro business location pulp of aloe Vera in the city of Ambato, its installed capacity of 166.400 of which can be used 70% for the first year then it will increase the 5% increments to the second, third, fourth and fifth year with a 90% utilization of the total installed capacity.

Diagrams admissions processes, recovery and operational management, and physical resources, facilities, machinery, equipment, furniture and fixtures are designed.

The administrative study established the legal and functional organizational structure with its structural, positional and functional organization, manual jobs.

The financial study determines the value of the fixed assets of deferred assets 98209.45 2931.08 17832.50 working capital, giving us a total of 118,973.02 investment required for the project.

In assessing the financial viability of the project, which was determined NPV Net Present Value 40,745.17 which ensures performance enterprise value aloe pulp at the end of the 5-year life of the project is established; IRR Internal Rate of Return for the project is 21.74% Therefore the project is accepted as it is over-priced cup of money opportunities; the capital recovery period is 3 years PRC with 0 months, 0 days; while R Benefit Cost Ratio (B / C) is 1.74 indicating that for every dollar invested 0.74 cents receive utility; concerning the sensitivity analysis of the project to support increased costs of 59.88% and a decrease in revenue of 34.34% which the project is accepted.

c INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un paraíso natural, pues contamos con una importante riqueza en diversidad de plantas medicinales que han sido utilizadas desde tiempos inmemoriales por nuestros ancestros como curativas, las diferentes culturas que se asentaron en varias regiones de nuestro país, han desarrollado conocimientos etnos medicinales aprovechando los beneficios que brindan la naturaleza localizadas en su hábitat, y estos a su vez se han transmitido a lo largo del tiempo de generación en generación,

Hoy estos conocimientos se potencian con el avance de la ciencia, al usar la composición química de las plantas medicinales para sintetizarla a nivel de laboratorio, obteniendo así productos naturales frescos y deshidratados con grandes beneficios para la salud en especial.

La introducción de productos no tradicionales presenta un aumento cada vez más evidente, la necesidad de buscar nuevas y mejores perspectivas de mercado, han hecho que los inversionistas busquen nuevas alternativas de industrialización para ofrecer productos de calidad que se ajusten a las necesidades de los consumidores.

Este proyecto se fundamenta en el estudio de una planta que se conoce con el nombre de sábila, llamada también (Aloe Vera), creado por la visión actual con tendencia global por la investigación y desarrollo de técnicas de conservación de alimentos que permitan obtener productos de alta calidad nutricional y farmacológica. El consumo regular del producto previene

muchas enfermedades de la piel, daños por irradiación solar, afecciones de los ojos, desórdenes intestinales, enfermedades antivirales etc.

De esta manera se presenta la siguiente investigación para la creación de una empresa productora de gel de sábila, producto base de alta rotación por sus valores nutritivos y propiedades curativas ya mencionados.

El proyecto en mención se denominará “Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora de Pulpa de Sábila y su Comercialización en la Ciudad de Ambato Provincia del Tungurahua”

La implementación de este proyecto tiene por objeto: promover la producción y comercialización de un producto no tradicional y de gran sustentabilidad en el tiempo, creando fuentes de trabajo que al momento son escasos, y por ende contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad, generando ingresos económicos para el desarrollo de la región y del país.

Es la razón por la que surge la idea de realizar este trabajo de investigación sobre el procesamiento y comercialización del gel de aloe (sábila). El mismo que se desarrolló en cuatro capítulos importantes para la recopilación de información sobre el comportamiento de mercado, competencia, necesidades que tienen los consumidores, estudio de la demanda y oferta actual, estrategias de mercado, canales de comercialización.

Se determinó los requerimientos técnicos como recursos materiales, recursos humanos, proceso, proveedores de suministros de materia prima y complementos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

d REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Producto: La Sábila



“Llamada también de Aloe Vera o sábila, es originaria de África tropical, es una planta suculenta perteneciente a la familia de las liliáceas”¹

Sus hojas carnosas son capaces de acumular gran cantidad de agua, pudiendo aumentar de tamaño hasta alcanzar un largo de más de 50 centímetros y un considerable grosor. Para evitar la evaporación en las horas de sol cierra sus poros o estomas. Estas reservas son almacenadas y consumidas lentamente cuando las lluvias escasean, pudiendo volver a perder su tamaño. Es una autentica superviviente preparada para las condiciones más duras del clima.

Al pasar el tiempo, los investigadores y médicos profundizaron en los estudios que tiene que ver como la sábila, pues al comprobar los efectos positivos que se ocasionaban en el ser humano, provocó que la mayor

¹ Aloe Barbadosenses Miller

parte de productos en países industrializados, contengan esta maravillosa planta, que mejora la calidad de vida y la salud del ser humano.

Genero de la sábila

“El Aloe Vera pertenece a una familia de más de 200 especies llamado Alobara de la familia Liliácea es originaria de África pero que crecen en Europa y las América, ya sea por dispersión natural, o bien porque fueron introducidos por sus múltiples ventajas y actualmente están siendo objeto de cultivo comercial. Del género Aloe se han descrito aproximadamente 320 especies, entre las cuales destaca la sábila (Aloe vera (L) Bum) motivo de nuestro estudio. En México las especies cultivadas más frecuentes son: Aloe Vera y Aloe Feroz.”²

Composición de la Sábila



“La composición del acíbar varía según el Aloe de que procede, la época de recolección y el método para elaborarlo. Contiene del 6 al 10% de agua. Lo que más varía es la cantidad de resina, que oscila entre el 40 y 80%. Esta resina, que carece de importancia farmacológica, es un éster

² García M, 2002

del ácido paracumárico y un alcohol re sínico, del aloe resino etanol, además de acíbar contiene el 20% de aloínas, a las que se le atribuyó naturaleza de glucósidos.

Composición Química

En el cuadro se muestra que dentro de los nutrientes de sábila se encuentran tres muy importantes como, potasio, calcio y magnesio este último muy importante para el buen funcionamiento del cerebro.

Composición Química de la sábila

NUTRIENTE	SÁBILA PURA (ppm)
Calcio	458
Fósforo	20.1
Cobre	0.11
Hierro	1.18
Magnesio	60.8
Manganeso	1.04
Potasio	797
Sodio	84.4
AMINOACIDOS	
(*esenciales)	
Acido aspartico	43.00
Acido glutámico	52.00
A lanina	28.00
*Isoleucina	14.00
*Fenilalanina	14.00
*Treonina	31.00
Prolina	14.00
*Valina	14.00
* Leucina	20.00
Histidina	18.00
Serina	45.00
Glicina	28.00
*Metionina	14.00
*Lisina	14.00
Arginina	14.00
Tirosina	14.00
*Triptofano	30.00
PROTEINAS	0.1%

»3

Composición nutricional

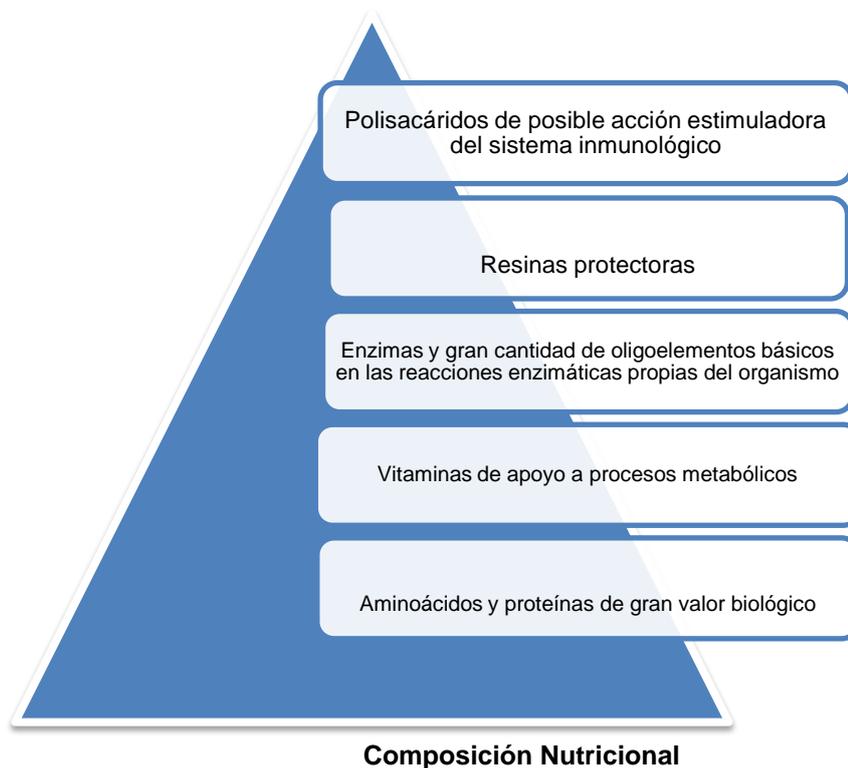
La composición nutricional de la sábila, es un⁴ componente muy especial que se encuentra en aquellas plantas consideradas como milagrosas, por sus beneficios para la salud, a causa de su papel

³ Quezada 2004

⁴ SANCHEZ Jorge, Plantas Naturales

catalizador es comparable con la clorofila. Como se puede divisar en el siguiente gráfico:

SmartArt 1



Popularidad de la Sábila O (ALOE VERA)

Actualmente la sábila cuenta con el reconocimiento muy positivo entre los consumidores de este producto, se tienen en cuenta las exportaciones puesto que los beneficios de la misma son prodigiosos.

Aceptación del Aloe Vera

Cuando la industria del Aloe comience a usar con regularidad pruebas reconocidas y validadas por el gobierno para asegurar la eficacia de productos comerciales, los consumidores sentirán los asombrosos beneficios del Aloe en su forma natural.

Como se obtiene el Gel o Pulpa De Sábila

El aloe vera o sábila es procesado usando 2 métodos principales⁵:

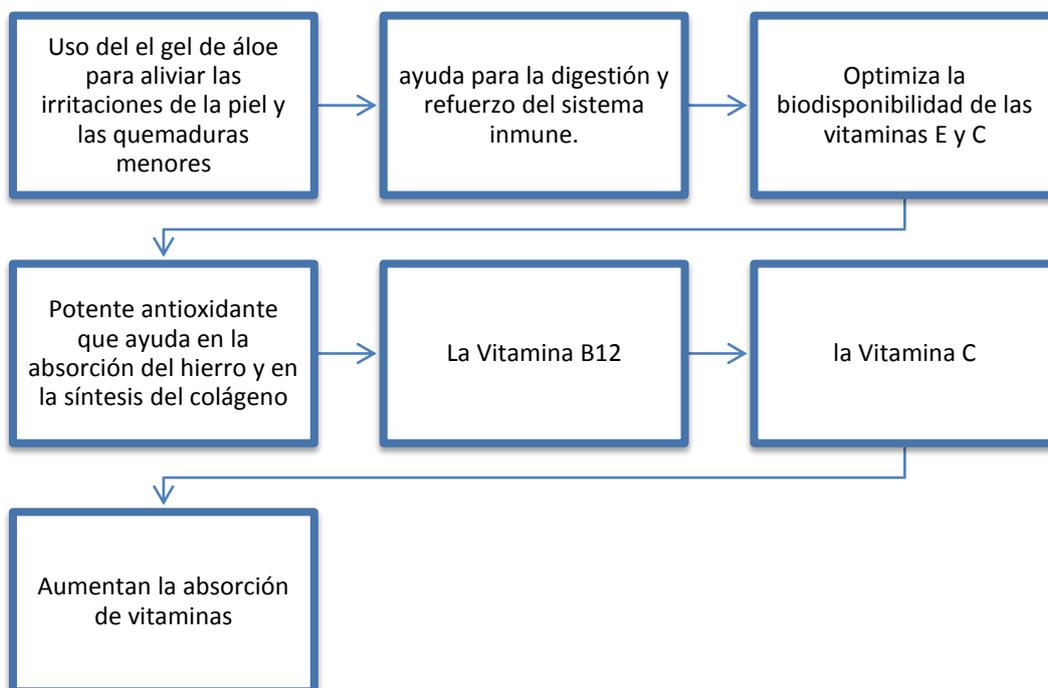
- Técnica de fileteado
- Proceso que usa la hoja entera

Se piensa que aquellos ingredientes biológicamente importantes del áloe son principalmente los polisacáridos, como el ACEMANANO, pero se podrían incluir varios otros componentes.

Utilización de la Sábila (ALOE VERA)

“Menciona la utilización de la sábila de la siguiente forma resumida en el siguiente gráfica

Utilización de la sábila



⁵ Ibíd. Vera

Derivados del producto

Empresas dedicadas a la elaboración de productos beneficiosos para el ser humano que contienen gel de Aloe. Dentro de los derivados del producto encontramos:

- Protectores solares
- Champo
- Capsulas
- Jugos de aloe vera
- Jabones
- Geles para el cabello
- Cosméticos
- Toallas humedecidas con aloe
- Hidratantes para la piel.”⁶

Clima propicio para el cultivo

“Tipos de clima y sus impedimentos”

Cuadro 1

CLIMA	IMPEDIMENTO
Desértico/Polar	Temperaturas extremas. No resistentes a heladas
Tropical	Exceso de agua repentina
Mediterráneo	Temperatura mayor a 15°C en invierno Temperatura menor a 30°C en verano
Monzónico	Exceso de agua en meses de lluvias. Ausencia de agua en estación seca.

Elaborador por: Autora

⁶ ARAHONA, E. FLORES, J. ROSERO, Y., 2006

Tungurahua goza generalmente de un clima templado y seco. Existen zonas de clima abrigado, zonas frías y pequeñas zonas con características

climáticas propias. La temperatura ambiente promedio es de 15 grados centígrados. Las lluvias se presentan entre septiembre y diciembre, siendo aprovechadas para el cultivo.

Sitios de Cultivo en el Ecuador

En nuestro país se está cultivando en la zona montañosa de Colonche, Península Santa Elena, Guayas, Tungurahua, se cultiva la sábila o "aloe vera barbadenses Miller" en tierras vírgenes sin ningún fertilizante para garantizar un producto 100% natural."⁷

MARCO CONCEPTUAL

Proyecto.- Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana."⁸

Factibilidad "Es el análisis de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión

Proyectos de inversión

El término proyecto proviene del latín proiectus y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un

⁷ ZAMBRANO, PETER, 2006

⁸ SAPAG Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarte edición, Bogotá. Mc Graw Hill 2008

determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada.”⁹

Un proyectos es una actividad encaminada hacia un objetivo trazado tanto por una empresa con o sin finalidad de lucro, uno de los proyectos más comunes sería el de un estudiante universitario que a través de su conocimiento adquirido trata de generar negocio y superarse, ejerciendo el título y su profesión una vez egresado de la universidad, constituyéndose en emprendedor y generando productividad; convirtiéndose en un ente económico, pasando a formar parte de la población económicamente activa que genera desarrollo al país.

Existen varias clasificaciones de proyectos pero entre los más importantes se presenta las siguientes dos categorías:

a. Proyectos productivos:

“Se debe considerar dentro de los proyectos productivos en servicios, las etapas mínimas que se deben cumplir para poder llevar a cabo un buen proyecto:

- Realización del diagnóstico, establece la necesidad o idea de la cual se parte para poder iniciar el diseño del proyecto.
- Diseño del proyecto: en esta etapa se valoran las opciones y se crean los objetivos específicos del proyecto basándose obviamente en el diagnóstico previamente realizado. Esta etapa también incluye todos los estudios de factibilidad (análisis de mercado, análisis técnico-financiero, proyección, planificación, viabilidad, justificación.), para

⁹ Definiciones, 2014

posteriormente hacer la presentación del proyecto para su aprobación.

- Ejecución del proyecto: en esta etapa se ponen en práctica todas las actividades plasmadas en el diseño del proyecto, guiándose con la planificación del mismo.
- Evaluación, es la etapa final del proyecto donde se valoran los resultados obtenidos basándose en la planeado y ejecutado del proyecto, verificando si se cumplieron los objetivos que se establecieron en el diseño.”¹⁰

b. Proyectos Públicos o sociales:

“Los Proyectos Sociales se orientan a la resolución de problemas, con el fin de intentar satisfacer las necesidades básicas del individuo. Existe una cierta relación entre la fragilidad y la carencia, por un lado, y la responsabilidad por el otro. La responsabilidad en un trabajador social se acrecienta al mismo tiempo que crece el poder que engendra una fragilidad complementaria.

Los Proyectos Sociales intentan siempre resolver una carencia, una necesidad y miran siempre al futuro que intentan mejorar. Podrían clasificarse de acuerdo a cómo intentan satisfacer la necesidad.

La elaboración de proyectos implica "sistematizar", es decir, construir un sistema para lograr una ordenación. Implica jerarquizar y articular una serie de hechos, de objetos o de ideas, aparentemente dispersos para poder comprender e interpretarlos mejor. Implica, también, la

¹⁰ Consultoría Empresarial Serca, 2013

reflexión autocrítica que nos ayude a planificar acciones con el fin de lograr una mayor calidad en nuestros trabajos.”¹¹

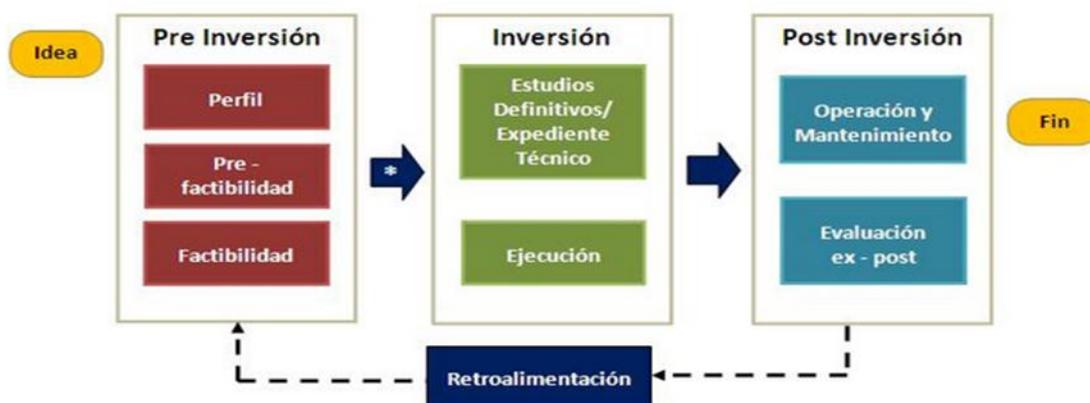
El Ciclo de los Proyectos

Según, Ministerio de Economía y Finanzas del Perú (2014) “Definen el ciclo del proyecto en tres fases:

El Ciclo de Proyecto contempla las Fases de Pre inversión, Inversión y Pos-inversión.

Durante la Fase de Pre inversión de un proyecto se identifica un problema determinado y luego se analizan y evalúan, en forma iterativa alternativas de solución que permitan para encontrar la de mayor rentabilidad social.

En la Fase de Inversión se pone en marcha la ejecución proyecto conforme a los parámetros aprobados en la declaratoria de viabilidad para la alternativa seleccionada de mientras que, en la Fase de Post Inversión, el proyecto entra a operación y mantenimiento y se efectúa la evaluación ex post.



¹¹ Castillo Coronel, 2012

Es por eso, la importancia de la elaboración de un proyecto, y contemplar las tres etapas básicas al momento de generar una idea y querer llevarlo a práctica.

Pre Inversión

El pre inversión tiene como objetivo evaluar la conveniencia de realizar un Proyecto de Inversión en particular, es decir, exige contar con los estudios que sustenten que es socialmente rentable, sostenible y sustentable. Estos criterios sustentan su declaración de viabilidad, requisito indispensable para iniciar su ejecución.

Los estudios de pre inversión se deben basar en un diagnóstico del área de influencia del proyecto de inversión, del servicio sobre el cual se intervendría, así como de los grupos involucrados en todo el ciclo. Con sustento en el diagnóstico se definirá el problema a solucionar, sus causas y sus efectos; sobre esta base, y las alternativas de solución. Es necesario conocer la brecha de servicios que atenderá el proyecto, que será el punto de referencia para dimensionar los recursos y estimar los costos de inversión, operación y mantenimiento. Finalmente, se estimarán los flujos de beneficios y costos para definir su rentabilidad.

Es importante mencionar que no todos los proyectos requieren el mismo nivel de análisis técnico en la fase de pre inversión: a mayor magnitud de inversión, mayores serán los riesgos de pérdida de recursos y, consecuentemente, es mayor la necesidad de información y estudios técnicos que reduzcan la incertidumbre en la toma de decisiones.

Inversión

Una vez que un proyecto ha cumplido satisfactoriamente la fase de pre inversión, es decir, cuenta con los estudios de pre inversión (perfil, pre factibilidad y factibilidad) y ha sido declarado viable por el mismo estudio, se encuentra idóneo para ingresar a la Fase de Inversión.

En esta fase se puede distinguir las etapas de: Diseño (el desarrollo del estudio definitivo, expediente técnico u otro documento equivalente) y la ejecución misma del proyecto, que debe ceñirse a los parámetros técnicos, económicos y ambientales con los cuales fue declarado viable:

Diseño: Se elabora el estudio de detalle (o equivalente) del proyecto, incluyendo la planificación de la ejecución, el presupuesto, las metas físicas proyectadas, las especificaciones técnicas, el programa de conservación y reposición de equipos y los requerimientos estimados de personal para la operación y mantenimiento.

Ejecución: Se realiza la implementación de las actividades programadas y, según caso, el desarrollo de la obra física. En esta etapa se realizan las acciones del proyecto, la licitación de los bienes, servicios u obras a adquirir e implementar, el seguimiento y control de los contratos así como la revisión periódica de los avances de la ejecución del proyecto. El cierre de la ejecución del proyecto marca el fin de la Fase de Inversión.

Operación

La operación y mantenimiento del proyecto así como la evaluación ex post constituyen la última fase del ciclo de un proyecto de inversión; se

inicia cuando se ha cerrado la ejecución del proyecto y éste asigna un responsable de su operación y mantenimiento. En esta fase, y durante todo su periodo de vida útil, se concreta la generación de beneficios del proyecto.

- **Operación y mantenimiento:** En esta etapa se debe asegurar que el proyecto ha producido una mejora en la capacidad prestadora de bienes o servicios de una Entidad de acuerdo a las condiciones previstas en el estudio que sustentó su declaración de viabilidad. Para ello, la persona responsable de su operación y mantenimiento, deberá priorizar la asignación de los recursos necesarios para dichas acciones.
- **Evaluación ex post:** Es un proceso que permite investigar en qué medida las metas alcanzadas por el proyecto se han traducido en los resultados esperados en correlación con lo previsto durante la fase de pre inversión. En los proyectos de inversión cuya viabilidad ha sido declarada sobre la base de un Perfil, la evaluación Ex post la puede realizar una agencia independiente o un órgano distinto de la empresa ejecutada. Los estudios de evaluación Ex post se considerará terminados cuando cuenten con la conformidad por parte de los inversionistas y la consultora respecto de la evaluación efectuada”¹²

¹² Ministerio de Economía y Finanzas del Perú 2014

Estructura de un Proyecto de Factibilidad

Basándose en algunos autores referentes al tema, se encuentra que la estructura básica de todo proyecto de inversión contempla los siguientes componentes:

- ESTUDIO DE MERCADO
- ESTUDIO TÉCNICO
- ESTUDIO ADMINISTRATIVO U ORGANIZACIONAL
- ESTUDIO FINANCIERO ECONÓMICO

Si se establecen cada uno de los temas en mención acorde a las exigencias de cada proyecto, la factibilidad y viabilidad técnica desarrollara indicadores que permitan una correcta toma de decisiones. La ejecución de un proyecto después de efectuado el estudio, permitirá conocer el mercado y tener mejores opciones de superarse sobre la competencia y generar los recursos suficientes para recuperar la inversión y generar rentabilidad.

Estudio de Mercado

Se entiende por mercado el área que confluye la fuerza de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precio determinado

“El estudio de mercado consta de la determinación y cuantificación de la oferta y la demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”¹³

Mercado.-Son los compradores reales y potenciales de un producto.

¹³ BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos Quinta Edición, McGraw Hill 2006

Estructura de Mercado.- “Esta de terminado por los aspectos del entorno general, por los agentes que actúan en él y son: Fabricantes, Intermediarios, Prescriptores, Compradores”

Identificación de Mercado

Para determinar el mercado objetivo se diseñará el perfil del posible consumidor que demande el producto, para esto se divide a la población en varios segmentos, y el más apto, es decir, el grupo que responda con mejor demanda del producto será considerado el mercado meta del proyecto.

DEMANDA Y OFERTA

Demanda

“Se entiende como demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.¹⁴

Proyección de la Demanda

A través del presente trabajo de investigación, se conoció el porcentaje de demandantes del producto en un tiempo determinado.

La proyección de la demanda forma parte del estudio de mercado a través de la identificación de una demanda potencial, se puede sustentar las ventas actuales y futuras del proyecto, sin embargo, dada la importancia de la misma para obtener valores cercanos a la realidad, se realizara una profundización de la misma.

¹⁴ Milton Oroche Carbajal, 2011

Demanda Potencial

Es toda la población de estudio segmentada. Se diría que son posibles compradores del producto pues como sabemos la demanda global se forma por agregación de demandas individuales.

Está conformada por un tanto por ciento por consumidores directos del producto y especialmente los demandantes de cosmetología, vendedores de bebidas naturales, naturistas; entre otros.

Demanda Real

Constituye toda la población segmentada que realmente consume el producto natural. Y en este caso lo proyectaremos para toda la población económicamente activa de esta región.

Demanda Efectiva

“Es toda la población segmentada que en la práctica requiere de nuestro producto en el mercado”.¹⁵

Demanda Insatisfecha

“Es aquella que la demanda no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por nuestro proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta”¹⁶.

¹⁵ Keynes, 2005

¹⁶ Milton Oroche Carbajal, 2011

Oferta

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes o productores exponen en el mercado a un precio determinado.”¹⁷

El Marketing Mix

El Marketing mix conocido también como mercadotecnia. “Son las herramientas que utiliza la empresa para implantar las estrategias de mercadeo y alcanzar los objetivos establecidos”.¹⁸

Estas herramientas son conocidas también como las P del mercadeo. Y está representado por los siguientes elementos (variables) como son:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Con estas variables se logrará identificar el lugar más apropiado para comercializar nuestro producto, así mismo el determinar un precio acorde con los ya existentes en el mercado, para así obtener un buen posicionamiento en el mercado logrando ventas efectivas de la pulpa de sábila.

Producto

Una vez realizado las encuestas de investigación y luego de conocer la aceptación del mercado local y nacional que es en donde incursionara nuestro producto

¹⁷ Bennasar, 2013

¹⁸ (www.farq.edu.uy,2013)

Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, o uso que satisfaga una necesidad. La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales como son:

- La cartera de productos
- La diferenciación de productos
- La marca
- La presentación



Marketing Mix

Precio

Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

Se distingue del resto de los elementos del marketing mix porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás elementos generan costos.

Plaza o Distribución

Es la forma de cómo se va distribuir el producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor.

Promoción

Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.

Estudio Técnico

Consiste en el estudio de todos aquellos recursos que se tomaran en cuenta para poder llevar a cabo la producción del bien o servicio.

El estudio técnico operativo del proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto, donde se pretende resolver algunas variables como: donde, cuando, cuanto y como producir el producto.

El estudio técnico se refiere a todos los aspectos técnicos operativos necesarios para el emprendimiento del proyecto como son: determinar el tamaño óptimo de la planta de producción, localización, instalaciones, y estructura organizacional, determinara también la necesidad de capital y mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.

Demostrar la viabilidad del proyecto justificando la selección dela alternativa para abastecer el mercado local, nacional, y posteriormente internacional.

Recolección y análisis de información que permita determinar su factibilidad y su rentabilidad.

Tamaño del Proyecto

El tamaño hace referencia a la capacidad de producción de la empresa durante la vigencia del proyecto.

El tamaño de un proyecto dependerá también de las dimensiones de sus instalaciones y la capacidad máxima de producción teniendo en cuenta aspectos muy importantes sobre información en torno al mercado como: la localización, la disponibilidad de insumos y otros factores como: aspectos económicos, técnicos, monto de la inversión asignada al proyecto, número de puestos de trabajo creados, área física ocupada, niveles de venta alcanzados.

Para establecer el tamaño del proyecto, se tomará en cuenta los siguientes factores:

- Es la cantidad de productos que la empresa puede producir en un periodo de tiempo.
- Para determinar y optimizar la capacidad de una planta se debe analizar detalladamente la tecnología que se va a utilizar.
- **Capacidad Diseñada.**- Es el nivel máximo posible de producción o prestación de servicios.
- **Capacidad Instalada.**- Nivel máximo de producción o prestación de servicios, que los trabajadores conjuntamente con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar en forma permanente.
- **Capacidad Utilizada.**- Consiste en la fracción de capacidad instalada que se está utilizando o empleando en la producción, teniendo en

cuenta las contingencias de producción y ventas durante un tiempo determinado.

Factores que determinan el tamaño de la planta

- La demanda: Cantidad que se puede vender y que se relaciona con lo que la empresa puede producir.
- Disponibilidad de insumos, local, nacional, o de importación
Localización
- Financiamiento. Montos de inversión, escoger proyectos que tengan menores costos y un alto rendimiento de capital.
- Organización, asegurarse de contar con el personal apropiado. Para el presente proyecto se contara con personal idóneo en la materia.

Localización del proyecto

Para determinar el lugar más adecuado para el funcionamiento de la empresa se debe tomar en cuenta la Macro localización y Micro localización.

El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos.

El estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde una integración al medio nacional o regional (macro localización), hasta identificar una zona urbana o rural (micro localización), para finalmente determinar un sitio preciso, donde

se ubicara la planta.

Factores determinantes de la Localización

- Proximidad y disponibilidad del mercado
- Proximidad y disponibilidad de materias primas.
- Medio de transporte
- Disponibilidad y servicios públicos
- Mano de obra
- Otros factores

Macro localización

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

Esta empresa se ubicara en la región central del país, exactamente en la ciudad de Ambato Provincia del Tungurahua, de la República del Ecuador.

Micro Localización

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

Para determinar la localización exacta de la empresa hemos tomado en consideración algunos factores tales como:

- Disponibilidad de acceso al cliente.
- Disponibilidad de materia prima.

- Mano de obra.
- Disponibilidad de servicios básicos.
- Acceso de vías para el transporte
- Clima apropiado.

Ingeniería del proyecto.

El presente estudio tiene como función el organizar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de su estructura y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.

Como vemos este estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.

La transformación de insumos en productos mediante una técnica determinada de combinación de factores como mano de obra, equipo, insumos materiales, métodos y procedimientos, constituyen el proceso de producción; en consecuencia dependiendo de la forma como se haga esa transformación obtendremos distintos procesos.

Requerimientos

Constituyen las necesidades que tiene el proyecto desde el punto de vista técnico para, en función de la tecnología y procesos seleccionados,

ofertar los bienes/servicios que el mercado está dispuesto de demandar con el fin de satisfacer sus necesidades. Estos requerimientos se especifican de acuerdo al tipo de proyecto, de preferencia valorándolos en términos monetarios; de entre éstos los más importantes son:

- Infraestructura básica
- Obras civiles
- Maquinaria, equipo y herramientas
- Herramientas

Determinar si la tecnología ha sido probada con anterioridad o se encuentran en desarrollo

- Procesos ambientalmente limpios
- En el caso de invertir en maquinaria y equipo, verificar su disponibilidad, asegurando que el acceso a repuestos y mantenimiento sea sencillo.
- Nivel de productividad
- Porcentaje de desperdicios
- Tiempo del proceso de producción
- Requerimiento en cantidad, calidad y frecuencia de materias primas, para cada tecnología.
- Calidad de los productos etc.

Flujo grama de proceso



Operación

Son las actividades que da como resultado un cambio físico o químico en un producto.



Inspección

Es la verificación de características contra los estándares de calidad o cantidad establecida para el mismo.



Transporte

Son los movimientos que no sea parte integral de una operación o inspección.



Retraso

Es la distancia recorrida por el producto para cada actividad.

Es el período en el que un componente del producto esté esperando para operación, inspección o transporte.



Almacenamiento

Mantener un producto o materia prima en el almacén, hasta que se requiera para su uso o venta¹⁹

Descripción del proceso de producción

Un diagrama de flujo es una representación gráfica de los pasos que seguimos para realizar un proceso.

En este diagrama se usa la simbología o flujo-grama la misma que nos permite representar todas las operaciones efectuadas. Dicha simbología es la siguiente:

¹⁹ AQUILANO, Jacobs, "Gerencia de operaciones", p. 15, Ed. Norma, Bogotá, 2005

Recepción de Materia Prima

En esta primera etapa del proceso de producción, se realiza la recepción de la materia prima que es suministrado de la misma plantación de cultivo donde se extraerá sus hojas o pencos previamente calificados y seleccionados, para la utilización en el proceso de la extracción el gel.

Descripción Técnica del Proceso

Para la extracción del gel de sábila, es la siguiente:

- Recepción
- Lavado
- Traslado de la penca para la extracción del gel
- Homogenización del gel
- Enfriamiento (15 grados C)
- Almacenamiento del gel
- Calentamiento (sublimación)
- Empacado al vacío (bolsas Plásticas)
- Producto – Material seco liofilizado

Control de calidad.- debido a que este producto es utilizado como elemento principal en elaboración de productos alimenticio, farmacéuticos y de cosmetología y todos se dirigen al consumo humano deben regirse ciertas pautas de calidad implementando mecanismos que permitan establecer el control de calidad en este procesamiento del gel de aloe.

Infraestructura

Los procesos de fabricación o prestación de servicios se desarrollan en un espacio o lugar físico el mismo que debe ser apto para cubrir las necesidades de los procesos que ahí se van a efectuar. Dicho esto se debe estructurar el lugar donde se van a desarrollar los procesos de producción o prestación de servicios, por lo cual se determinaran.

Estudio Administrativo

En el estudio organizacional se define el marco formal: el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización, necesaria para la puesta en marcha y ejecución de un proyecto. Incluye organigramas, descripción de cargos y funciones y los gastos administrativos necesarios para el posterior estudio económico y financiero.

Base Legal

Para que la empresa pueda funcionar legalmente se deben presentar los siguientes requisitos:

- Legislación sanitaria sobre los permisos para la presentación de los productos alimentarios
- Permisos sanitarios para la elaboración del producto
- Pago de patentes y demás obligaciones tributarias
- Permisos ambientales.
- Acta de constitución jurídica, etc.
- Registro de la marca

La empresa se registrará por la Constitución Política de la República, Código de Trabajo y otros reglamentos pertinentes.

Acta constitutiva

El acta constitutiva es la razón de ser de la empresa, en esta se describe detalladamente la actividad y fecha de nacimiento en el mercado del nuevo negocio; pero para efectos del proyecto se la registrara como una empresa de hecho y posteriormente adquirirá una personería jurídica y registro en la superintendencia de compañías.

Una Sociedad de Hecho es aquella que, teniendo todos los elementos de existencia y validez de una sociedad regular, no tiene escritura pública; o bien debido a que los socios, siendo conscientes de haber creado la sociedad, no la han querido elevar a escritura pública. También será así entendida en caso de que aun cuando éstos jamás pensaron en constituir una sociedad, actuaron entre sí y ante terceros bajo dicho modo. En consecuencia, los derechos de tal sociedad se entienden adquiridos y las obligaciones contraídas, ya sea en favor o a cargo (según corresponda) de todos los "socios de hecho"²⁰.

La Razón Social o Denominación

La razón social o denominación es el nombre por el cual la empresa se dará a conocer al público, además de la legalidad que con este nombre adquiere para los diferentes trámites de adquisición de personería jurídica. En muchos de los casos el nombre de los productos que ofrece la empresa suelen ser diferentes a los de la institución, siendo así; los

²⁰ *Ibíd.* Nassir Sapag y Reinaldo Sapag, 2000

productos deben tener nombres comerciales y respaldados por la firma empresarial para dar mayor importancia comercial del producto en el mercado.

Domicilio

Se entiende por domicilio, el lugar donde se ubicará la empresa, la planta procesadora, bodegas y oficinas o local comercial.

Capital Social

Al igual que otras formas de capital, el capital social es productivo y hace posible el logro de ciertos fines que serían inalcanzables en su ausencia. Por ejemplo, un grupo cuyos miembros manifiestan confiabilidad, y confían ampliamente unos en otros, estará en capacidad de lograr mucho más en comparación con un grupo donde no existe la confiabilidad ni la confianza. En una comunidad agrícola donde un agricultor necesita que otro le embale el heno y donde los instrumentos agrícolas son en su mayoría prestados, el capital social le permite a cada agricultor realizar su trabajo con menos capital físico en forma de herramientas y equipos.”²¹

Tiempo De Duración le la Sociedad

Es recomendable según varios autores norteamericanos como Davis Fishel, quien menciona que el tiempo de duración de una empresa debería ser de no más de 10 años, pues los mercados son cambiantes y en ese periodo las empresas deben reestructurarse organizativamente y

²¹ Coleman, 2010

plantearse nuevos objetivos acorde a la época y cambios significativos en los mercados.

Administradores

Los administradores son los poseedores de las acciones de las empresas, aunque también pueden ser contratados para efectos de administración y gerencia de las empresas. En una empresa de hecho son los dueños y propietarios de las empresas que mediante convenio firmado por sus aportaciones, se consideran administradores de la empresa, aunque también tienen la potestad de contratar a personas ajenas al negocio para que esta administre. En ambos casos de contratarse personal externo las partes o poseedoras de las acciones empresariales esperan recibir sus utilidades por la renta que genere el negocio.

Niveles Jerárquicos

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. 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 diferentes niveles jerárquicos de autoridad.

Básicamente existen tres niveles en la administración, el nivel superior, el nivel de mando medios y el nivel técnico u operacional.

Nivel Jerárquico



Fuente: (Ministerio de Economía y Finanzas de Panamá, 2014)

Cabe mencionar que entre el nivel superior y nivel medio, existe un nivel auxiliar y uno de asesoramiento externo, generalmente son las secretarías y la asesoría legal respectivamente.

Ejecutivo

Dentro de los niveles jerárquicos y para efectos del proyecto, se refiere a la gerencia, administración y en el caso de las sociedades presidentes o directores. Este nivel es el encargado de la correcta administración del personal que se encuentra por debajo de él por efectos de la jerarquización, teniendo que dirigir a la empresa por el camino correcto en el mercado generando los suficientes recursos para su subsistencia.

Nivel de Asesor

La asesoría por lo general son externas, en varias empresas la asesoría legal es la más común, ya que; representa un mínimo costos y

simplemente utilizan este recurso cuando es realmente necesario, en otras la asesoría contable y tributaria se hace realmente importante y optan por contratarlo externamente con el fin de no tener problemas fiscales. El nivel de asesoramiento tiende a ser externo en la mayoría de los casos.

Nivel Operativo

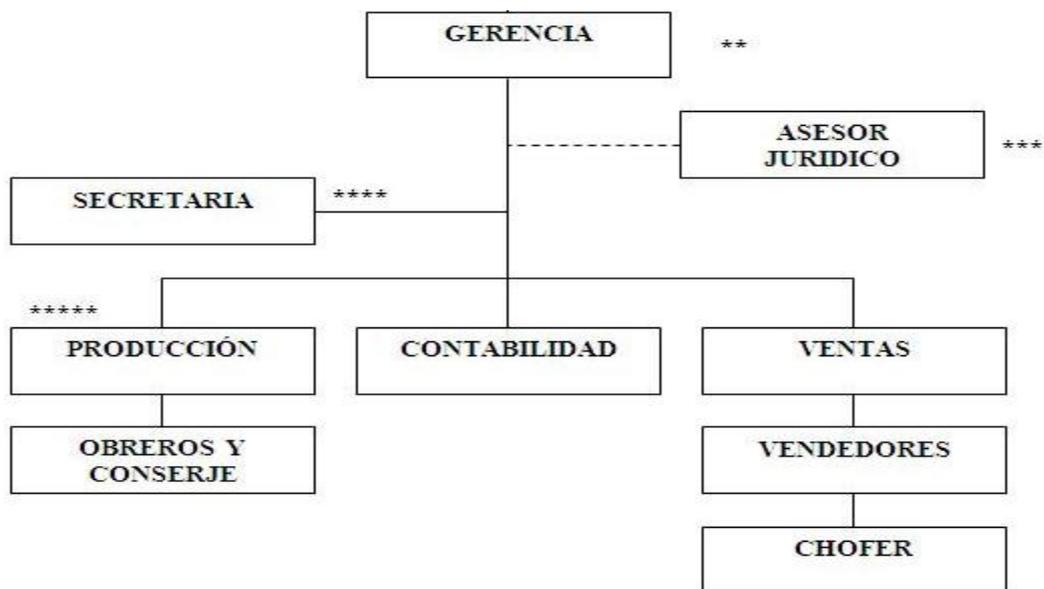
Dentro de la jerarquización es quien prácticamente se encarga de desarrollar los productos o servicios, es la fuerza de trabajo de la empresa, se puede decir que son los que realizan el sacrificio para que la empresa a través de los demás departamentos pueda generar los recursos y rentabilidad empresarial.

Nivel Auxiliar o de Apoyo

Se denomina auxiliar o de apoyo porque este nivel se encarga de asistencia al nivel ejecutivo, suele ser las secretarías o la parte de contabilidad, aunque existe empresas que requieren de asistencia administrativa, todas estas ayudan al nivel jerárquico más alto a desenvolverse de mejor manera descargando algunas funciones del nivel superior en este nivel auxiliar.

Organigramas

“Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.



Clases de Organigramas

- **Por su Naturaleza:** Este grupo se divide en tres tipos de organigramas:
 - **Micro administrativo:** Corresponden a una sola organización, y pueden referirse a ella en forma global o mencionar alguna de las áreas que la conforman.
 - **Macro administrativos:** Involucran a más de una organización.
 - **Meso administrativos:** Consideran una o más organizaciones de un mismo sector de actividad o ramo específico. Cabe señalar que el término meso administrativo corresponde a una convención utilizada normalmente en el sector público, aunque también puede utilizarse en el sector privado
- **Por su Finalidad:** Este grupo se divide en cuatro tipos de organigramas:

- **Informativo:** “Se denominan de este modo a los organigramas que se diseñan con el objetivo de ser puestos a disposición de todo público, es decir, como información accesible a personas no especializadas.

Por ello, solo deben expresar las partes o unidades del modelo y sus relaciones de líneas y unidades asesoras, y ser graficados a nivel general cuando se trate de organizaciones de ciertas dimensiones.

- **Analítico:** Este tipo de organigrama tiene por finalidad el análisis de determinados aspectos del comportamiento organizacional, como también de cierto tipo de información que presentada en un organigrama permite la ventaja de la visión macro o global de la misma, tales son los casos de análisis de un presupuesto, de la distribución de la planta de personal, de determinadas partidas de gastos, de remuneraciones, de relaciones informales. Sus destinatarios son personas especializadas en el conocimiento de estos instrumentos y sus aplicaciones.
- **Formal:** Se define como tal cuando representa el modelo de funcionamiento planificado o formal de una organización, y cuenta con el instrumento escrito de su aprobación. Así por ejemplo, el organigrama de una Sociedad Anónima se considerará formal cuando el mismo haya sido aprobado por el Directorio de la S.A.
- **Informal:** Se considera como tal, cuando representando su modelo planificado no cuenta todavía con el instrumento escrito de su aprobación.

- **Por su Ámbito:** Este grupo se divide en dos tipos de organigramas:
- **Generales:** Contienen información representativa de una organización hasta determinado nivel jerárquico, según su magnitud y características. En el sector público pueden abarcar hasta el nivel de dirección general o su equivalente, en tanto que en el sector privado suelen hacerlo hasta el nivel de departamento u oficina.
- **Específicos:** Muestran en forma particular la estructura de un área de la organización.
- **Por su Contenido:** Este grupo se divide en tres tipos de organigramas:
- **Integrales:** Son representaciones gráficas de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones de jerarquía o dependencia. Conviene anotar que los organigramas generales e integrales son equivalentes.
- **Funcionales:** Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.
- **De puestos, plazas y unidades:** Indican las necesidades en cuanto a puestos y el número de plazas existentes o necesarias para cada unidad consignada. También se incluyen los nombres de las personas que ocupan las plazas.
- **Por su Presentación o Disposición Gráfica:** Este grupo se divide en cuatro tipos de organigramas:

- **Verticales:** Presentan las unidades ramificadas de arriba abajo a partir del titular, en la parte superior, y desagregan los diferentes niveles jerárquicos en forma escalonada. Son los de uso más generalizado en la administración, por lo cual, los manuales de organización recomiendan su empleo.
- **Horizontales:** Despliegan las unidades de izquierda a derecha y colocan al titular en el extremo izquierdo. Los niveles jerárquicos se ordenan en forma de columnas, en tanto que las relaciones entre las unidades se ordenan por líneas dispuestas horizontalmente.
- **Mixtos:** Este tipo de organigrama utiliza combinaciones verticales y horizontales. Se recomienda utilizarlos en el caso de organizaciones con un gran número de unidades en la base.
- **De Bloque:** Son una variante de los verticales y tienen la particularidad de integrar un mayor número de unidades en espacios más reducidos. Por su cobertura, permiten que aparezcan unidades ubicadas en los últimos niveles jerárquicos.
- **Circulares:** En este tipo de diseño gráfico, la unidad organizativa de mayor jerarquía se ubica en el centro de una serie de círculos concéntricos, cada uno de los cuales representa un nivel distinto de autoridad, que decrece desde el centro hacia los extremos, y el último círculo, ósea el más extenso, indica el menor nivel de jerarquía de autoridad. Las unidades de igual jerarquía se ubican sobre un mismo

círculo, y las relaciones jerárquicas están indicadas por las líneas que unen las figuras.”²²

Manual de Funciones

Permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la empresa. Esto hará posible que los recursos especialmente el humano sea administrado eficientemente.

La estructura administrativa de esta empresa, estará establecida en cinco niveles jerárquicos, los cuales permitirán un buen funcionamiento de la misma.

Estudio Financiero

El análisis financiero pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación; donde el inversionista puede evaluar la utilidad de su inversión y saber si procede o no la implementación de la futura empresa como recompensa al riesgo de invertir su capital en este proyecto de inversión.

El análisis financiero de este proyecto estará basado en dos aspectos como son: el análisis de presupuesto en primera instancia y la evaluación de rentabilidad, los mismos que se irán aplicando a medida que vaya desarrollando el proyecto.

Estudio financiero.- Es la sistematización de la información a fin de cuantificar los activos que requiere el proyecto para la transformación de

²² www.promonegocios.net Organigramas/tipos de organigramas

insumos y la determinación del monto de capital de operación requerido para el funcionamiento del proyecto después de su implementación.

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

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

Inversiones Fijas

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

Se puede considerar los siguientes ítems como inversiones fijas que intervienen en el proyecto:

- a. Terrenos y Recursos Naturales
- b. Edificios y Construcciones
- c. Maquinaria y Equipos
- d. Otros Equipos
- e. Gastos de Instalación
- f. Vehículos
- g. Muebles y Equipo de Oficina

- h. Envases
- i. Investigaciones Previas y Estudios
- j. Organización y Patentes
- k. Capacitación Personal
- l. Puesta en marcha
- m. Intereses durante la Construcción
- n. Imprevistos

Inversiones De Activos Intangibles o Diferidos

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

Inversiones de Capital de Trabajo o de Operación

Es el capital con el que empieza a funcionar la empresa.

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

- a. Efectivo en Caja y Bancos
- b. Cuentas por Cobrar
- c. Inventarios

d. Materiales, Suministros y Repuestos

e. Anticipos a Proveedoras y Gastos Pagados por Adelantado

Financiamiento

“Una vez determinados los montos correspondientes a las inversiones fijas y el capital de trabajo y, en consecuencia, el costo total del proyecto, se requiere analizar la manera de financiarlo.

En esencia, el estudio del financiamiento del proyecto debe indicar las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento, y describir los mecanismos mediante los cuales se canalizarán estos recursos hacia los usos específicos del proyecto.”²³

Primera Forma

Fuentes Internas de financiamiento

“Son los fondos originados en la operación misma de la empresa; Utilidades no distribuidas (superávit). Estos fondos pueden ser utilizados temporalmente como fuente de financiamiento y luego ser distribuidos a los accionistas o por el contrario, pueden ser incorporados definitivamente a los fondos de la empresa a través de una elevación del capital social.

- Reservas de Depreciación de Activos Fijos Tangibles,
- Reservas de Amortización de Activos Intangibles.
- Reservas Legales y Voluntarias.

²³ Ídem

Fuentes Externas de Financiamiento

Vienen de fuera de la empresa o no se originan en sus operaciones. Estas fuentes provienen básicamente del Mercado de Capitales, del Sistema Bancario y de los Proveedores.

Mercado de Capitales

La empresa obtiene fondos a través de la colocación de acciones y obligaciones. Las acciones son títulos de participación en el capital social de una compañía que le dan derecho, al tenedor, a participar en la administración y en los rendimientos del negocio.- Las acciones pueden ser ordinarias o preferentes y se diferencian fundamentalmente en la prioridad para la distribución de utilidades y a la recuperación del capital, en caso de liquidación de la empresa.

Las Obligaciones o Bonos, son títulos emitidos por las sociedades, garantizados por sus activos o por una institución financiera que los coloca en el mercado. Son realmente préstamos que los compradores de los títulos hacen a la empresa a un plazo fijo y con un rendimiento también fijo. Algunas obligaciones pueden llevar la opción a ser convertidas en acciones, en el momento de su rescate.”²⁴

Sistema Bancario

En el sistema bancario se pueden obtener créditos a corto, mediano y largo plazo. Generalmente se considera financiamiento a corto plazo al inferior a un año, mediano plazo sobre un año hasta los cinco años, y a largo plazo, sobre los cinco años. En el sistema bancario se deben

²⁴ UNL- MED. Administración de Empresas-Módulo X

diferenciar los créditos de bancos o financieras privadas que son menos ventajosos que los de bancos o financieras de desarrollo, entidades que manejan fondos públicos.

Proveedores

Los proveedores de maquinaria y equipo, así como también los que abastecen de materias primas y otros materiales, financian, también, a las empresas que adquieren sus productos. Este financiamiento es, generalmente, a corto o mediano plazo aunque en algunas ocasiones otorgan, también, créditos a largo plazo. Estos financiamientos son, la mayoría de veces, menos beneficiosos que los otros, debido a que son "ligados" y a que el tipo de interés real es usualmente más alto.

Segunda Forma

Recursos Propios

Son los que provienen de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especie de los socios y de las utilidades y reservas de la empresa.

Créditos

Son los que se obtienen de bancos y financieras privadas o de fomento, de proveedores o a través de la emisión de obligaciones propias de la empresa.

Presupuestos

Es la cantidad de dinero que se estima que será necesaria para hacer frente a ciertos gastos.

Presupuestos

Se denomina presupuesto al cálculo que se realiza anticipadamente a la ejecución de un proyecto o inversiones anuales, en este se detallan ingresos y gastos durante un periodo (anualmente). Es un plan previsto a ejecutarse para alcanzar metas y objetivos, viene a demás determinado en términos monetarios para su análisis financiero económico.

Depreciaciones

La depreciación, por concepto, consiste en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a lo largo de su vida útil estimada con anterioridad con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público. La distribución de dicho valor a lo largo de la vida, se establece mediante el estudio de la productividad y del tiempo mediante diferentes métodos, Ver nuestro apartado de métodos de depreciación, y que deben recogerse en los libros contables”²⁵.

Determinación de Costos

Son los desembolsos en efectivo que se realiza en el presente pasado y futuro dentro de los cuales están varios tipos de costos:

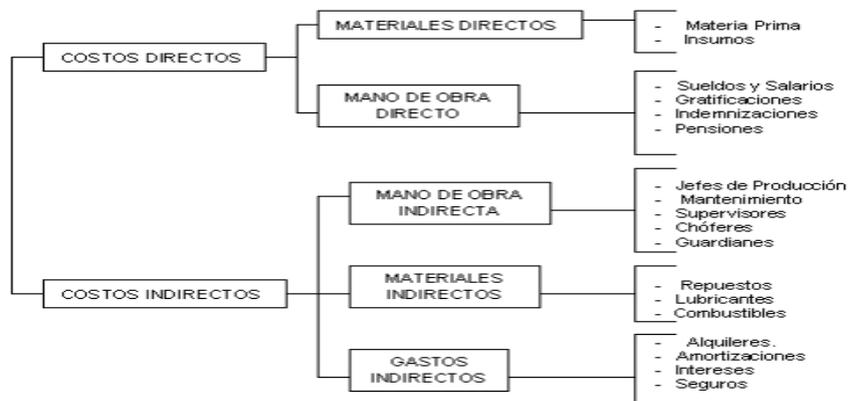
Costos

“Son útiles para llamar la atención sobre el origen y el efecto de los Costos”

²⁵ Jurado, 2013

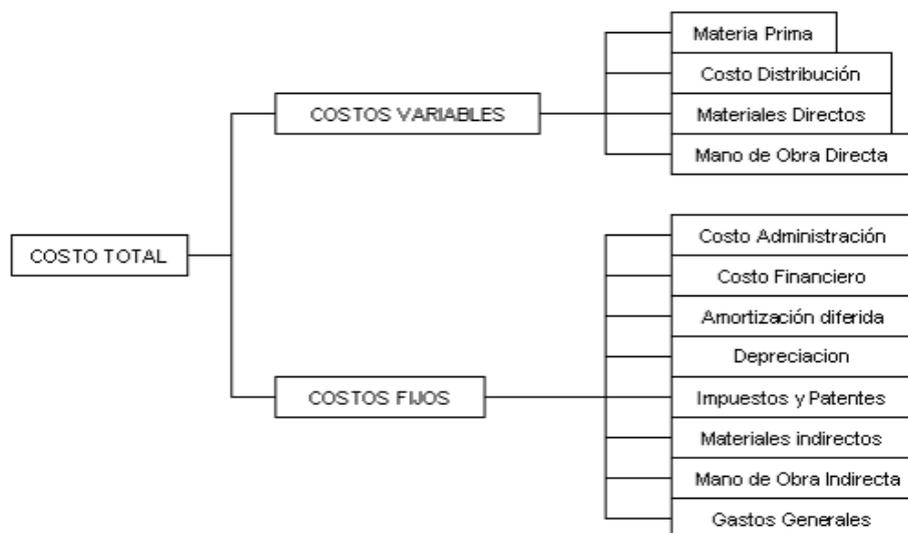
Clasificación de los costos:

Según su Forma de Fabricación



a) Según su Variabilidad

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



Costos Total de Producción

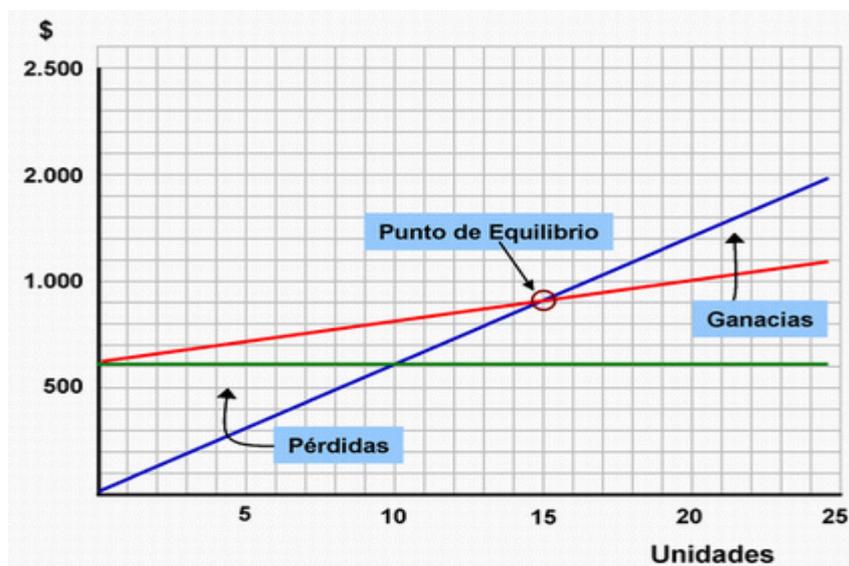
Es la producción como la creación de utilidad de la capacidad de un bien o servicio para satisfacer a la sociedad.

Ingresos

Son las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios

Punto de Equilibrio

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



Flujo de Caja

“Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.”²⁶

²⁶ BREALEY MYERS (2008). Principios de Finanzas Corporativas. Mc. Graw Hill.

Elementos del Flujo de Caja

El Flujo de Caja de cualquier Proyecto se compone de cuatro elementos básicos:

- a. “Los egresos iniciales de fondos.
- b. Los ingresos y egresos de operación.
- c. El momento en que ocurren estos ingresos y egresos.
- d. El valor de desecho o salvamento del Proyecto

Los egresos iniciales de fondos.- Corresponden al total de la Inversión inicial requerida para la puesta en marcha del Proyecto.

Los ingresos y egresos de operación.- Constituyen todos los Flujos de entradas y salidas reales de caja.

El momento en que ocurren estos ingresos y egresos.- Constituyen todos los Flujos de entradas y salidas reales de caja.

Estructura de un Flujo de Caja.

La construcción de los Flujos de Caja puede basarse en una estructura general que se aplica a cualquier finalidad del estudio de Proyectos. Para el Proyecto que busca medir la Rentabilidad de la Inversión el ordenamiento propuesto es el que se muestra en la tabla siguiente.

+	Ingresos afectados a Impuestos
-	Egresos afectados a Impuestos
-	Gastos no desembolsables
=	Utilidad antes de Impuesto
-	Impuesto
=	Utilidad después de Impuesto
+	Ajustes por gastos no desembolsables
-	Egresos no afectados a Impuestos
+	Beneficios no afectados a Impuestos
=	Flujo de Caja

Evaluación Financiera

El estudio que se está realizando sobre la evaluación económica del presente proyecto nos permitirá medir el impacto que consigo trae el mismo, sobre los indicadores de desarrollo para la sociedad en conjunto, indicando su aporte al bienestar económico social, generando empleo, determinando si se justifica la creación de este centro de producción, teniendo en cuenta los usos alternativos que puedan tener el uso de estos recursos.

Descripción de los costos de inversión del proyecto.

Para ello se contempla el análisis de los costos de inversión tanto fijos como intangibles, capital de trabajo y los costos de operación, que incluyen los costos de producción, costos administrativos y de ventas; así como los ingresos esperados por la venta del producto.

Criterios de evaluación:

VAN = Valor Actual Neto

TIR = Tasa Interna de Retorno (Rentabilidad)

R B/C = Relación Beneficio Costo

PR = Periodo de la Recuperación de la Inversión

ASENS = Análisis de Sensibilidad

Valor Actual Neto (VAN)

Conocido también como valor actualizado neto, el mismo que nos permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. Su metodología consiste en descontar al momento actual (es decir actualizar el valor a través de una tasa); todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si el **VAN** es mayor a uno se hace la inversión
- Si el **VAN** es menor a uno se rechaza la inversión
- Si el **VAN** es igual a uno es indiferente para la inversión

Fórmula Para Obtener El Van

$$VAN = \sum \frac{FNC}{(1+i)^n} - I$$

$$VAN = FNC (1+i)^{-n}$$

VAN = Valor actual neto.

FNC = Flujo Neto de Caja.

I = Tasa de Interés,

N = Número de periodos,

FA = Factor de actualización. Y su fórmula

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

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Llamado también tasa de rentabilidad es la tasa de interés, es decir el porcentaje que arroja el proyecto como margen de ganancia.

Para esto se toma en cuenta los siguientes criterios.

- a. si la TIR. Es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- b. Si la TIR. Es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.
- c. Si la TIR. Es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto

Si se agrega las expectativas de inflación las TIR, se modifica, pues si se evalúa un proyecto en función de la TIR surgen consideraciones que llevan a tratar la tasa nominal y el interés real.

Su fórmula es:

$$TIR = TASA MENOR + DIFERENCIA DE TASA \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

Relación Beneficio Costo

El termino relación beneficio costo, expresa la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido se obtendrá ganancias, a esto se lo relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirían durante el periodo del proyecto.

Determina cuáles elementos son benéficos y cuales son costos, en general los beneficios son ventajas expresadas en términos financieros que recibe el propietario, en tanto los costos son los gastos anticipados de construcción, operación. Mantenimiento.

Su fórmula es:

$$R (B/C). = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado.}}$$

Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad presentan mayor incertidumbre en los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo realiza tomando como parámetros un aumento en los costos y una disminución en los ingresos.

Puesto que el análisis de sensibilidad es un estudio que permite ver de qué manera se alterara la decisión económica se varían algunos factores.

Aspectos a considerarse:

1. Cuando el coeficiente resultante es mayor que 1 el proyecto es sensible a esos cambios
2. Cuando el coeficiente resultante es igual no se ve efecto alguno,
3. Cuando el coeficiente resultante es menor a 1 el proyecto no es sensible.

Su fórmula es:

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

Para construir el análisis de sensibilidad se requiere tomar en cuenta lo siguiente,

- Conocer la tasa interna de retomo del proyecto.
- Establecer los nuevos flujos netos de caja,
- Determinar las nuevas tasas internas de retorno
- Para luego establecer la sensibilidad

Fórmulas utilizadas para obtener el análisis de sensibilidad.

(VAN menor)

$$- \quad \text{NTIR} = \text{TM} + \text{DT} \quad \text{-----}$$

(VAN menor + Valor Actual)

$$- \quad \text{DIFERENCIA TIR} = \text{Tir Proy} + \text{Nueva Tir}$$

Porcentaje de variación

$$- \quad \% \text{ VARIACIÓN} = (\text{Dif Tir} / \text{Tir Proy}) * 100$$

SENSIBILIDAD

$$- \quad \text{SENSIBILIDAD} = \% \text{ VARIACIÓN} / \text{NUEVA TIR}$$

e MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo del presente estudio investigativo, se hizo uso de los siguientes materiales

Materiales

A continuación se describen los materiales utilizados en el desarrollo de la presente tesis:

- **Materiales de Oficina:** Papel Bond, Carpetas, esfero, lápiz, borrador, resaltador.
- **Equipo de Oficina:** Calculadora, Perforadora, Computadora, Impresora, Internet.
- **Material Bibliográfico:** Libros, Revistas Publicaciones y Prensa.

Métodos

- **Método Deductivo.-** Que determina la relación causa efecto en el proceso de negociación y comercialización.
- **Método Descriptivo.-** La intervención tradicional de la deducción de un razonamiento que va de lo universal a lo particular. En este trabajo se determinó el método deductivo en el estudio de los referentes teóricos para su posterior aplicación en el proyecto de producción.
- **Métodos Analítico.-** Analiza los efectos en sus causas, que participa de manera particular en el razonamiento donde termina en las causas generales. Ya que este trabajo investigativo se lo realizo analíticamente porque estudio cada parte del proyecto de producción.

- **Método Descriptivo:** Se utilizó en la descripción de los hechos y fenómenos actuales, este método se sitúa en el presente, a la observación de los hechos, ha de acompañar el análisis y la interpretación imparcial de los mismos.

En la investigación para describir las actividades que intervienen en el estudio de factibilidad para la creación de la empresa de pulpa de sábila.

- **Investigación Bibliográfica.-** Permitió una amplia conceptualización de los temas a tratar y de esta forma obtener conclusiones validas, para el desarrollo del tema.
- **Investigación de Campo.-** Se realizó en el momento que se inspeccionó los locales comerciales y las tiendas, también acudiendo a los domicilios de las familias Ambato en el momento de las encuestas durante el estudio de mercado.

Técnicas

La recopilación de la información se lo efectuó mediante las siguientes Técnicas:

Encuestas.- Son realizadas mediante cuestionarios escritos con preguntas para encuestar a los habitantes de la ciudad de Ambato.

De esta manera se aplicaran las encuestas a la población económicamente activa.

Población y Muestra

Población

El mercado escogido para este estudio de factibilidad es la ciudad de Ambato, la misma que tiene una población total de 329856 habitantes según el censo 2010, con una tasa de incremento poblacional del 1.50% anual.

Este proyecto de factibilidad está dirigido a la población económicamente activa de la ciudad de Ambato. Que comprende una población de 126896 habitantes dedicados en su mayoría al comercio en general.

CENSO POBLACIONAL INEC 2010

Cuadro 1

ECUADOR	CIUDAD DE AMBATO	SEXO	POBLACION ECONOMICA ACTIVA DE LA CIUDAD DE AMBATO
14.483.499	159.830	HOMBRES	126.896
	170.026	MUJERES	
	329856		

Fuente: Censo Poblacional INEC 2010

Proyección de la Población Económica Activa

La población económica activa al ser considerada como una variable con el transcurso del tiempo está propensa a sufrir cambios bajo un estudio de variación lineal de manera igual en el tiempo. El siguiente estudio nos permitirá realizar planes de contingencia y tomar decisiones financieras.

En este caso se realizará una proyección de la población económica activa que abarca desde el censo poblacional de 2010 hasta el presente año 2014 con la aplicación de la siguiente fórmula financiera:

$$C_n = C_0 (1+i)^n$$

C_n = Demanda proyectada

C_0 = Población económica activa Ciudad de Ambato 2010

(126896 personas)

i = Tasa de crecimiento de la población **(1.50% anual según**

Datos del INEC)

N = número de años **(4 años)**

Desarrollo

$$C_0 = 126896 (1+0,0150)^0 = 126896$$

$$C_1 = 126896 (1+0,0150)^1 = 128799$$

$$C_2 = 126896 (1+0,0150)^2 = 130731$$

$$C_3 = 126896 (1+0,0150)^3 = 132692$$

$$C_4 = 126896 (1+0.0150)^4 = 134682$$

Proyección de población económica activa de la Ciudad de Ambato

Periodo 2010 - 2014

Cuadro 2

	AÑO	DEMANDA PROYECTADA
0	2010	126896
1	2011	128799
2	2012	130731
3	2013	132692
4	2014	134682

Elaboración: Gladys Bayas

El resultado de la demanda proyectada al año 2014 con un crecimiento del 1.50% de la población económica activa está representada por un

total de **134682 habitantes** con un incremento de **7786** personas desde el año 2010 hasta el 2014.

$$\text{Número de Familias} = \frac{\text{Población}}{\text{Número de personas por Familia}}$$

$$\text{Número de Familias} = \frac{134682}{4} = 33670$$

Determinación del tamaño de la muestra

Se utilizará el método gráfico, y el tamaño de la muestra a nivel de factibilidad será el siguiente:

Descripción	Pulpa de Sábila
Población objetivo	Habitantes activos de la Ciudad de Ambato Población económica activa (126896.habitantes)
Alcance	Ciudad de Ambato (personas)
Tamaño	399 Encuestas
Margen de error	5%

Fuente: INEC. Censo 2010

Elaboración: Gladys Bayas

Formula

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

Leyenda:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos del universo.

e = Margen de error permitido 5%.

Aplicación de Formula

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

$$n = \frac{134682}{(0.05)^2(134682-1)+1}$$

$$n = \frac{1345682}{0.0025(134681)+1}$$

$$n = \frac{134682}{337.7025}$$

$n = 399$ Encuestas.

Distribución de la muestra

Cuadro 3

ENCUESTAS	CANTIDAD
Atocha	40
Celia no Monge	30
Ficoa	25
Huachi Chico	60
Huachi Loreto	60
La Matriz	80
La Merced	38
La Península	25
Pishilata	22
San Francisco	19
Total	399

Elaborado: Autora

f RESULTADOS

ENCUESTAS PARA DETERMINAR LA DEMANDA

PREGUNTA Nº 1

¿Conoce usted la Sábila?

Cuadro 4

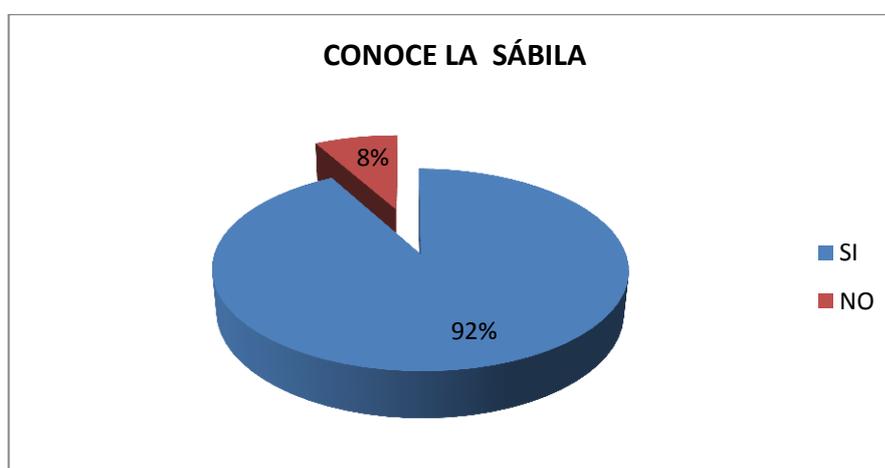
CONOCE LA SÁBILA

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	366	92%
No	33	8%
TOTAL	399	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaboración: Autora

Gráfica 1



Interpretación

De acuerdo a la investigación realizada observamos que el 92% de los encuestados conocen la sábila y el 8% que no conocen la Sábila. Por lo tanto dato importante para la creación del proyecto de producción de sábila.

PREGUNTA 2

¿Conoce los beneficios nutritivos y medicinales de la pulpa de sábila?

Cuadro 5

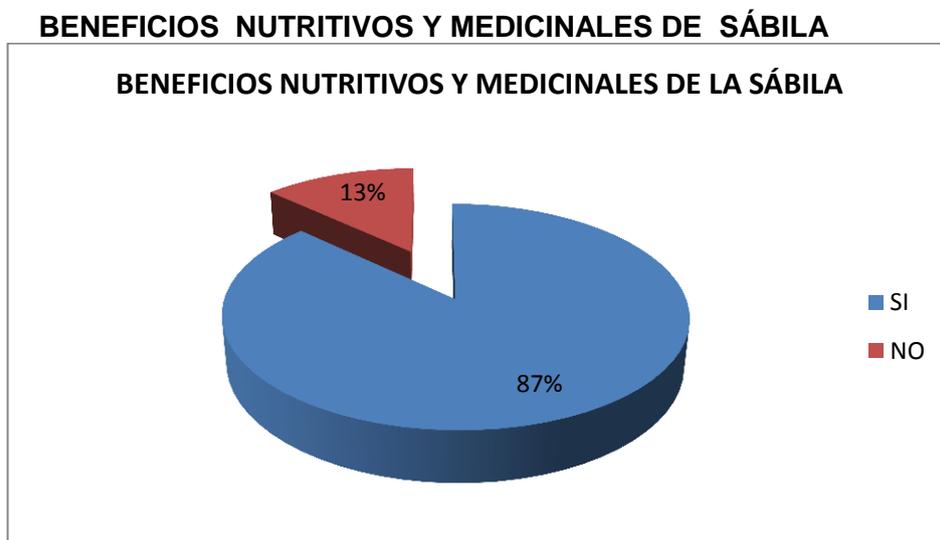
BENEFICIOS NUTRITIVOS Y MEDICINALES DE SÁBILA

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	295	87%
No	43	13%
TOTAL	338	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 2



Interpretación

De acuerdo a la investigación realizada observamos que el 87% de los encuestados dijeron que si conocen beneficios de la sábila; mientras que el 13%, afirman que no conocen los beneficios de la sábila.

PREGUNTA 3

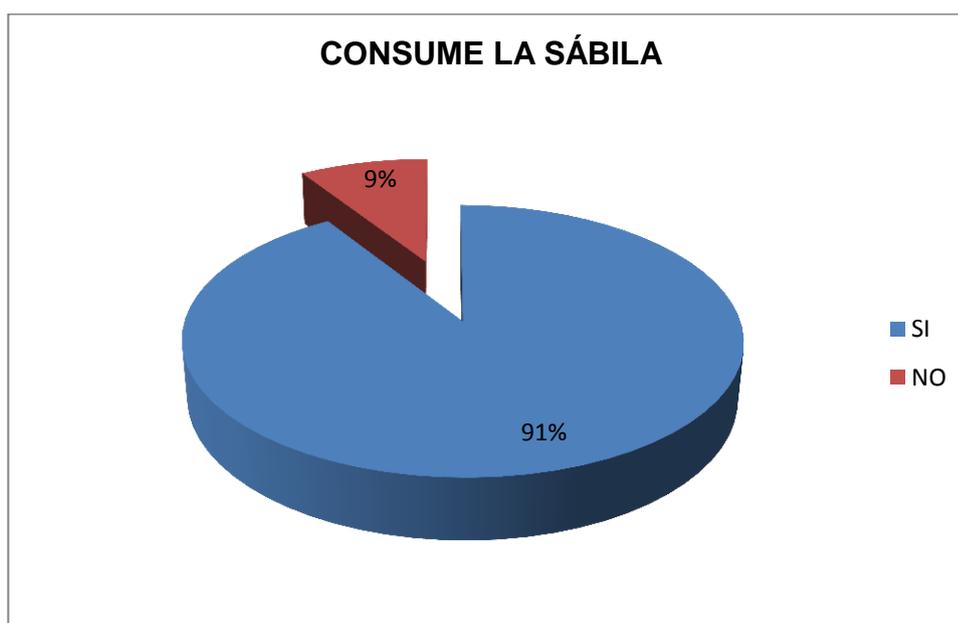
¿Consume usted la sábila?

Cuadro 6**CONSUME LA SÁBILA**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	364	91
NO	35	9
TOTAL	399	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Grafica 3**Interpretación**

De acuerdo a los 399 encuestados el 91% de los encuestados consumen la sábila el 9% que no consume productos a base de sábila. Por lo tanto el consumo de productos a base de sábila es alto para la producción de la sábila.

PREGUNTA 4

¿Por qué prefiere sábila?

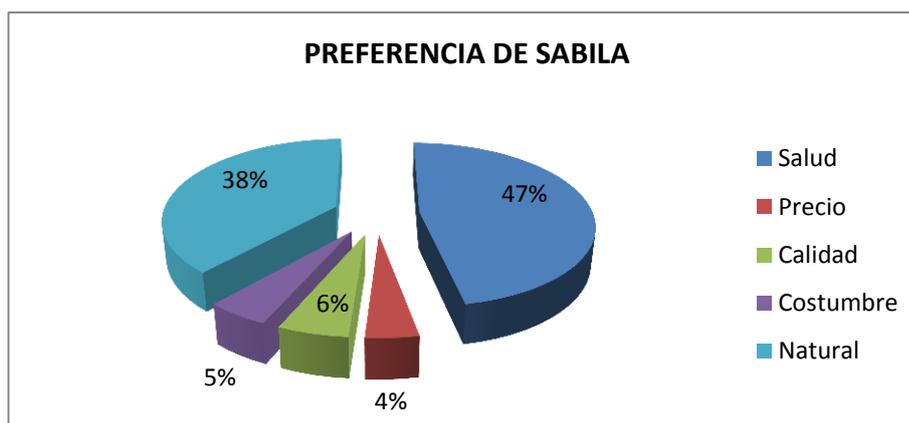
Cuadro 7
PREFERENCIA DE SÁBILA

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Salud	171	47%
Precio	15	4%
Calidad	20	5%
Costumbre	18	5%
Natural	140	38%
TOTAL	364	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 4

**Interpretación**

De acuerdo a la investigación realizada observamos que el 47% de encuestados mencionan que sus clientes prefieren la sábila por salud; el 4% de encuestados dijeron que sus clientes prefieren por el precio; el 6% de encuestados prefieren por calidad; el 5% prefieren sábila por costumbre de tomarla o utilizarla a diario; y el 38% restante dijeron que prefieren el producto por ser natural. Por lo tanto la preferencia de sábila es por salud.

PREGUNTA 5

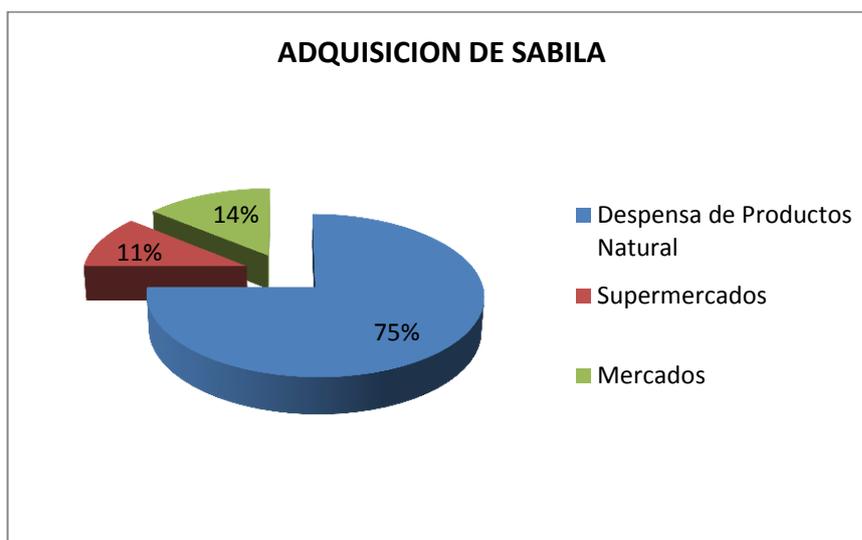
¿Dónde adquiere la sábila para su consumo o el de su familia?

Cuadro 8**ADQUISICION DE SÁBILA**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Despensa de Productos Naturales	273	75%
Supermercados	40	11%
Mercados	51	14%
TOTAL	364	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 5**Interpretación**

Según el gráfico nos indica que el 75% respondieron que adquieren sábila en Despensa de productos Naturales. Mientras que el 11% informaron que Adquieren en Supermercado y el 14% adquieren en Mercados. Por lo tanto de acuerdo a este resultado adquieren en Despensa de Productos Naturales.

PREGUNTA 6

¿Cuánto gasta en sábila al mes?

Cuadro 9

GASTO EN SÁBILA		
DETALLE	FRECUENCIA	PORCETAJE
\$ 1,00 - 5,00	263	72%
\$ 5,01 - 10,00	38	10%
\$ 10,01 - 15,00	26	7%
\$ 15,01 - 20,00	25	7%
\$20,01 - 25,00	12	3%
TOTAL	364	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 6**Interpretación**

Como se puede observar que el 72%, gastan de 1,00 a 5,00, de 5.01-10 está representado por el 11%, 10,01-15,00 gasta el 7% el 7% gasta 15,01-20,00 y el 3% gasta en sábila 20,01-25,00. Por lo tanto el 72% gasta en sábila de 1,00 a 5,00 dólares.

PREGUNTA 7

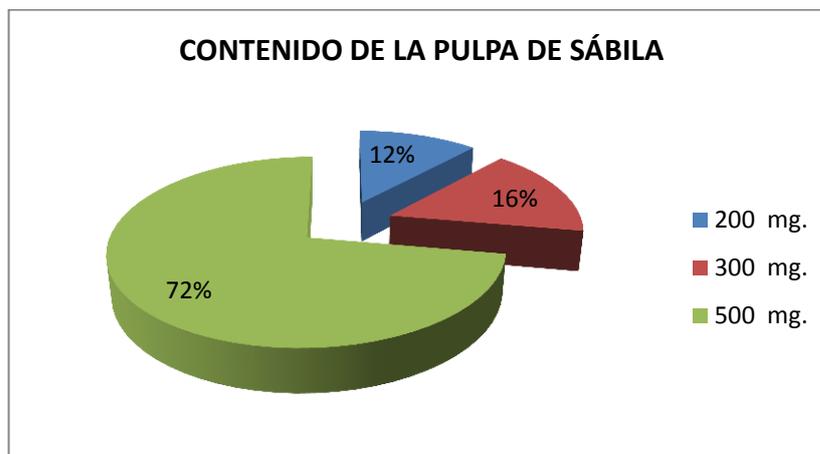
¿En qué cantidad (contenido neto) le gustaría que contenga el envase de la pulpa de sábila?

Cuadro 10

CONTENIDO DEL ENVASE DE LA PULPA DE SÁBILA		
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
200 mg.	43	12%
300 mg.	58	16%
500 mg.	263	72%
TOTAL	364	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 6**Interpretación**

La gráfica indica que el 72% se inclina por el envase que contiene 500 mg, mientras que por el envase de 300 mg. el 16% preferiría en ese contenido; y el 12% restante se inclina por el de 200 mg. Por lo tanto el envase de mayor contenido es de 500mg, dato importante al momento de elaborar y envasar el producto.

PREGUNTA 8

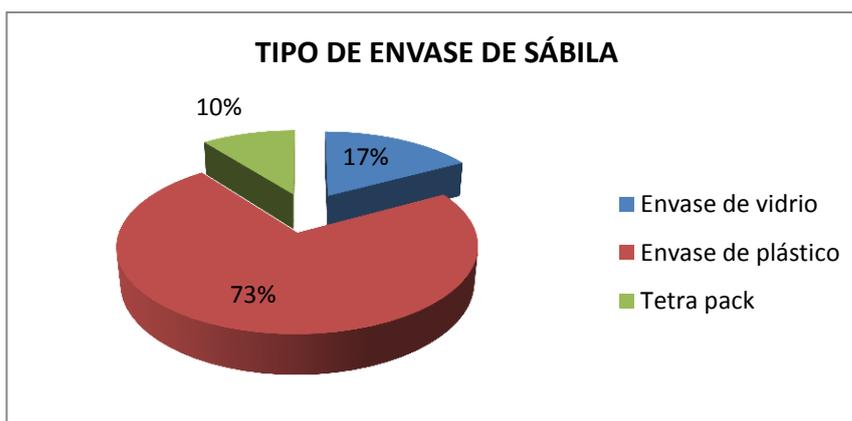
¿En qué tipo de envase le gusta que se presente la pulpa de sábila?

Cuadro 11**TIPO DE ENVASE DE PULPA DE SÁBILA**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Envase de vidrio	62	17%
Envase de plástico	264	73%
Tetra pack	38	10%
TOTAL	364	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 8**Interpretación**

Como observamos en el cuadro anterior los encuestados prefieren el envase de vidrio representando el 17%; el 73% prefieren el envase de plásticos y el 10% corresponde a personas que prefieren el envase en tetra pack. Por lo tanto el envase de mayor aceptación será el envase de plástico, dato importante que será tomado en cuenta al elaborar la pulpa de sábila.

PREGUNTA 9

¿Existe en la ciudad una empresa de producción y comercialización de la pulpa de sábila?

Cuadro 12

EXISTENCIA EMPRESAS DE PULPA DE SÁBILA EN LA CIUDAD		
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	69	19%
NO	295	81%
TOTAL	364	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 9**Interpretación**

Como observamos en el gráfico anterior el 81% de los encuestados mencionaron que no existe una empresa productora y procesadora de sábila y sus derivados, dando una ventaja competitiva Muy alta; mientras que el 19% menciona conocer empresas dentro de la ciudad que producen y comercializan el producto.

PREGUNTA 10

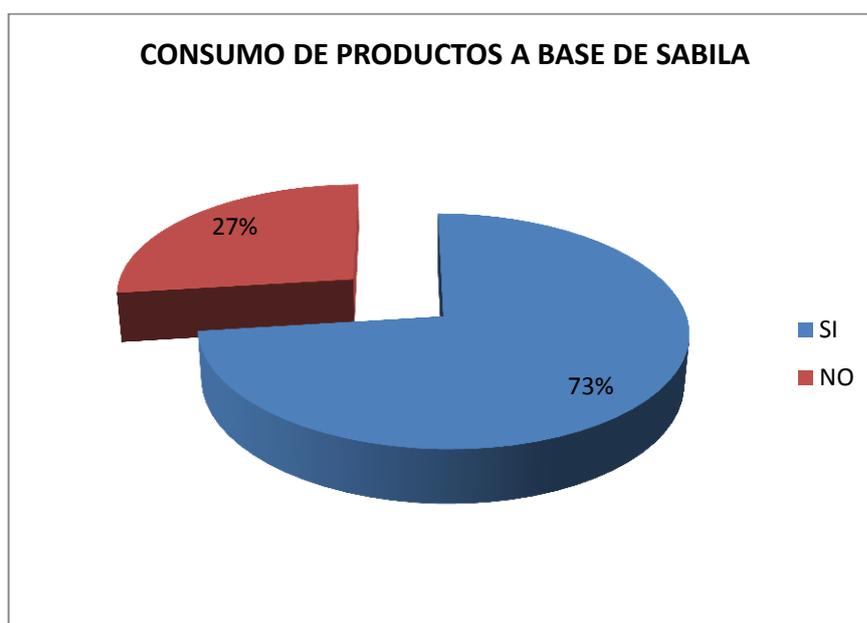
¿Consume productos a base de sábila?

Cuadro 13

CONSUMO DE PRODUCTOS A BASE DE SÁBILA		
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	264	73%
NO	100	27%
TOTAL	364	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 10**Análisis de Interpretación**

Realizando el análisis respectivo se observa que el 73% de encuestados consume productos a base de sábila y el 27% que no lo consumen. Por lo tanto es un dato importante para el consumo de sábila a elaborarse.

PREGUNTA 11

¿Si se creara una empresa que produzca la pulpa de sábila usted compraría?

Cuadro 14**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PULPA DE SÁBILA**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	262	99%
NO	2	1%
TOTAL	264	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 11**Análisis de Interpretación**

El gráfico presente es muy importante ya que podemos visualizar la cantidad de encuestados que están dispuestos a adquirir el producto, siendo así el 99% manifestaron que si comprarían el producto, con la implementación de la empresa; mientras que el 1% de las personas informaron que no lo compraría por cuanto desconocen el producto. Por lo tanto se puede determinar que es considerable la implementación de la empresa de pulpa de sábila.

PREGUNTA 12

¿Con que frecuencia consumiría la pulpa de sábila?

Cuadro 15
FRECUENCIA DE CONSUMO

DETALLE	FRECUENCIA	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO POR FAMILIA	PORCENTAJE
Diario	218	220	40	3	83%
Semanal	26	104			10%
Mensual	18	540			7%
TOTAL	262	864	40	3	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 12

**Interpretación**

En el cuadro N° 15, 220 manifestaron que el consumo de mayor frecuencia es diario, lo que corresponde al 83%, 26 contestaron que consumirían semanal, que representa el 10% y 18 de ellos respondieron que consumen mensual que representa el 7%. El consumo de la pulpa de sábila se consumirá de forma diaria y considerable. Se puede determinar que el consumo mensual de los 262 encuestado es de 864 envases.

Calculo de consumo promedio anual:

Promedio = $864 \cdot 12 / 110 = 40$

Promedio = 40 anual / 12 meses = 3 envases por familia

PREGUNTA 13

¿Cuánto pagaría usted, por la pulpa de sábila? (dólares).

Cuadro 16

PRECIO QUE PAGARIA POR LA PULPA DE SÁBILA

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1,50 – 2,50	238	66%
2,00 – 2,50	84	23%
3,00 – 3,50	40	11%
TOTAL	362	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 13



Interpretación

Respecto al análisis del presente cuadro, el 66% compraría de 1,00 a 1,50; el 23% gastarían de 2,00 a 2,50; 11% lo prefiere por el precio de 3,00-3,50. Por lo tanto el precio de mayor aceptación es de 1,00-1,50 dólares dato importante para poner el precio de la pulpa de sábila.

PREGUNTA 14

¿A través de qué medios de comunicación prefiere que se diera a conocer este producto?

Cuadro 17
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	180	69%
Prensa	20	8%
Hojas Volantes	20	8%
Televisión	42	16%
TOTAL	262	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 14

**Análisis e Interpretación**

Mediante el análisis del gráfico las personas prefieren como medio de publicidad para ofertar el producto: la radio en un 69%; la prensa escrita representada por el 7%; por hojas volantes un 8%; y por televisión un 16%. Por lo tanto la fuente de información interesante es la radio ya que personas que están trabajando pueden escuchar la publicidad y enterarse del producto.

PREGUNTA 15

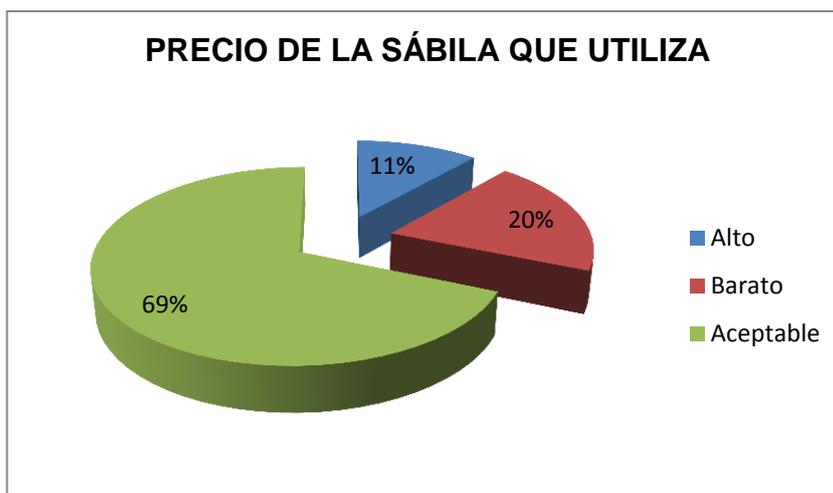
El precio de la sábila que utiliza es?

Cuadro 18**PRECION DE SÁBILA QUE UTILIZA**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	30	11%
Barato	52	20%
Aceptable	180	69%
TOTAL	262	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Grafica 15**Análisis e Interpretación**

De acuerdo al precio de la sábila utilizada de 262 personas, el 11% es el precio alto, el 20% es barato y el 69% es precio de la sábila aceptable. Por lo tanto el precio es aceptable de este producto, se tomara en cuenta para la nueva pulpa de sábila.

PARA DETERMINAR LA OFERTA.

En base a una investigación se campo se logró conocer los negocios y distribuidores que ofertan el producto a nivel local

Lista de establecimientos que expenden (comercian) el aloe vera (gel de sábila) en la ciudad de Ambato.

LISTA DE OFERENTES DEL GEL DE SABILA

Nº	DESCRIPCION	DIRECCION
1	Josbend Natural's	Av. Atahualpa y Quis - Quis
2	Distribuidora "Mora e Hijos" Venta de Medicina Natural	Sector Proa
3	Center Medical Natural	Local 1: Av. Cevallos y Montalvo.
4	Center Medical Natural Productos originales y Garantizados.	Local 2: Juan benigno Vela y Mera.
5	"Nueva Vida" Centro Naturista de Productos Naturales	Calle 12 de Noviembre entre Mera y Montalvo
6	"Fundación Naturilly Center" Productos Nutricionales	Juan benigno Vela y Espejo frente al Mercado Central.
7	Distribuidora "El Polen" Jampina Wasi	Juan benigno Vela y Quito
8	Distribuidora Centro Integral de Medicina Natural	Juan B. Vela y Olmedo COD: 90515216
9	Centro Medici Centro Integral de Medicina Natural	Calle 12 de noviembre y Abdón Calderón
10	Centro Natural de "Bebidas Medicinales Andina"	Calle 12 de Noviembre y Pasaje Garcés.
11	"Productos Vijeán del Ecuador" Medicina Natural Ancestral	Calle: 12 de Noviembre entre Castillo y Montalvo
12	Centro de terapias Alternativas "OREB" Bienestar total para el mejoramiento de su salud.	Calle Juan Montalvo y Olmedo

ENCUESTAS PARA DETERMINAR LA OFERTA

PREGUNTA 1

¿En la cadena de comercialización de sábila usted es?

Cuadro 19

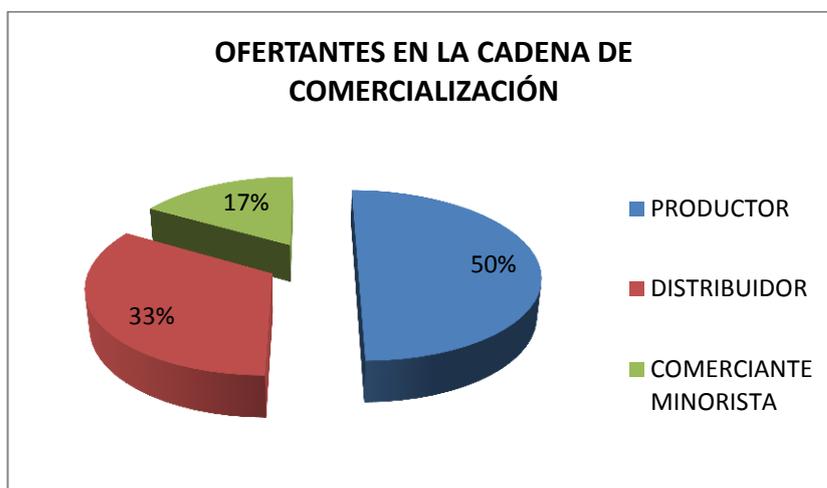
OFERTANTES EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRODUCTOR	6	50%
DISTRIBUIDOR	4	33%
COMERCIANTE MINORISTA	2	17%
TOTAL	12	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 16



Análisis de Interpretación

Se puede observar que del total de encuestados; el 33% se dedica a distribuir el producto, un 17% es comerciante minorista del producto en base a sábila y un 50% son productores de productos de sábila. Por lo tanto dato importante para la producción de la pulpa de sábila.

PREGUNTA Nº 2

¿En qué tipo de presentación vende más los productos de sábila?

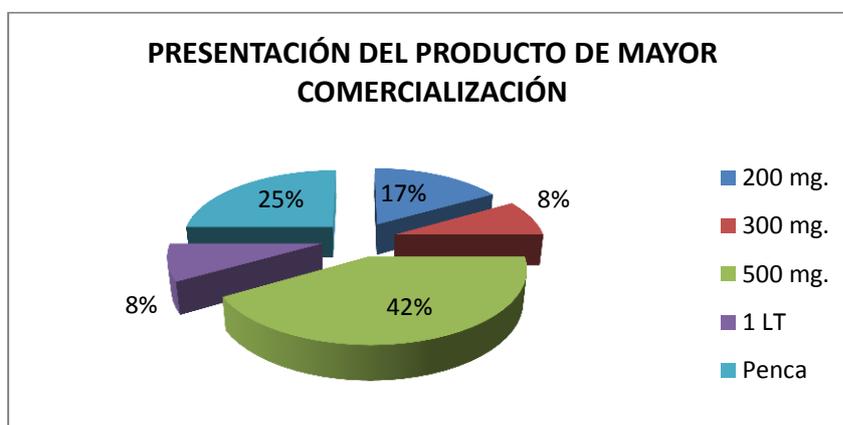
Cuadro 20
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO QUE VENDEN

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
200 mg.	2	17%
300 mg.	1	8%
500 mg.	5	42%
1 LT	1	8%
Penca	3	25%
TOTAL	12	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 17

**Interpretación**

Según el estudio de campo, el producto de mayor comercialización de sábila son las presentaciones de 500 mg. representado por el 42% y 1 lt., con el 8% cada uno. Un 25% vende la penca de sábila, un 8% vende más sus productos en presentaciones de 300 mg., y el 17% que vende en presentación de 200 mg. Por lo que se llega a la conclusión de que la presentación de mayor demanda y consumo son los productos de 500mg.

PREGUNTA 3

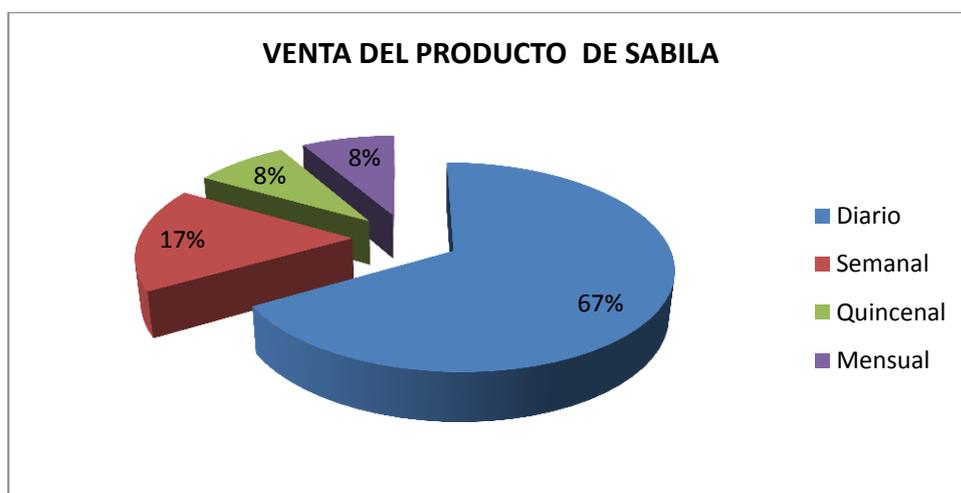
¿Con que frecuencia distribuye o vende el producto de sábila?

Cuadro 21**FRECUENCIA DE DISTRIBUCIÓN DE SÁBILA**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Diario	8	67%
Semanal	2	17%
Quincenal	1	8%
Mensual	1	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 18**Interpretación**

La frecuencia con que se vende el producto según el estudio de campo es; diario con el 67% de afirmaciones, semanal un 17% que vende el producto de sábila, quincenal el 8% y mensual el 8% cada uno en ventas del producto. Por lo tanto el producto de alta rotación y consumo es diario.

PREGUNTA 4

¿Qué cantidad de sábila vende mensualmente?

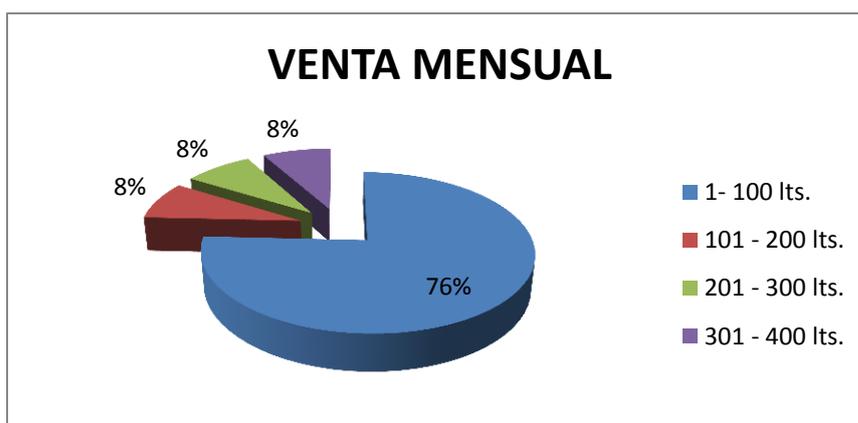
Cuadro 22
CANTIDAD DE VENTA MENSUAL

CANTIDAD	Xm	FRECUENCIA	Xm.F	PORCENTAJE
1- 100	51	9	454,5	75%
101 - 200	151	1	151	8%
201 - 300	251	1	251	8%
301 - mas	301	1	301	8%
TOTAL	753	12	1157	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Gráfica 19

**Interpretación**

Según el estudio de campo; el 76% vende de 1 a 100 litros de sábila mensualmente, un 8% vende mensual de 101 a 200 litros de sábila, un 8% venden de 201 a 300 litros mensuales, un 8% de 301 a 400 litros de venta mensual y un 8% vende más de 400 litros de sábila al mes. Al realizar los cálculos correspondientes para determinar la venta promedio tenemos:

$$\text{Promedio} = \frac{\sum X_m.F}{n}$$

Promedio = 1157,00/12 establecimientos.

Promedio = 96 envases mensual

Con ello se tiene que el consumo promedio mensual es de 96 envases en cada uno de los establecimientos de la ciudad de Ambato, si lo multiplicamos por los 12 establecimientos se obtiene 1157 envases mensuales *12 meses = 13884 envases de sábila.

PREGUNTA 5

¿A qué precio vende usted la sábila en presentación de 500 mg?

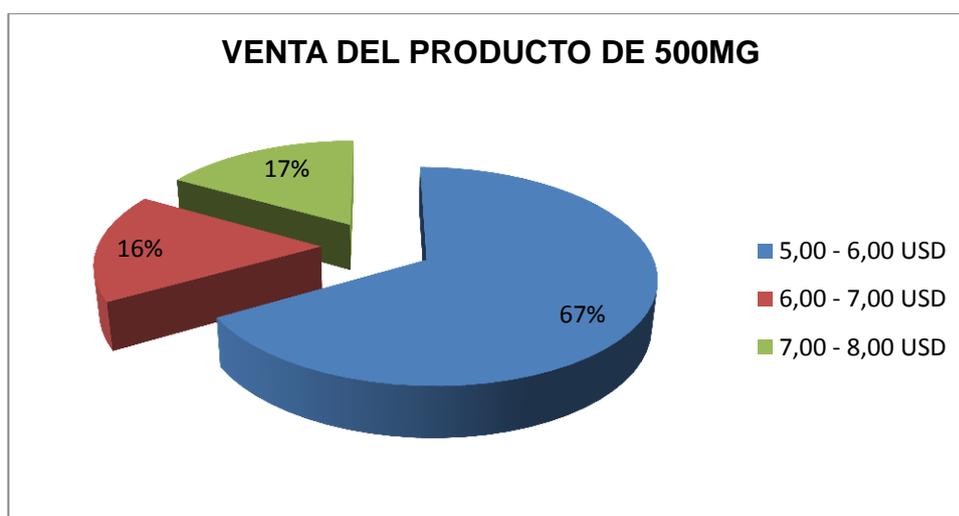
Cuadro 23
VENTA DEL PRODUCTO DE 500 mg.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 - 6	8	67%
6 - 7	2	17%
7 - 8	2	17%
TOTAL	12	100%

Fuente: Familias de la Ciudad de Ambato

Elaborado por: Autora

Grafica 20



Interpretación

Se puede observar en tabla y gráfica, que el 67% puede ofrecer el producto de sábila al mercado, a un precio entre \$5 y \$6 usd, mientras que 57% mantiene costos de venta entre \$6 y \$7 usd, el 17% compra de \$7,00-8,88 usd. Por lo tanto es un dato importante que se tomara en cuenta para la pulpa de sábila a elaborarse.

g DISCUSIÓN

Estudio de Mercado

El estudio de mercado proporciona información sobre la demanda, oferta y los canales de comercialización de la pulpa de sábila, ya que es nativo de la nueva unidad productiva, para la población en estudio.

Objetivo del Estudio de Mercado

El objetivo del estudio de mercado para la producción y comercialización de la pulpa de sábila, es establecer en qué condiciones va a llegar el producto al consumidor final y también con bases técnicas, determinar las posibilidades de instalar la empresa que ofrezca al consumidor el producto con características saludables.

Estudio de la Demanda

Nos permite conocer a los demandantes de la pulpa de sábila y tiene como finalidad determinar la cantidad o volumen de la demanda en un tiempo determinado.

Demanda Potencial.- Es toda la población de estudio segmentada. Se proyectará para 5 años.

Proyección de la Población de la Ciudad de Ambato al 2014, aplicando la siguiente fórmula: (población * tasa crecimiento proyectada 2010 al 2014)

$$\text{Formula: } C_n = C_o (1+i)^n = C_o (1+0.0150)^4$$

Cuadro 25

POBLACIÓN INEC 2010	TASA DE CRECIMIENTO	PROYECCIÓN POBLACIÓN 2014	INTEGRANTES POR FAMILIA	TOTAL DE FAMILIAS
126.896,00	1,50%	134.682	4	33.670

Elaborado por: Autora

Fuente: INEC. Censo 2010

Determinación de la Demanda Potencial: Para la determinación de la demanda potencial se tomó el resultado del porcentaje extraído de las encuestas aplicadas a los habitantes de la Ciudad de Ambato, se proyecta hasta el año 2018.

Cuadro 26

Nº	Años	Población	Porcentaje	Demanda Potencial de Estudio
0	2013	33.670	91%	30.714
1	2014	34.175		31.174
2	2015	34.687		31.641
3	2016	35.207		32.116
4	2017	35.735		32.597
5	2018	36.271		33.086

Fuente: INEC-Censo 2010 y cuadro 6

Elaborado por: Autora

Demanda Real.- Es toda la población segmentada que consume o adquiere la pulpa de sábila.

Cuadro 27

Nº	Años	Demanda Potencial de Estudio	Porcentaje	Demanda Real
0	2013	30.714	73%	22.274
1	2014	31.174		22.608
2	2015	31.641		22.946
3	2016	32.116		23.290
4	2017	32.597		23.640
5	2018	33.086		23.994

Fuente: Cuadro 11 y Cuadro 13

Elaborado por: Autora

Consumo Per-Cápita.- Comprende la cantidad de producto que va a consumir anualmente.

Cuadro 28

Nº	Años	Demanda Real	Consumo Mensual	Consumo Promedio	Consumo de Sábila
0	2013	21.832			851.448
1	2014	22.608			881.712
2	2015	22.946	864	39	894.894
3	2016	23.291			908.349
4	2017	23.640			921.960
5	2018	23.995			935.805

Fuente: Cuadro 26 y Cuadro 15

Elaborado por: Autora

Demanda Efectiva.- Consiste en la cantidad que van a consumir los consumidores desean y pueden adquirir a un precio dado en un momento determinado.

Cuadro 29

Nº	Años	Demanda Real	Porcentaje	Demanda Efectiva
0	2013	851.448		776.861
1	2014	881.712		875.011
2	2015	894.894	99%	888.093
3	2016	908.349		901.446
4	2017	921.960		914.953
5	2018	935.805		928.693

Fuente: Cuadro 26 y Cuadro 14

Elaborado por: Autora

Estudio de la Oferta

En la ciudad de Ambato, se ha identificado alrededor de 12 proveedores de sábila, tanto en productos elaborados como en pencas o plantas de sábila; todos estos proveedores que se consideran la competencia

directa del proyecto serán analizados y sintetizados en el siguiente estudio de oferta.

Comportamiento

Para consultar a los oferentes de acuerdo a lo establecido en la metodología, se ha estructurado encuestas dirigidas a estos 12 ofertantes del producto en base a sábila; para aquello se seguirá el mismo procedimiento que para la demanda, en donde los datos recogidos en campo son organizados, presentados, analizados e interpretados conforme se los indica a continuación:

Oferta Proyectada

Cuadro 30

Comercializadora	Porcentaje de mayores proveedores de sábila	Mayores proveedores que venden el producto	Promedio de Unidades Vendidas/mes (litros)	Unidades Vendidas/Año (litros)	Oferta unidades/Año
12	75%	9	1157	10413	93717

Fuente: Cuadro 22

Elaborado por: Autora

Cuadro 31

AÑOS	OFERTA (4,8) * TASA DE CRECIMIENTO
0	93.717
1	98.215
2	102.930
3	107.870
4	113.048
5	118.474

Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuadro 26

Elaborado por: Autora

Determinación Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es la que no se ha logrado atender las necesidades requeridas por los consumidores.

Se menciona que la mayoría de las familias consumidoras están dispuestos a adquirir nuestro producto por la razón de ser una Empresa Ambateña que aporta al crecimiento y desarrollo de la industria en la Ciudad; de igual manera la producción de la pulpa de sábila de esta nueva Empresa será ofertada en presentaciones de 500ml con sus respectivas instrucciones de consumo para toda las edades a precios considerables con el fin de motivar el consumo de este producto.

En el siguiente cuadro se puede observar la diferencia entre la oferta y la demanda efectiva que da como resultado la demanda insatisfecha.

Cuadro 32

Años	D. Efectiva	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	776.861	93.717	683.144
1	875.011	98.215	776.796
2	888.093	102.930	785.163
3	901.446	107.870	793.576
4	914.953	113.048	801.905
5	928.693	118.474	810.219

Fuente: Cuadro 29 y Cuadro 31

Elaborado por: Autora

Estrategia de Mercado

Para la comercialización de la pulpa de sábila, es necesario considerar varios aspectos, de manera que permita al productor hacer llegar bien el producto al consumidor con los beneficios requeridos.

Para mayor comprensión de lo expuesto, se planteará la forma como se va hacer llegar el producto a los consumidores y expendedores tomando en cuenta los elementos de comercialización.

- **Producto**

El producto a elaborarse será de alta calidad, procesado higiénicamente, un producto 100% natural, en envase de vidrio de 500 mg, que satisfaga las necesidades de los consumidores cubriendo todas las satisfacciones que busca el cliente.

Las características de la pulpa de sábila son:

- Extracto de las mejores hojas de la planta de sábila
- Consta con registro sanitario
- Tiene total duración de un año calendario refrigerada o al ambiente
- Forma: líquida
- Color: El color de la pulpa de sábila es transparente, es el resultado de la extracción de la hoja.

El nombre del producto pulpa de sábila natural, con un logotipo que se diferenciará de la competencia, el mismo que será: **VITALSAB**

- **Logotipo:**

En la etiqueta se registrará: marca, ingredientes, lugar y dirección de producción, registro sanitario, cantidad en mililitros, precio y valor unitario.

El embalaje constará de una funda plástica, para 12 unidades el mismo que estará diseñada con el logotipo del envase.

El logotipo que utilizará la empresa estará diseñado de la siguiente manera:

Logotipo de la Empresa:



Logotipo del Producto:



Estos logotipos son una propuesta tentativa a aplicar en el proyecto, se ha revisado en algunas instituciones para que su nombre no se repita, y pueda ser aplicable tanto a la empresa como al producto.

- **Slogan**

Siendo la pulpa de sábila natural se busca una frase que represente acción, movimiento, vida, actitud, virtud, eficacia. Principalmente lo que se busca es resaltar los atributos de la sábila, revelando que tiene más características para la salud.

“La vitalidad de la sábila”

- **Precio**

El análisis del precio es fundamental en la comercialización, ya que de esta dependerá la rentabilidad del proyecto. Para la determinación del precio se tomará en cuenta tanto los costos de producción, la referencia del cliente y de la competencia, el cual nos permita competir en el mercado actual.

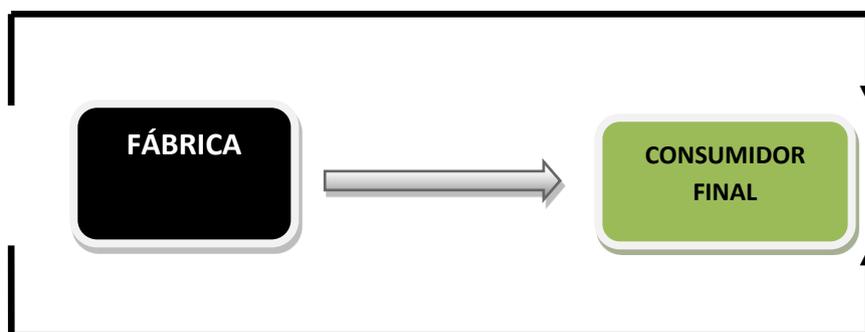
- **Plaza**

La pulpa de sábila Natural, llegará al consumidor de una forma adecuada con la finalidad de satisfacer las necesidades de los habitantes, y la participación activa en la venta de los distribuidores (mercados, despensa de productos naturales, Spa y belleza, expendio de aguas naturales.),

Canales de Comercialización

La venta de la pulpa de sábila natural en la Ciudad de Ambato, se realizará a través del siguiente canal de comercialización, desde que el producto sale de la fábrica hasta que llegue al consumidor final, conforme se indica en el siguiente gráfico:

SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE LA PULPA DE SÁBILA NATURAL A ELABORARSE EN LA CIUDAD DE AMBATO



Elaborado por: Autora

Según la gráfica presentada, el primer canal indica que la fábrica distribuirá el producto al agente distribuidor (empresas, microempresas, laboratorios y todos los que trabajan con productos a base de sábila), quien se encargará de vender a los habitantes de la ciudad de Ambato (consumidor final). El segundo canal indica, que la fábrica podrá vender directamente la pulpa de sábila al consumidor final; es decir que no habrá intermediarios, sino que las ventas serán directas.

- **Promoción**

La promoción significa comunicar, despertar el interés de los habitantes, esto puede ser verbal entre un transmisor y un receptor. El

proceso de comunicación requiere de solo cuatro elementos: un mensaje, una fuente de mensaje, un canal de comunicación y un receptor.

La promoción se la realiza con la finalidad de integrar en los patrones de consumo de la población hacia el nuevo producto de la pulpa de sábila, por tanto se puede realizar las siguientes actividades:

- El agente distribuidor autorizado entregará por la compra de 12 unidades de 200mg una unidad completamente gratis.
- Se realizarán descuentos del 3% y 5% en el precio, dependiendo del volumen de compra y de la forma de pago.
- La publicidad radial, se realizará mediante la emisora de mayor frecuencia de la ciudad de Ambato (Radio Bonita), en las cuales se pasaran cuñas publicitarias en horas de mayor sintonía (5 días a la semana, 6 pasadas diarias), también se entregaran hojas volantes.

Adquisición de la Materia Prima

La materia prima se adquirirá en las parroquias de la ciudad de Ambato o en sus mercados.

Estudio Técnico

En este estudio, se describe el proceso que se va a utilizar para producir y vender la pulpa de sábila y se determinara el tamaño conveniente que tendrán las instalaciones, la elección del modelo organizacional, por medio del estudio de mercado.

Tamaño y Localización

Tamaño de la Empresa

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad instalada y utilizada, que se aplicara en la demanda de la pulpa de sábila. El tamaño del proyecto está condicionado por la demanda insatisfecha y la capacidad financiera de la empresa entre la disponibilidad de recursos humanos y financieros.

Factores condicionantes del Proyecto

En este proyecto se ha considerado como factores determinantes, los siguientes:

- **Varios productores.-** La oferta de la pulpa de sábila en la ciudad está atendida por marcas nacionales, aspecto que le permitirá al proyecto participar con una gran proporción de la oferta.

Capacidad instalada

Básicamente se determina por el nivel máximo de producción que puede obtener la empresa utilizando el 100% de la capacidad de la maquinaria y demás factores que comprenden el proceso productivo en un tiempo determinado. Obviamente la capacidad instalada estará de acorde a la capacidad de la maquinaria que tendrá la empresa para los cinco años de vida útil, del proyecto.

La capacidad instalada de la planta depende en gran parte de los resultados del estudio de campo donde se determina la demanda potencial del producto en laboratorios, empresas, y consumidores directos del producto, convenientes a atender. En este caso la capacidad instalada de la maquinaria es de 40 litros hora, estimando procesar un caldero de 160 litros por parada durante 4 horas de proceso.

La capacidad por cada recipiente de extracción de la pulpa de sábila es de 160 litros, se realizará 2 procesos diarios, el total de los 2 recipientes de será de 320 litros, la empresa trabajará las 8 horas diarias reglamentarias, multiplicado por los 260 días laborables en el año de lunes a viernes nos da un total de 83.200 litros de pulpa de sábila anuales.

Cuadro 33

PROCESOS				Producción al Año 8 Horas en 260 Días
Calderos	Litros	T. Litros Semanales	T. Producción Mensual	
1	320	1.600	6.400	83.200

Elaboración: Gladys Bayas

Cuadro 34

Año	Capacidad Instalada	Capacidad Instalada en Frascos de 500 mg.
1	83.200	166.400.00

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

Cuadro 34

Demanda Insatisfecha	%	Capacidad Instalada
776.796	21.42%	166.400

Fuente: Cuadro 32 y 33

Elaboración: Autora

Capacidad Utilizada

De acuerdo con los resultados del Estudio de Mercado, considerando además el criterio de los inversionistas y por tratarse de un producto que puede ser preparado en forma manual o mecánicamente, si se cuenta con la materia prima necesaria, se ha decidido iniciar la operación de la empresa utilizando el 70% de la capacidad instalada, esto es 116.480 frascos de 500 mg, anuales de pulpa de sábila en el primer año.

La capacidad utilizada se incrementará en un 5% anual, hasta alcanzar el nivel del 90% como nivel máximo. Se reserva el 10% de la capacidad instalada por efectos de mantenimiento de la planta y equipos de producción.

Cuadro 35

Año	Capacidad Instalada	%	Capacidad utilizada (Producción anual)	Ventas diarias
1	166.400	70%	116.480	485,33
2	166.400	75%	124.800	520,00
3	166.400	80%	133.120	554,67
4	166.400	85%	141.440	589,33
5	166.400	90%	149.760	624,00

Fuente: Cuadro 34

Elaboración: Autora

Localización del Proyecto

Para determinar el lugar más adecuado para el funcionamiento de la empresa se debe tomar en cuenta la Macro localización y Micro localización.

Macro localización

La empresa de la pulpa de sábila estará ubicada en la Región Sierra, provincia de Tungurahua, Cantón Tisaleo, como el área más adecuada, de acuerdo a estos factores:

- Mayor concentración de demandantes cercanos a la planta de producción.
- Cuando se presenta escasez en las áreas de cultivo de materia prima, la empresa podrá adquirir en las provincias hermanas la sábila por la cercanía de las mismas.

- La infraestructura en el área es favorable.
- Se abastecerá de forma inmediata a todos los habitantes de la ciudad de Ambato.

Gráfica 22



Fuente: (G.A.D. Cantonal de Tisaleo, 2014)

Micro localización

Para determinar la localización exacta de la empresa hemos tomado en consideración algunos factores tales como:

- **Disponibilidad de acceso para el cliente.-** La cercanía y vías de acceso a la planta de producción como productores de sábila es privilegiada. La ubicación de la empresa se encontrará en un lugar estratégico de la ciudad, lugar al cual los consumidores y comerciantes podrán llegar con facilidad.
- **Disponibilidad de materia Prima.-** La materia prima para la elaboración de la pulpa de sábila la constituyen las hojas de sábila. Estas se adquieren fácilmente en los principales mercados de la ciudad o en las parroquias rurales de Atocha, Celia no Monge, Ficoa, Huachi Chico, Huachi Loreto, La Matriz, La Merced, La Península,

Pishilata, San Francisco. Sin embargo, se tiene un terreno a disponibilidad del proyecto, en el que se producirá las plantas o pencas de sábila, por tanto no será necesario comprar la metería prima.

- **Mano de Obra.-** El proceso de producción es sencillo en el que no requiere de personal especializado, por lo tanto la consecución de mano de obra adecuada no reviste ningún problema. La capacitación constituirá un proceso sencillo que permitirá elaborar un producto de calidad.
- **Servicios generales.-** La empresa se ubica en el sector urbano de la ciudad y por tanto cuenta con los servicios básicos indispensables para el funcionamiento de la misma, esto es: energía eléctrica, agua, teléfono y alcantarillado.

CALIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS DE UBICACIÓN

Cuadro 36

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	PESO SIGNADO	CALIFICACIÓN	ZONA NORTE	CALIFICACIÓN	ZONA SUR
PROXIMIDAD Y DISPONIBILIDAD DE MERCADO	0,25	9	1	7	2
PROXIMIDAD Y DISPONIB. DE MATERIA PRIMA	0,28	10	1	8	2
MEDIOS DE TRANSPORTE	0,10	9	2	7	2
SERVICIOS GENERALES	0,27	10	2	10	2
MANO DE OBRA	0.10		1		2
TOTAL	1		7		10

Elaboración: Autora

Por los factores anteriormente determinados, la empresa se ubica en:

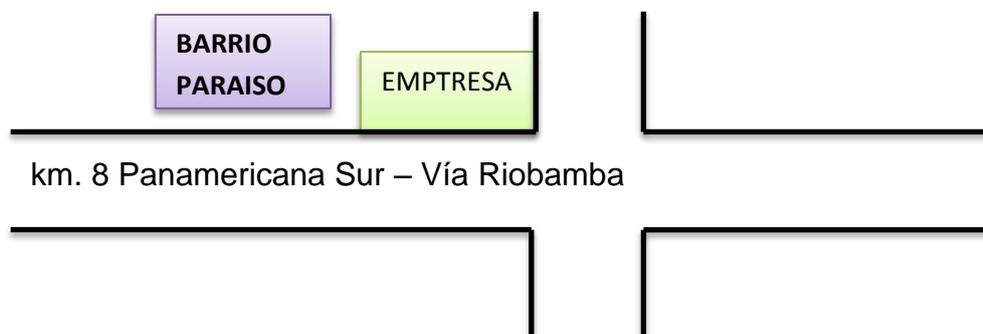
Ciudad: Ti saleo

Cantón: Ti saleo

Parroquia: Alombamba

Barrio: El Paraíso

Calles: km. 8 Panamericana Sur – Vía Riobamba



Ingeniería del Proyecto

El presente estudio tiene como función el ajuste de los recursos físicos para los requerimientos óptimos de la producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la empresa industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.

Ingeniería del Proyecto Terreno y Planta de producción

Gráfica 23



Elaboración: Autora

Proceso y Planta de Producción

Por otro lado, el proceso técnico condensado en la ingeniería debe ser lo suficientemente adecuado para que la calidad se optimice al máximo y se minimice los costos. Los pasos que a continuación se describen, corresponden al proceso semi-industrial para la extracción de la pulpa de sábila.

PROCESO PRODUCCIÓN DE LA PULPA DE SÁBILA

Gráfica 24

ACTIVIDADES							TIEMPO
a. Recepción de la materia prima	↓						5'
b. Selección y clasificación M.P.	→						5'
c. Control de calidad	↖						10'
d. Lavado de materia prima	→						10'
e. Despunte	↖						20'
f. Separación de la pulpa	↖						90'
g. Control del producto	→						10'
h. Envasado	↖						5'
i. Sellado	↖						10'
j. Etiquetado	↖						5'
k. Control de producto final	↖						10'
l. Empacado	↖						30'
m. Almacenado	→						15'
o. Distribución	→						15'
TIEMPO						240 minutos	4 HORAS

Descripción del proceso de producción

1. Obtención de la materia prima, que son las hojas de sábila, ya sea de los productores directos o de los comerciantes en los principales mercados de la Ciudad de Ambato.
2. Selección y clasificación de la hoja de sábila, con la finalidad de poder obtener la pulpa, en óptimas condiciones para el consumo humano.
3. Se lava las hojas de la sábila para eliminar impurezas.
4. Consiste en cortar los extremos de la hoja de sábila cuidadosamente, lo cual nos permitirá tener una mejor manejo del fileteado a mano
5. Posteriormente cortar con un cuchillo afilado la base de la hoja en aproximadamente 3cm. de la parte blanca unida al tallo de la planta; también se corta la parte superior de la hoja en una superficie de 1cm y las partes laterales en las que se encuentran la espinas, se introduce el cuchillo en la hoja que se encuentra pegada a la pulpa y se quitan las partes superior e inferior.
6. Se envasa en forma mecánica.
7. Sellado
8. Etiquetado mecánico.
9. Empacado
10. Almacenaje.
11. Producto terminado listo para comercializarlo.

Determinación de las características técnicas del producto terminado

Este producto está diseñado bajo las siguientes características:

1. **Forma:** Líquida
2. **Envase:** 500ml
3. **Envase:** Plástico
4. **Duración:** 395 días , al ambiente y refrigerado
5. **Color:** El color de la pulpa de sábila es el resultado de la extracción de la hoja de sábila de las hojas naturales de sábila, tiene un color TRANSPARENTE.

Gráfica 25
PULPA DE SÁBILA
Envase de 500ml



Factores Ambientales

En este caso, con el presente proyecto no existirá contaminación del medio ambiente debido a que el proceso de producción es con productos biodegradables.

Por otra parte, el presente proyecto lo que creará y generará a la ciudad de Ambato porque es fuentes de empleo, acogiendo a familias que más necesitan de un trabajo digno y de esta manera mejorar su estatus de vida.

Infraestructura Física

Hace referencia al espacio físico necesario para la operación de la empresa, en este caso se iniciará las actividades en una planta industrial, en el terreno del propietario que cuenta con una construcción.

- Una empresa de 39,50m x 10m, dando un espacio total de 395 m².
- El local consta de cuatro ambientes debidamente equipadas para llevar a cabo cada una de las operaciones

Distribución Física de la Empresa

El espacio físico que contará esta empresa será de 395m², los mismos que estarán debidamente distribuidos de acuerdo a las necesidades empresariales.

Como se indicó anteriormente para esta planta se necesita un espacio físico de 395 metros cuadrados los cuales se distribuyen de la siguiente forma:

Cuadro 36

ÁREAS	METROS
Área de Administración	45 m ²
Área de producción	40 m ²
Bodega de Producto Elaborado	150m ²
Almacenamiento de Materia prima	160 m ²
Total	395 m²

Realizada por: Gladys Bayas

Grafica 26
DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA



Elaboración: Gladys Bayas

Estudio Organizacional

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

Base Legal

La empresa se regirá por la Constitución Política de la República, la Ley de Compañías, Código de Trabajo, Código de Comercio, registrada por el SRI y otros reglamentos pertinentes.

Conformación de la Planta

Se conforma como PYMES porque es una empresa que se mide por su nivel de ventas, capital social, cantidad de trabajadores y su volumen de producción o activos

Empresa Productora Constituida Legalmente como Persona Natural.

Al momento de constituir la empresa como persona natural, la persona humana es la que ejerce derechos y cumple con obligaciones asumiendo al título personal todas las obligaciones de la Empresa, implicando esto que está garantizado todas las deudas y obligaciones que se pueda contraer con todo el patrimonio que posee.

Se forma como Persona Natural por lo siguiente:

- Es mar rápida de constituirse y no se presenta mayores trámites.
- No está obligado a llevar contabilidad.

- El control y la administración recae en una sola persona; propietario.

Capital Social

Al constituirse la Empresa, el capital estará conformado directamente con el capital que tenga la Persona Natural.

Requisitos.

- Patentes Municipal
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Napo
- Permiso del Departamento de Gestión Ambiental del Municipio de Ambato.
- RUC/ SRI

Razón Social

- La Razón Social de la Empresa estará puntualizada por la Persona Natural.
- Para fines específicos de trabajo de la Planta se denominará:
“**ECUASÁBILA**”

Objetivo Social

El objeto social de la empresa será la extracción de la pulpa de sábila.

Domicilio

La empresa estará ubicada en:

PROVINCIA : Tungurahua

CANTÓN : Ambato

PARROQUIA : A Lobamba

SECTOR : Paraíso

CALLES : km 8 Panamericana Sur –Vía Riobamba

El tiempo de duración de la empresa será de 30 años, término del cual podrá ser renovado si así lo deciden la Persona Natural.

Tipo de Empresa

La naturaleza de la empresa será de tipo semi-industrial, ya que la materia prima sufrirá un proceso de transformación, y para obtener el producto terminado no es necesaria la utilización de maquinaria de alta tecnología y mano de obra calificada, es así como se obtiene un producto de óptima calidad.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. 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 diferentes niveles jerárquicos de autoridad.

Niveles Jerárquicos

La estructura administrativa de la Pulpa de Sábila, estará establecida en cinco niveles jerárquicos, los cuales permitirán un buen funcionamiento de la empresa.

Nivel Ejecutivo

Está conformado por el puesto de Gerente, el cual planifica, organiza, coordina, dirige y controla las labores administrativas, financieras y

comerciales de la empresa, también es el responsable de todas las actividades que se desarrollan en la misma.

Nivel de Apoyo

Está conformado por el puesto de secretaria-Contadora, la cual tiene relación directa con las actividades administrativas y contables de la empresa.

Nivel Operativo

Está conformado por los puestos que desempeñan las personas labores de producción de la Empresa.

ORGANIGRAMAS

El objetivo principal de los organigramas es dar a conocer la distribución funcional para el trabajo.

Organigrama Estructural

Consiste en la representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa, este servirá para reflejar la división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad, los canales de comunicación y la naturaleza lineal de cada departamento.

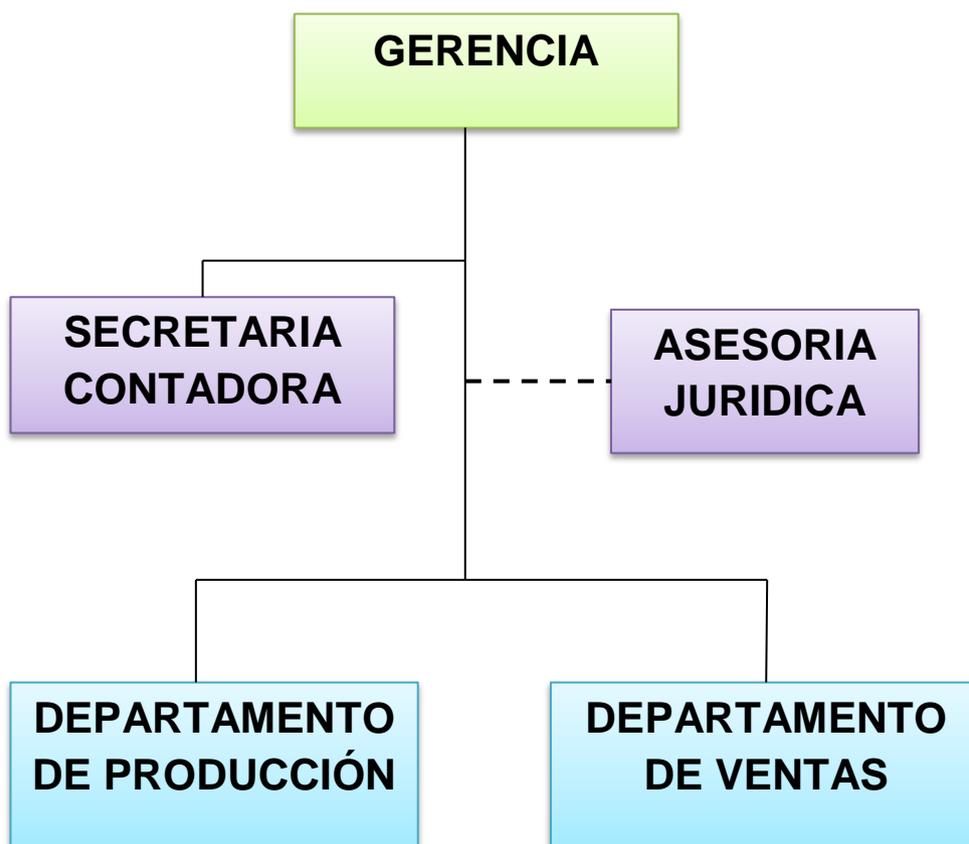
Organigrama funcional

Se representa gráficamente las funciones que deben desempeñar cada uno de los departamentos o unidades administrativas.

Organigrama Posicional

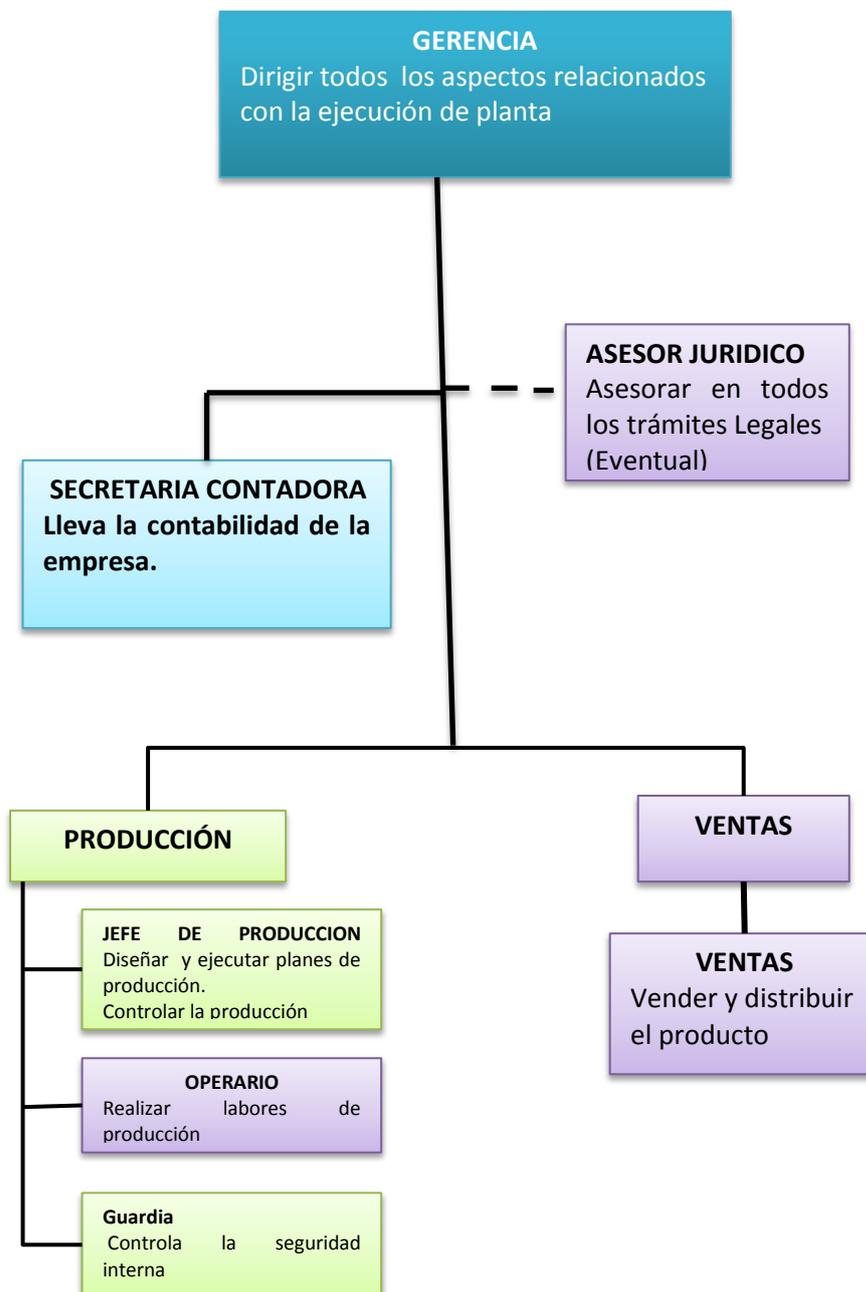
En este organigrama se detallan aspectos como: distribución de personal, cargo que ejercen, denominación y el sueldo que perciben

Gráfica 27
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
ECUASÁBILA



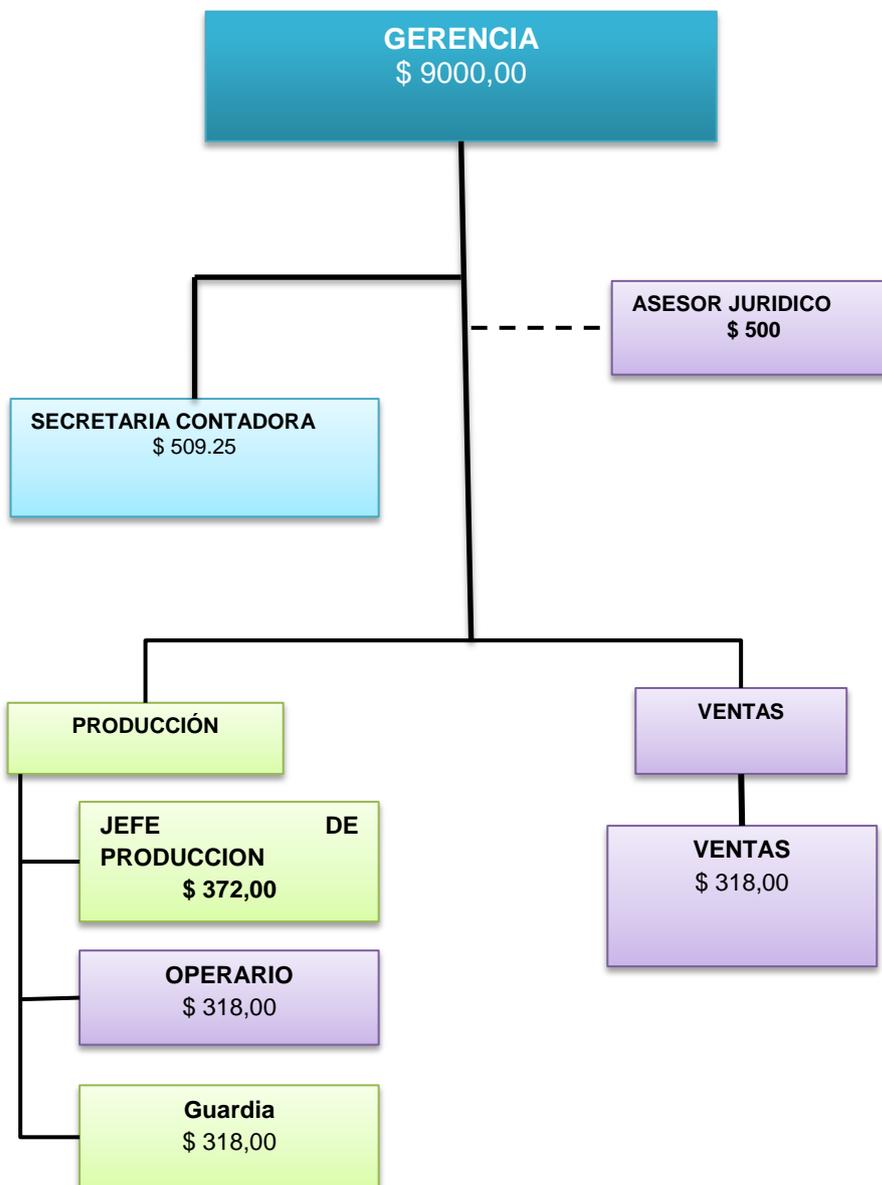
Elaborado por: Gladys Bayas

Grafica 28
Organigrama Funcional
ECUASÁBILA



Realizada por: Gladys Bayas

Grafica 29
Organigrama Posicional
ECUASÁBILA



Realizada por: Gladys Bayas

PERSONAL REQUERIDO

Para el funcionamiento de la Empresa se requiere 6 trabajadores, los cuales se distribuyen como se indica en el siguiente cuadro.

Cuadro 37
Número de Trabajador

Nº DE TRABAJADORES	DENOMINACIÓN DEL PUESTO	DEPARTAMENTO
1	Gerente	Gerencia
1	Secretaria- Contadora	Administrativo-Financiero
1	Jefe Producción y Ventas	Producción
2	Operarios	Producción
1	Vendedor	Administrativo

Elaboración: Gladys Bayas

Manual de Funciones

Permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la empresa. Esto hará posible que los recursos especialmente el humano sea administrado eficientemente.

**MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL DE LA EMPRESA
“ECUASÁBILA”**

CÓDIGO:	01
NIVEL	Directivo
DEPENDENCIA:	GERENCIA
TÍTULO DEL PUESTO:	GERENTE
SUPERVISA A:	TODOS EL PERSONAL
NATURALEZA DE TRABAJO	
Dirigir, planificar y controlar las actividades que se realizan en la Empresa.	
FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dirigir la política administrativa y económica financiera de la Empresa. ✓ Diseñar e implementar procedimientos de producción, finanzas y de mercado. ✓ Controlar y designar personal cumpliendo con los requisitos que la Empresa requiere. ✓ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos. ✓ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y sus proyecciones. ✓ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
El puesto requiere de formación en administración de empresas, con criterio formado, alta iniciativa y capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la Empresa en general.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN	: Ingeniero Comercial
EXPERIENCIA	: 2 años en cargos similares

DEPENDENCIA	GERENCIA
CÓDIGO	02
TÍTULO DEL PUESTO	SECRETARIA CONTADORA
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Realizar labores de contabilidad así como brindar asistencia directa a la Administración de la empresa.	
FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantener al día los archivos de la Empresa. ✓ Realizar la contabilidad general de la Empresa. ✓ Preparar los estados financieros de la Empresa ✓ Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero de la Empresa. ✓ Propender por una comunicación óptima y oportuna de la Empresa con sus clientes. ✓ Administrar las comunicaciones telefónicas entrantes y salientes. ✓ Digitar y tener al día la contabilidad ✓ Pagar los servicios en las fechas establecidas. ✓ Elaborar notas débito y crédito 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Buenas relaciones personales ✓ Administración del tiempo ✓ Organización del tiempo ✓ Redacción y Ortografía ✓ Iniciativa y discreción 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN	: Contadora
EXPERIENCIA	: 1 año en funciones a fines.

DEPENDENCIA	GERENCIA GENERAL
CÓDIGO	03
TITULO DEL PUESTO	VENDEDOR
DEPENDE DE	GERENCIA
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Realizar las labores de las ventas en el mercado	
FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Facturar las ventas realizadas ✓ Promocionar el producto y las promociones a los clientes ✓ Distribuir el producto en el mercado ✓ Tramitar controles, órdenes, cheques y más documentos que son necesarios para en buen funcionamiento de la Planta. ✓ Explorar nuevos clientes. ✓ Mantener y retener a los clientes ✓ Incrementar las compras de los clientes actuales. ✓ Administrar eficientemente su cartera de clientes. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Generar confianza con los clientes ✓ Uso del Lenguaje de una manera elegante y poderosa. ✓ Promocionar y Guiar Verbalmente. ✓ Crear e Inducir Estados Emocionales. ✓ Buenos principios conversaciones 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN	: Ingeniero en Marketing o Carreras fines
EXPERIENCIA	: 1 año en funciones a fines

DEPENDENCIA	GERENCIA GENERAL
CÓDIGO	04
TITULO DEL PUESTO	JEFE DE PRODUCCIÓN
DEPENDE DE	GERENCIA
SUPERVISA A	OPERARIOS
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Planificar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades productivas que se realizan en la Empresa.	
FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Supervisar el proceso de producción ✓ Diseñar, implementar y mantener procedimientos de producción ✓ Presentar programas de producción y pronosticar la venta del producto. ✓ Realizar la administración de los programas de ingeniería del producto, supervisa y cotiza cambios al producto, identificación de ahorros de costo o mejora continua. ✓ Coordinar y controla las actividades técnico-operativas del proceso de producción ✓ Verificar las condiciones y disponibilidad de los equipos de producción. ✓ Controlar y distribuye las actividades del personal a su cargo. ✓ Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la Empresa. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Analizar y sintetizar información. ✓ Organizar el trabajo. ✓ Establecer relaciones interpersonales. ✓ Supervisar personal. ✓ Comunicarse en forma efectiva de manera oral o escrita. ✓ Buen manejo y uso de equipos e instrumentos del área 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN	: Ingeniero Comercial, Marketing
EXPERIENCIA	: 1 año en funciones a fines

DEPENDENCIA	GERENCIA GENERAL
CÓDIGO	04
TITULO DEL PUESTO	JEFE DE VENTAS
DEPENDE DE	GERENCIA
SUPERVISA A	VENDEDORES
NATURALEZA DEL TRABAJO. Diseñar estrategias de distribución y comercialización de productos alimenticios.	
FUNCIONES TÍPICAS Capacitar al personal de consultoras sobre ventas de productos alimenticios. <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Planificar actividades de comercialización del producto. <input type="checkbox"/> Establecer contactos con clientes y proveedores. <input type="checkbox"/> Elaborar planes de venta. <input type="checkbox"/> Captar nuevos clientes. <input type="checkbox"/> Distribuir el producto. <input type="checkbox"/> Las demás que por disposición superior le sean requeridas. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Iniciativa, creatividad y don de gentes para ejecución de su trabajo. 	
REQUISITOS MÍNIMOS <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Instrucción Formal: Superior <input type="checkbox"/> Título: Tecnólogo en Marketing y Ventas <input type="checkbox"/> Experiencia: Un año en labores similares <input type="checkbox"/> Capacitación: Manejo de programas informáticos de diseño gráfico, curso de relaciones humanas. 	

DEPENDENCIA	DEPARTAMENTAL
CÓDIGO	05
TITULO DEL PUESTO	OPERARIO
DEPENDE DE	JEFE DE PRODUCCIÓN
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Realizar las actividades de producción en la Empresa	
FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ejecutar el proceso de producción. ✓ Vigilar por la seguridad de la maquinaria y el equipo de trabajo. ✓ Realizar la limpieza de la Empresa. ✓ Colaborar en las actividades de la Empresa. ✓ Realizar las operaciones básicas de la reparación de maquinarias, con calidad que exige la producción, siguiendo las normas de seguridad e higiene en el trabajo. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
<p>Desarrollo de un pensamiento estratégico que le facilite manejar e integrar la última tecnología en los procesos de trabajo de la Empresa</p> <p>Asumir un rol protagónico en los diversos ámbitos empresariales que le corresponda ejercer, para impulsar su desarrollo y crecimiento.</p> <p>Capacidad de trabajar bajo presión y tomar decisiones éticas y socialmente responsables.</p> <p>Capacidad para liderar, motivar y evaluar los equipos de trabajo.</p> <p>Adaptarse a los cambios y transformación organizacional</p>	
REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN	: Bachiller
EXPERIENCIA	: 6 meses en funciones a fines

DEPENDENCIA	DEPARTAMENTAL
CÓDIGO	06
TÍTULO DEL PUESTO	ASESOR JURÍDICO
DEPENDE DE	GERENTE
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Realizar los trámites jurídicos para la instalación de la Empresa.	
FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dirigir, asesorar y ejecutar de actividades de carácter jurídico. ✓ Prestar asesoramiento especializado en asuntos de su competencia. ✓ Formular y recomendar alternativas de política de carácter jurídico. ✓ Proporcionar asesoramiento especializado, sobre aspectos de su ✓ competencia ✓ Estudiar e informar sobre expedientes de carácter técnico legal 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
Recopilar, sistematizar y uniformizar la legislación jurídica administrativa de relevancia para la Empresa.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN	: Título de Abogado. Habilitación del Colegio Profesional correspondiente.
EXPERIENCIA	: 2 años en funciones similares Capacitación especializada en el Área y experiencia en actividades técnicas legales.

DEPENDENCIA	DEPARTAMENTAL
CÓDIGO	067
TÍTULO DEL PUESTO	CONSERJE GUARDIÁN
DEPENDE DE	GERENTE
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Ejecución de labores de consejería de la empresa	
FUNCIONES TÍPICAS	
<input type="checkbox"/> Ejecutar el proceso de limpieza de la empresa. <input type="checkbox"/> Velar por la seguridad de la empresa. <input type="checkbox"/> Realizar las tareas de mantenimiento del mobiliario. <hr/> <input type="checkbox"/> Colaborar en las actividades de entrada y salida de personal.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
<input type="checkbox"/> El puesto no requiere de formación especializada, solo habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de conserjería, con alta capacidad de movilidad y responsabilidad elevada.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
Instrucción Formal: Bachiller	
<input type="checkbox"/> Título: No indispensable <input type="checkbox"/> Experiencia: Un año en funcione similare <input type="checkbox"/> Capacitación: No indispensable.	

ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones y Financiamiento

Conociendo todos los requerimientos que exige el proyecto, se procede a realizar el monto total de la inversión en sus diferentes rubros; considerando las cotizaciones más convenientes, así como las mejores alternativas de financiamiento.

Inversiones

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

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

Activos Fijos

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y que son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas. Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes:

Terreno: Es necesario para la producción de la sábila lo cual ya cuenta con el terreno el propietario para la producción de la pulpa de sábila.

Cuadro 38

TERRENO					
Ord.	Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unit. (Usd)	Valor Total (Usd)
1	Terreno	m ²	800,00	12,50	10.000,00

Elaborado por: Gladys Bayas

Fuente: Edificar S.A.

Cuadro 39

CONSTRUCCION					
Ord.	Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unit. (Usd)	Valor Total (Usd)
1	Administración	m ²	45,00	90,00	4.050,00
2	Galpón	m ²	150,00	120,00	18.000,00
3	Bodega	m ²	100,00	120,00	12.000,00
TOTAL					34050,00

Elaborado por: Gladys Bayas

Fuente: Edificar S.A.

Maquinaria y Equipo de Producción: Son elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el elemento fundamental para el proceso de transformación.

Cuadro 40

Ord.	Descripción	Und. Med.	Cant.	V. Unitario	Total
1	Desintegrador - Homogeneizador	Und.	1	6160,00	6160,00
2	Tanque de recepción	Und.	3	450,00	1350,00
3	Despulpador	Und.	1	2604,00	2604,00
4	Tanque mezclador	Und.	3	500,00	1500,00
5	Bomba desplazamiento	Und.	1	1500,00	1500,00
6	Pasteurizador	Und.	1	8840,00	8840,00
8	Tanque de llenado	Und.	1	1300,00	1300,00
9	Tuberías y válvulas de acero	Und.	2	2000,00	4000,00
10	Despulpadora semi- industrial	Und.	1	1500,00	1500,00
11	Selladora profesional	Und.	1	350,00	350,00
12	Etiquetadora	Und.	1	800,00	800,00
13	Balanza electrónica	Und.	1	250,00	250,00
TOTAL					31154,00

Elaborado: Gladys Bayas

Fuente: Maquinarias " Silverson"

Herramientas: Las inversiones correspondientes están cotizadas en el mercado local.

Cuadro 41

Ord.	Descripción	Und. Med.	Cant.	V. Unitario	Total
1	Juegos de Cuchillos y Tijeras	Und.	10	12,00	120,00
2	Enfriadores	Und.	1	2.710,00	2710,00
TOTAL					2830,00

Elaborado: Gladys Bayas

Fuente: Ferretería Kiwi

Equipo de Computo: Forman los diversos instrumentos a utilizarse en el área administrativa de la empresa. Se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro 42

EQUIPO DE COMPUTO					
Ord.	Descripción	Unid. Med.	Cant.	V. Unitario	Total
	Computadora DE ESCRITORIO HP	Unid.	2	820	1640,00
1	Computadora lacto HP Completa	Unid.	2	750,00	1500,00
TOTAL					3140,00

Elaborado por: Gladys Bayas

Fuente: Almacenes Paco

Cuadro 43

EQUIPO DE OFICINA					
Ord.	Descripción	Unid. Med.	Cant.	V. Unitario	Total
1	Sumadora Casio Modelo 2013	Unid.	1	112,00	112,00
2	Calculador Casio	Unid.	1	23,00	23,00
	Teléfono Panasonic Inalámbrico	Unid.	1	42,00	42,00
3	Reloj de Pared	Unid.	1	20,00	20,00
TOTAL					197,00

Elaboración: Gladys Bayas

Fuente: Almacenes Paco

Muebles y Enseres: Se relaciona con muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa.

Cuadro 44

MUEBLES Y ENSERES					
Ord.	Descripción	Unid. Med.	Cant.	V. Unitario	Total
1	Escritorio con 2 juegos de sillas	Unid.	4	480,00	1920,00
2	Archivador de 4 gavetas	Unid.	1	130,00	130,00
3	Percha, juego	Unid.	1	110,00	220,00
4	Sillas giratorias	Unid.	4	92,00	368,00
TOTAL					2638,00

Elaboración: Gladys Bayas

Fuente: Almacén su Casa

Vehículos: Es indispensable para la movilización y comercialización del producto.

Cuadro 45

VEHICULO					
Ord.	Descripción	Unidad	Cantidad.	V. Unitario	Total
1	Camioneta marca Maza 2010	1	1	10.000,00	10.000,00
TOTAL					10.000,00

Fuente: Automotores ASSA.

Elaboración: Gladys Bayas

Activos Intangibles o Diferidos (Gastos de Constitución)

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

Cuadro 46

ACTIVO DIFERIDO				
Ord.	Descripción	Cant.	V. Unitario	Total
1	Permiso de Uso de Suelo	1	25,00	25,00
2	Patente municipal	1	98,00	98,00
3	Permiso de Funcionamiento Cuerpo de Bomberos	1	101,50	101,50
4	Permiso de Intendencia	1	60,00	60,00
5	Notaria y Registradora	1	800,00	800,00
6	Permiso ambiental CPM	1	135,00	135,00
7	Permiso Dirección de Salud	1	72,00	72,00
8	Honorarios Abogado	1	1.500,00	1.500,00
9	Imprevistos 5%	1	139,58	139,58
TOTAL				2.931,08

Elaboración: Gladys Baya

Activo Corriente o Capital de trabajo

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

Materia Prima Directa

Para producir el extracto de sábila se producirá en el terreno del propietario ya que cuenta con el terreno para la producción de la pulpa de sábila; estos productos se los adquieren fácilmente de la misma producción que realice el propietario, tomando en cuenta los gastos que se den al producir para la fijación del precio que será de 1,25.

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 604.800 de 500ml, con los 240 procesos al año.

Cuadro 45

PRODUCCIÓN DIARIA DE 1600 UNIDADES							
Ord.	Descripción	U. Medida	Cantidad	P. Unitario	Total Diario	Total Mes	Total Año
1	Penca de sábila	litros	200,00	1,25	250,00	5.000,00	60.000,00
2	Aditivos	Kg.		50,00		50,00	600,00
TOTAL						5050,00	60600,00

Elaborado por: Autora

Materiales Indirectos

Para determinar el costo de material de empaque se hace necesario establecer el número de unidades en botellas de 500ml a comercializar, conforme lo establecido en los resultados del estudio de mercado.

Cuadro 46

MATERIALES INDIRECTOS							
Ord.	Descripción	U. Medida	Cantidad	P. Unitario	Total Diario	Total Mes	Total Año
1	Tapas plásticas	500ml	6.400	0,02	128,00	1536,00	18432,00
2	Envase 500ml	500ml	6.400	0,03	192,00	2304,00	27648,00
3	Etiquetas	Unidad	6.400	0,05	320,00	3840,00	46080,00
TOTAL						7680,00	92160,00

Elaborado por: Gladys Bayas

Mano de Obra Directa

El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra directa total durante un año más beneficios sociales.

Cuadro 47

MANO DE OBRA DIRECTA									
CANT.	CARGO	INGRESO	XIII S.	XIV S.	VACACIONES	F. RESERVA	A. PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
5	Operario	318,00	26,50	26,50	13,25	26,50	38,64	410,75	24.645,00
1	Guardián	318,00	26,50	26,50	13,25	26,50	38,64	410,75	4.929,00
								821,50	29.574,00

Fuente: www. Ministerio Laboral de Ambato

Elaborado por: Autora

Mano de Obra Indirecta. El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra indirecta total durante un año.

Cuadro 48

MANO DE OBRA INDIRECTA									
CANT.	CARGO	INGRESO	XIII S.	XIV S.	VACACIONES	F. RESERVA	A. PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	Jefe de producción	\$ 372,00	31,00	26,50	15,50	31,00	45,20	476,00	5.712,00
									5.712,00

Fuente: www. Ministerio Laboral Ambato

Elaboración: Gladys Bayas

Gastos Generales de la Empresa.-Se refiere a los gastos de administración por parte de la empresa.

Cuadro 49

GASTOS GENERALES					
Ord.	Descripción	Unid. Med.	Cant. M.	V. Unitario	Total
1	Mantenimiento de equipos	Anual	12	120,00	1.440,00
2	Imprevistos	Anual	12	200,00	2.400,00
3	Suministro de oficina	Anual	12	30,00	360,00
TOTAL				350,00	4.200,00

Elaborado: Gladys Bayas

Gastos de Administración.- Se refiere a los servicios básicos que se utilizan en la Empresa

Cuadro 50

SERVICIOS BÁSICOS					
Ord.	Descripción	Unid. Med.	Cant. M.	V. Unitario	Total
1	Agua	Anual	12	43,00	516,00
2	Energía eléctrica	Anual	12	60,00	720,00
3	Teléfono	Anual	12	57,00	684,00
TOTAL				160,00	1.920,00

Elaborado: Gladys Bayas

Sueldos de Administración.- Se refieren a los sueldos para el personal que trabajara en el área administrativa.

Cuadro 51

SUELDOS ADMINISTRATIVOS									
CAN T.	CARGO	INGRESO	XIII S.	XIV S.	VACACIONES	F. RESE RVA	A. PATRO NAL	TOTAL MENSUA L	TOTAL ANUAL
1	Gerente	900,00	75,00	26,50	37,50	75,00	109,35	1.114,00	13.368,00
1	Secretaria - Contadora	450,00	37,50	26,50	18,75	37,50	54,68	570,25	6.843,00
1	Vendedor	318,00	26,50	26,50	13,25	26,49	38,64	417,58	5.010,96
								2.101,83	25.221,96

Fuente: www. Ministerio Laboral Ambato

Elaboración: Gladys Bayas

Gastos de Venta

Se detalla 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 ventas.

Cuadro 52

Ord.	Descripción	Unid. Med.	Cant. M.	V. Unitario	Total
1	Gastos de combustible	Anual	12	\$ 240,00	\$ 2.880,00
2	Gastos de mantenimiento	Anual	12	\$ 50,00	\$ 600,00
3	Gastos de publicidad	Anual	12	\$ 120,00	\$ 1.440,00
TOTAL				\$ 410,00	\$ 4.920,00

Elaborado: Gladys Bayas

Presupuesto de las inversiones

La inversión requerida para el proyecto es de **\$158.306,44** entre activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

Cuadro 53

A) INVERSIONES	
Propiedad planta y equipo	
Activos fijos	
Terreno	10.000,00
Construcción	34.050,00
Maquinaria y equipo	31.154,00
Herramientas	2.830,00
Equipo de computo	3.140,00
Equipo de oficina	197,00
Muebles y enseres	2.638,00
Vehículos	10.000,00
Imprevistos 5%	4.200,45
Subtotal	107.186,95
B) Activos diferidos	
Permiso de Uso de Suelo	25,00
Patente municipal	98,00
Permiso de Funcionamiento Cuerpo de Bomberos	101,50
Permiso de Intendencia	60,00
Notaria y Registraduría	800,00
Permiso ambiental CPM	135,00
Permiso Dirección de Salud	72,00
Honorarios Abogado	1.500,00
Imprevistos 5%	139,58
Subtotal	2.931,08
C) Capital de trabajo (Primer mes)	
Materia Prima	5.050,00
Mano de Obra Directa	821,50
Materia Prima Indirecta	7.680,00
Servicios Básicos	160,00
Gastos generales	350,00
Remuneración Administración	2.101,83
Gastos de ventas	820,00
Imprevistos 5%	849,17
Subtotal	17.832,50
Total	118.973,02

Fuente: 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52

Elaborado: Gladys Bayas

Financiamiento

Para financiar el monto de la inversión se hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

Cuadro 54

DENOMINACIÓN	MONTO	PORCENTAJE
CAPITAL PROPIO	59.486,51	50,00
CAPITAL AJENO	59.486,51	50,00
TOTAL	118.973,02	100,00

Elaboración: Gladys Bayas

TABLA DE AMORTIZACIONES

Cuadro 55

Monto: 59.486,51

Periodo: 10

INTERÉS: 10%

Cuotas Anuales: 10411,68

PERIODO	CANTIDAD	CAPITAL	INTERES	ACUMULADO	PENDIENTE
1	9.681,16	3.732,50	5.948,65	9.681,16	55.754,01
2	9.681,16	4.105,76	5.575,40	13.786,91	51.648,25
3	9.681,16	4.516,33	5.164,83	18.303,24	47.131,92
4	9.681,16	4.967,96	4.713,19	23.271,20	42.163,96
5	9.681,16	5.464,76	4.216,40	28.735,96	36.699,20
6	9.681,16	6.011,24	3.669,92	34.747,20	30.687,96
7	9.681,16	6.612,36	3.068,80	41.359,56	24.075,60
8	9.681,16	7.273,60	2.407,56	48.633,16	16.802,01
9	9.681,16	8.000,96	1.680,20	56.634,11	8.801,05
10	9.681,16	8.801,05	880,11	65.435,16	0,00

Elaborado por: Autora

Depreciaciones

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

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

Cuadro 56

Denominación	Valor activo	Porcentaje residual	Valor residual	Valor a depreciar	Vida útil	Depreciación
Construcción	40.050,00	5,00%	2.002,50	38.047,50	20,00	1.902,38
Muebles y enseres	2.638,00	10,00%	263,80	2.374,20	10,00	237,42
Maquinaria y equipo	34.034,00	10,00%	3.403,40	30.630,60	10,00	3.063,06
Equipos de oficina	197,00	10,00%	19,70	177,30	10,00	17,73
Equipos de computo	3.140,00	33,30%	1.045,62	2.094,38	3,00	697,43
Total	80.059,00		6.735,02	73.323,98		5.918,01

Fuente: 32, 38, 40, 41, 42

Elaboración: Autora

Estructura de Costos

Los costos son todas los 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 57

COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN		2,70%			
Costo Primo					
Materiales Prima Directa	60.600,00	64.642,02	68.714,47	72.768,62	76.843,66
Mano de Obra Directa	29.574,00	31.546,59	33.534,02	35.512,53	37.501,23
Mano de obra indirecta	5.712,00	6.092,99	6.476,85	6.858,98	7.243,09
Costos de producción					
Materiales Indirectos	92.160,00	98.307,07	104.500,42	110.665,94	116.863,23
Depreciación Construcción	1.617,38	1.617,38	1.617,38	1.617,38	1.617,38
Depreciación de muebles y enseres	237,42	237,42	237,42	237,42	237,42
Depreciación de maquinaria y equipo	3.058,56	3.058,56	3.058,56	3.058,56	3.058,56
Amortización Activo Diferido	586,22	586,22	586,22	586,22	586,22
Servicios Básicos	1.920,00	2.048,06	2.177,09	2.305,54	2.434,65
Total costos de Producción					
Gastos de operación	195.465,57	208.136,30	220.902,42	233.611,18	246.385,43
Sueldo de Administración					
Depreciación equipo de computo	25.221,96	26.904,26	28.599,23	30.286,59	31.982,64
Depreciación equipo de oficina	697,43	697,43	697,43	697,43	697,43
Gasto ventas	17,73	17,73	17,73	17,73	17,73
Total gastos operación	4.920,00	5.248,16	5.578,80	5.907,95	6.238,79
Gastos financieros					
Amortización del Capital	3.732,50	3.981,46	4.232,29	4.482,00	4.732,99
Interés del préstamo	5.948,65	6.345,43	6.745,19	7.143,15	7.543,17
Total gastos financieros	9.681,16	10.326,89	10.977,48	11.625,15	12.276,16
TOTAL GASTOS	40.538,27	43.194,48	45.870,67	48.534,85	51.212,75
TOTAL COSTOS Y GASTOS	236.003,84	251.330,78	266.773,09	282.146,03	297.598,19

Fuente: Cuadro 45, 46, 47, 48, 55,56

Elaboración: Gladys Bayas

Ingresos Totales

Los ingresos son de la venta pulpa de sábila de 500ml y pencas de sábila que produce el proyecto. A partir del segundo año, el margen de utilidad se incrementará en un 5% anual. A continuación se presenta el cuadro de proyección de ingresos para la vida útil del proyecto y el costo unitario del producto.

Cuadro 57

PROYECCION DE INGRESO Y VENTAS,						
Precio de venta		\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas (Unidades)	C/DIA	485,33	520,00	554,67	589,33	624,00
	C/MES	9.706,67	10.400,00	11.093,33	11.786,67	12.480,00
	ANUAL	116.480,00	124.800,00	133.120,00	141.440,00	149.760,00
INGRESOS	P/DIA	1.698,67	1.820,00	1.941,33	2.062,67	2.184,00
	P/MES	33.973,33	36.400,00	38.826,67	41.253,33	43.680,00
	ANUAL	407.680,00	436.800,00	465.920,00	495.040,00	524.160,00

Fuente: Cuadro 45

Elaborado por: Autora

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos permite ver cuál es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

INGRESOS:

Están conformados por el resultado de las ventas e ingresos.

EGRESOS:

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

Cuadro 59

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	407.680,00	436.800,00	465.920,00	495.040,00	524.160,00
(-) Costo de Producción	17.299,33	18.421,45	19.548,51	20.673,79	21.315,08
(=) Utilidad Bruta	390.380,67	418.378,55	446.371,49	474.366,21	502.844,92
(-) Gasto de Operación	2.921,83	3.116,72	3.309,57	3.504,84	3.701,11
Gastos administrativos	2.101,83	2.242,02	2.383,27	2.523,88	2.665,22
Gasto de Ventas	820,00	874,69	926,30	980,95	1.035,89
(=) Utilidad operacional	387.458,84	415.261,84	443.061,92	470.861,38	499.143,81
(-15%) Trabajadores	58.118,83	62.289,28	66.459,29	70.629,21	74.871,57
(=) Utilidad desp. Part. Trab.	329.340,01	352.972,56	376.602,63	400.232,17	424.272,24
(-25%) Impuesto	82.335,00	88.243,14	94.150,66	100.058,04	106.068,06
(-)10% Reserva Legal	32.934,00	35.297,26	37.660,26	40.023,22	42.427,22
(=)Utilidad Neta	49.401,00	52.945,88	56.490,39	60.034,83	63.640,84

Fuente: Cuadro 57

Elaborado por: Gladys Bayas

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el balance entre ingresos y egresos demostrando que no hay pérdidas ni ganancias.

Se establece que cuando los ingresos y egresos son iguales se produce el punto de equilibrio es decir que no existen utilidades ni pérdidas, es por ello que si vendemos menos que el punto de equilibrio

obtendremos utilidades y si vendemos más del punto de equilibrio obtendremos utilidades.

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

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

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

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

Cuadro 60

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5		
	C. FIJOS	C. VARIABLES								
Materiales directos		60.600,00		62.236,20		63.916,58		65.642,32		67.414,67
Materiales indirectos		439.084,80		468.371,76		497.879,18		527.254,05		556.780,27
Mano de obra directa		29.574,00		31.546,59		33.534,02		35.512,53		37.501,23
Depreciaciones	1.643,31		1.643,31		1.643,31		1.643,31		1.643,31	
Amortizaciones	11.157,73		11.901,95		12.651,78		13.398,23		14.148,53	
Mano de obra indirecta	5.712,00		6.092,99		6.476,85		6.858,98		7.243,09	
Gastos Administración de la Empresa	25.221,96		26.904,26		28.599,23		30.286,59		31.982,64	
Activos diferidos	586,22		586,22		586,22		586,22		586,22	
Servicios Básicos	1.920,00		2.048,06		2.177,09		2.305,54		2.434,65	
Gastos de ventas	0,00		5.248,16		5.578,80		5.907,95		6.238,79	
TOTAL	46.241,22	529.258,80	54.424,96	562.154,54	57.713,28	595.329,77	60.986,81	628.408,90	64.277,22	661.696,17
COSTO TOTAL	575.500,02		616.579,50		653.043,05		689.395,72		725.973,39	

Fuente: Cuadro 57

Elaborado por: Gladys Bayas

Matemáticamente Año 1

Punto de Equilibrio en función de la capacidad instalada

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

$$\text{PE} = \frac{46241,22}{407680,00 - 182334,00} \times 100$$

PE = 21 %

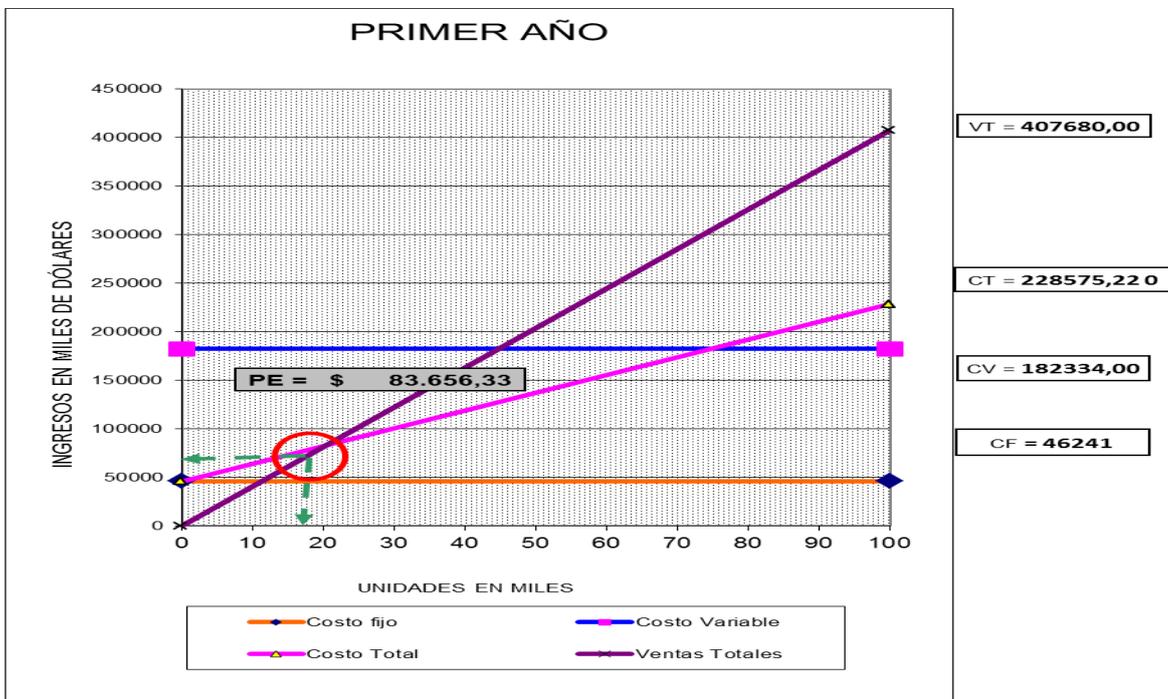
Punto de Equilibrio en función de las Ventas

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

$$\text{PE} = \frac{46241,22}{1 - \frac{182334,00}{407680,00}}$$

PE = \$ 83.656,33

Grafica 28



Elaborado por: Gladys Bayas

MATEMÁTICAMENTE AÑO 3

Punto de Equilibrio en función de la capacidad instalada

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

$$PE = \frac{57713,28}{465920,00 - 206748,91} \times 100$$

PE = 22 %

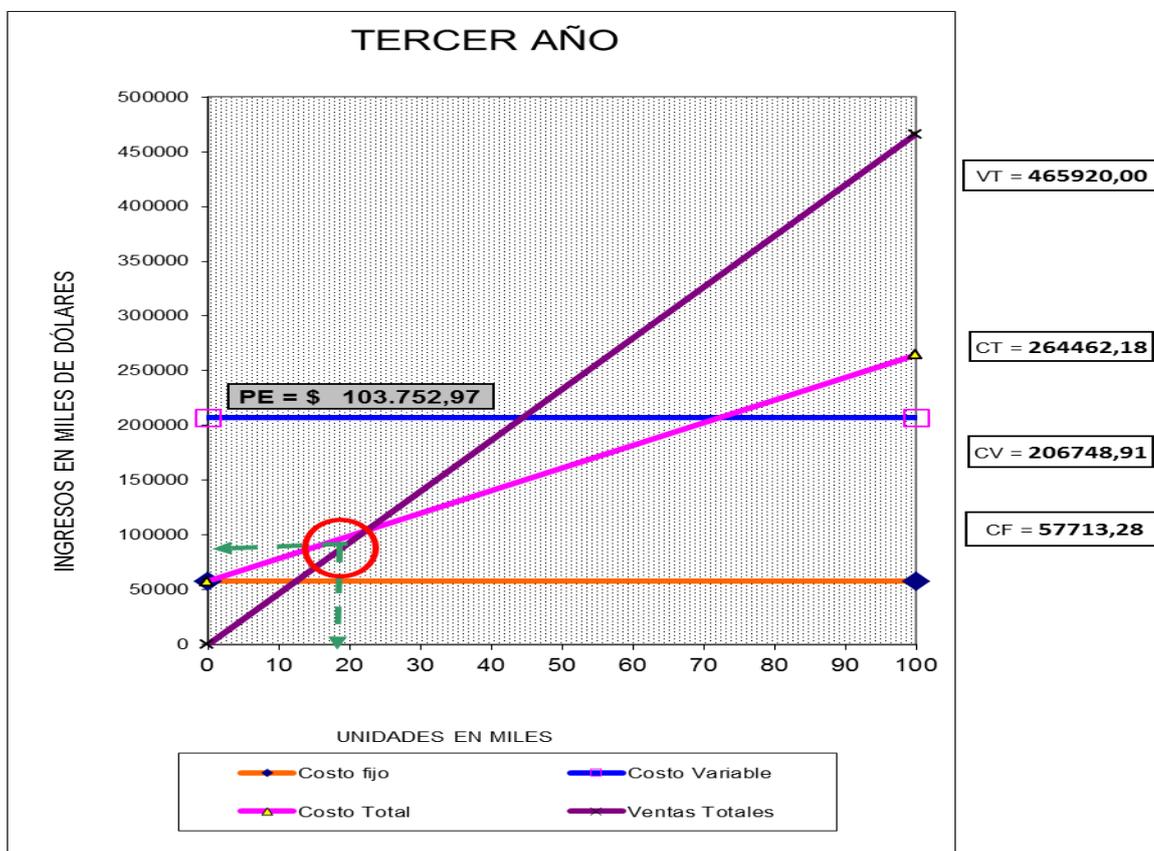
Punto de Equilibrio en función de las Ventas

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

$$PE = \frac{57713,28}{1 - \frac{206748,91}{465920,00}}$$

PE = \$ 103.752,97

Grafica 29



Elaborado: Gladys Bayas

MATEMÁTICAMENTE AÑO 5

Punto de Equilibrio en función de la capacidad instalada

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

$$PE = \frac{64277,22}{524160,00 - 231208,13} \times 100$$

PE = 22 %

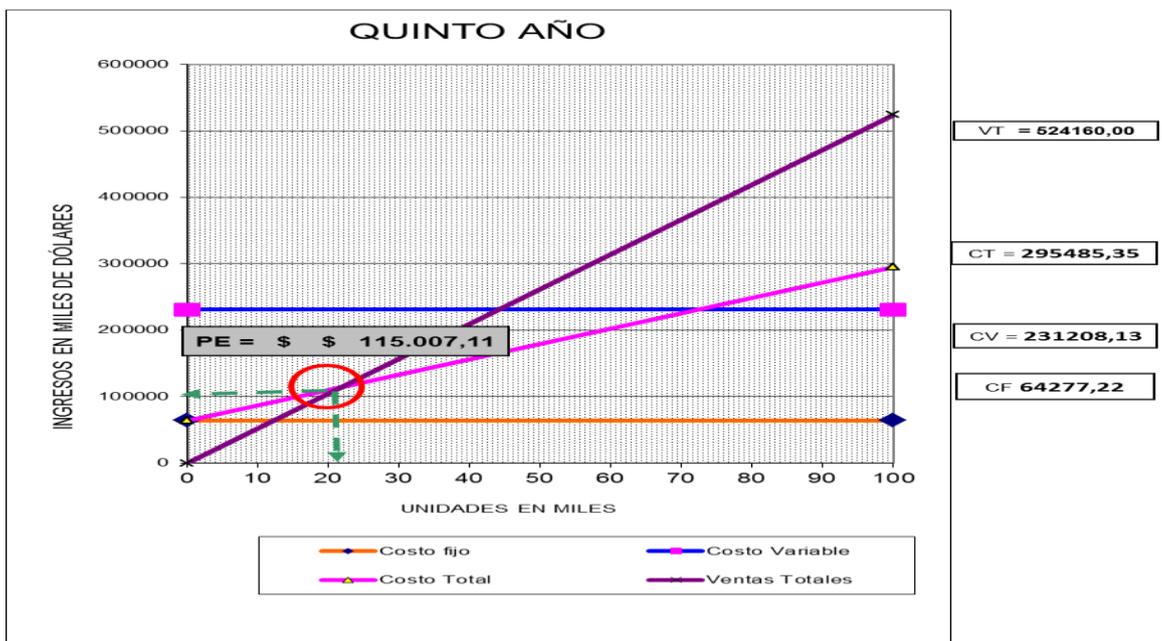
Punto de Equilibrio en función de las Ventas

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

$$PE = \frac{64277,22}{524160,00 - 231208,13}$$

PE = \$ 115.007,11

Grafica 30



FLUJO DE CAPITAL

Permite realizar una visualización de los ingresos y egresos de efectivo durante una proyección en años que permita tomar una decisión sobre la viabilidad de un proyecto.

Cuadro 62

FLUJO DE CAPITAL					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor Residual	407.680,00	436.800,00	465.920,00	495.040,00	524.160,00
Valor Residual			3.140,00		2.488,51
TOTAL INGRESOS	407.680,00	436.800,00	469.060,00	495.040,00	526.648,51
Inversión Inicial					
Presupuesto de Operación	236.003,84	251.330,78	266.773,09	282.146,03	297.598,19
15% Participación Trabajadores	58.118,83	62.289,28	66.459,29	70.629,21	74.871,57
25% Impuesto Renta	82.335,00	88.243,14	94.150,66	100.058,04	106.068,06
Capital Pagado	2.931,08	2.931,08	2.931,08	2.931,08	2.931,08
Reinversión					
(-) Depreciación	-5.628,51	-5.628,51	-5.628,51	-5.628,51	-5.628,51
(-) Amortización Act. Diferido	-586,22	-586,22	-586,22	-586,22	-586,22
TOTAL EGRESOS	373.174,02	398.579,54	424.099,38	449.549,63	475.254,16
FLUJO DE CAJA	34.505,98	38.220,46	44.960,62	45.490,37	51.394,35

Fuente: Cuadro 57, 59

Cuadro: Gladys Bayas

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

“La evaluación financiera pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación”.

VALOR ACTUAL NETO.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto.

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

Cuadro 63

Años	Flujo Neto	FACTOR 10%	VAN
0	-118.973,02		
1	34.505,98	0,9091	31.369,07
2	38.220,46	0,8264	31.587,16
3	44.960,62	0,7513	33.779,58
4	45.490,37	0,6830	31.070,54
5	51.394,35	0,6209	31.911,85
Suma flujo neto			159.718,19
Inversión Inicial			-158.306,44
VAN		10,00%	40.745,17

Fuente: Cuadro 62

Elaborado: Gladys Bayas

$$VAN = II + \frac{FNC_1}{(1+r)^1} + \frac{FNC_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+r)^n}$$

$$VAN = -158.306,44 + \frac{34.505,98}{(1+0,10)^1} + \frac{38.220,46}{((1+0,10))^2} + \frac{44.960,62}{((1+0,10))^3} + \frac{45.490,37}{(1+0,10)^4} + \frac{51.394,35}{((1+0,10))^5}$$

$$VAN = 40.745,17$$

De acuerdo al resultado podemos concluir que el VAN es positivo, por lo tanto se realiza la inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO

Se interpretar como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Cuadro 64

Años	Flujo Neto	FACTOR	VAN NEMOR	FACTOR	VAN MAYOR
			Y2		Y1
0	-118.973,02		21,00%		22,00%
1	34.505,98	0,8264	28.517,34	0,8197	28.283,59
2	38.220,46	0,6830	26.105,09	0,6719	25.678,89
3	44.960,62	0,5645	25.379,10	0,5507	24.760,12
4	45.490,37	0,4665	21.221,59	0,4514	20.534,31
5	51.394,35	0,3855	19.814,75	0,3700	19.015,87
			121.038,07		118.273,00
		VAN MENOR	2.065,05	VAN MAYOR	-700,02

Fuente: Cuadro 62

Elaborado po: Gladys Bayas

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

$$TIR = 21 + 1 - \frac{2.065,05}{2.065,05 - (-700,02)}$$

$$TIR = 21 + 1 - 0.753884$$

$$TIR = 21,75\%$$

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. La misma que es del 21,75%.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, a esto se lo relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirían durante el periodo del proyecto.

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación:

Cuadro 65

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZACIÓN	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	236.003,84	0,9091	214.548,95	407.680,00	0,9091	370.618,18
2	251.330,78	0,8264	207.711,39	436.800,00	0,8264	360.991,74
3	266.773,09	0,7513	200.430,57	465.920,00	0,7513	350.052,59
4	282.146,03	0,6830	192.709,54	495.040,00	0,6830	338.118,98
5	297.598,19	0,6209	184.785,06	524.160,00	0,6209	325.462,12
			1.000.185,50			1.745.243,61
	10,00%					

Fuente: Cuadro 57, 62

Elaborado: Gladys Bayas

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

$$R(B/C) = \frac{1.745.243,61}{1.000.185,50}$$

$$R(B/C) = 1.74 \text{ Dólares}$$

Análisis: Por cada dólar de inversión se recibe una utilidad de 0,74 ctvs., de dólar.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es el tiempo requerido para recuperar la inversión original.

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

Cuadro 66

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO ACUM.
0	-118.973,02		
1		34.505,98	34.505,98
2		38.220,46	72.726,44
3		44.960,62	117.687,06
4		45.490,37	163.177,43
5		51.394,35	214.571,78
		214571,7779	429.143,56

Fuente: Cuadro 62

Elaboración: Gladys Bayas

PRC=AÑO ANTERIOR A CUBRIR LA INVERSIÓN + $\frac{\text{INVERSIÓN} - \sum \text{PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO DE AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$

$$\text{PRC} = 3 + \frac{118.973,02 - 117.687,06}{45.490,37}$$

$$\text{PRC} = 3 + \frac{1.285,96}{45.490,37}$$

$$\text{PRC} = 3 + 0,03$$

$$\text{PRC} = 3,03$$

3,03	3	Años
12*0,03	0,36	Meses
0	0	Días

Análisis: El capital se recupera en 3 años con 0 meses y 0 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 59,88% en los costos y una disminución del 34,34% en los ingresos.

Cuadro 69

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACT. ACTUAL	VALOR ACTUAL	FACT. ACTUAL	VALOR ACTUAL
0		59,88%		-118.973,02	17,00%	-118.973,02	18,00%	-118.973,02
1	236.003,84	377.322,95	407.680,00	30.357,05	0,8547	25.946,20	0,8475	25.726,32
2	251.330,78	401.827,65	436.800,00	34.972,35	0,7305	25.547,78	0,7182	25.116,60
3	266.773,09	426.516,82	465.920,00	39.403,18	0,6244	24.602,19	0,6086	23.981,99
4	282.146,03	451.095,08	495.040,00	43.944,92	0,5337	23.451,21	0,5158	22.666,30
5	297.598,19	475.799,98	524.160,00	48.360,02	0,4561	22.057,54	0,4371	21.138,61
					VAN MENOR	2.631,90	VAN MAYOR	-343,20

Fuente: Cuadro 57, 62

Elaborado: Gladys Bayas

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

$$TIR = 17 + 1 \left(\frac{2.631,90}{2.631,90 - 343,20} \right) \quad TIR = 17 + 1(0885)$$

$$TIR = 17,88\%$$

1.- DIFERENCIA TIR = Tir. Proyecto – Nueva Tir.

$$\text{Diferencia TIR} = 21,27\% - 17,88 \quad \text{Diferencia TIR} = 3,86\%$$

2.- Porcentaje de Variación= Diferencia Tir/ Tir del Proyecto*100

$$\text{Porcentaje de Variación} = 3,86\% / 21,27\% * 100$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = 17,76\%$$

3.- Sensibilidad = Porcentaje de variación / Nueva Tir.

$$\text{Sensibilidad} = 17,76\% / 17,88\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,99$$

El coeficiente de la sensibilidad es 0,99 por lo tanto es menor a uno esto hace que el proyecto no es sensible los cambios no afectan al proyecto.

Cuadro 70

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACT. ACTUAL	VALOR ACTUAL	FACT. ACTUAL	VALOR ACTUAL
			34,34%	- 118.973,02	17,00%	- 118.973,02	18,00%	- 118.973,02
14	236.003,8	407.680,00	267.682,69	31678,84	0,85470	27.075,93	0,84746	26.846,48
28	251.330,78	436.800,00	286.802,88	35472,10	0,73051	25.912,85	0,71818	25.475,51
39	266.773,0	465.920,00	305.923,07	39149,98	0,62437	24.444,10	0,60863	23.827,89
43	282.146,0	495.040,00	325.043,26	42897,23	0,53365	22.892,11	0,51579	22.125,91
59	297.598,19	524.160,00	344.163,46	46565,27	0,45611	21.238,94	0,43711	20.354,11
					VAN MENOR	2.590,91	VAN MAYOR	-343,12

Fuente: Cuadro 53, 62

Elaborado: Gladys Bayas

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

$$TIR = 17 + 1 \left(\frac{2.590,91}{2.590,91 - (-343,12)} \right) \quad TIR = 17 + 1 * 0,88$$

$$TIR = 17,88\%$$

1.- DIFERENCIA TIR = Tir. Proyecto – Nueva Tir.

Diferencia TIR = 21,74% - 17,88% Diferencia TIR= 3,86%

2.- Porcentaje de Variación= Diferencia Tir/ Tir del Proyecto*100

Porcentaje de Variación= 3,86%/21,74*100

Porcentaje de Variación= 17,76%

3.- Sensibilidad = Porcentaje de variación / Nueva Tir.

Sensibilidad= 17,76%/17,88%

Sensibilidad= 0.99

El coeficiente de la sensibilidad es 0,99 por lo tanto es menor a uno esto hace que el proyecto no es sensible los cambios no afectan al proyecto.

h. CONCLUSIONES

- En el estudio de mercado desarrollado en la Ciudad de Ambato establece que el proyecto puede y debe ejecutarse por los resultados obtenidos en la oferta y la demanda. Se ha determinado que hay una demanda insatisfecha aceptable de la pulpa de sábila.
- La Empresa de la Pulpa de Sábila estará formada por una PERSONA NATURAL, en consideración a la naturaleza de la Empresa a crearse.
- El proyecto tiene una inversión de 118.973,02, El mismo que se financiara con el aporte del representante legal que es el propietario el 50% de él y la otra parte se financiara en la Corporación Financiera Nacional el 50% correspondiente al 59.486,51 dólares durante 10 años con el interés del 10% anual la misma que se financiara la adquisición de maquinaria y adecuaciones de la Empresa.
- El proyecto financieramente es factible ya que presenta una TIR del 21,74% indicando que es totalmente rentable,
- El Valor Actual Neto es de 40.745,17 es mayor a 1 lo cual indica que el proyecto es viable, y por tanto se puede realizar la inversión; los demás indicadores realizados en el análisis económico y financiero también son favorables.
- Tanto el estudio de mercado como el estudio económico financiero, son determinantes en la toma de decisiones; por cuanto como conclusión final se determina la factibilidad y puesta en marcha del proyecto en la Ciudad de Ambato.

i. **RECOMENDACIONES**

- Es recomendable la creación y puesta en marcha de la Planta por la rentabilidad y factibilidad demostrada en el estudio financiero puesto que es beneficioso para el propietario y para las personas que compran la pulpa de sábila.
- Al ejecutar el presente proyecto se debe tomar en cuenta los costos en base a la inflación
- Es una nueva oportunidad laboral para contratar mano de obra local para evitar de esta forma el desempleo que existe en la Ciudad.

j) BIBLIOGRAFÍA

- Aloe Barbadenses Miller
- Garcia M, 2002
- Quezada 2004
- Sanchez J. 2006
- Zambrano Peter 2006
- Milton Oroche Carbajal. (2011). La oferta, la demanda y el mercado. McGraw Hill.
- ARAHONA, E. FLORES, J. ROSERO, Y. (2006). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa exportadora de pulpa de sábila (Aloe Vera) en la provincia de Imbabura hacia el mercado Español. Imbabura: PUCESA.
- Definiciones 2014
- Aurelio Jimenes. (2012). Economía y Finanzas en su color natural.
- Bennasar, D. T. (2013). LA DEMANDA, LA OFERTA Y EL MERCADO. APLICACIONES.
- Bonta , P., & Farber, M. (2000). "199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad",.
- Camara de Comercio de Medellin. (2012). La estrategia de mercado. Medellin, Colombia.
- Castilla Coronado, S. (2012). Desarrollo y evaluacion de proyectos sociales.

- Castillo, W. D. (2012). Entorno Economico. Caribbean International University.
- Coleman. (2010). Capital Social. Alemania.
- Consultoria Empresarial Serca. (2013). Proyectos productivos. Colombia.
- Córdoba, P. (2006). Estudio técnico en proyectos de inversión.
- Cury, M. (2008). Microempresas en el Ecuador. Informe BID. Quito.
- Flores, U. (2007). Factibilidad tecnica en proyectos de inversión.
- García M. (2002). Aspectos Taxonómicos de la Sábila. Guatemala.
- Hernández, E. (2003). Segmentación del mercado en la mercadotecnia contemporánea.
- Jácome, W. (2005). Localización de proyectos productivos. Quito.
- Johnson, & Scholes. (2001). Importancia de la dirección operativa.
- Jurado, R. (2013). Metodos de depreciación. Quito.
- Keynes, J. M. (2005). “La Teoría General de la Ocupación, el Interés y el dinero.
- Larrea, P. (2008). Gestión empresarial integral. En Entorno geográfico (pág. 64).
- Ministerio de Economía y Finanzas de Panamá. (2014). Niveles jerárquicos. Panamá.

- Nassir Sapag y Reinaldo Sapag. (2000). Preparación y Evaluación de Proyectos. McGraw Hill.
- Nuñez, Z. (2007). En D. d. servicios. México.
- O'Guinn , T., Allen , C., & Semenik , R. (2002). Publicidad. International Thomson Editores,.
- Proaño, D. (2013). Analisis Económico en el Ecuador. Ambato.
- QUEZADA, W. (2004). Separatas Industria de aceites y jabones. Universidad Técnica del Norte. : Escuela de Ing Agroindustrial.
- Ramdall, G. (2003). Estudio de Mercado.
- www.Pronegocios.net. Organigrama/Tipos de organigramas
- Baca Urbina
- Aquilano, Jacobs. Gerencia de Operaciones

k) ANEXOS**Anexo 1****FICHA RESUMEN****a. TEMA:**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PULPA DE SÁBILA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DEL TUNGURAHUA”

b. PROBLEMÁTICA

La sociedad contemporánea se ve afectada por la producción de comida chatarra tanto en bebidas como en comestibles. Los pocos productos naturales que encontramos en el mercado tienen costos muy elevados, su producción se ha desarrollado mediante la utilización de componentes químicos lo que hace que pierdan su alto valor nutritivo y hasta curativo. Lo que es peor el consumo de este tipo de productos puede poner en riesgo la salud de la persona.

Este proyecto está dedicado a aumentar la información del usuario y la calidad de la sábila a través de educación, investigación, certificación de materia prima y certificación de productos terminados.

El presente proyecto de factibilidad busca recuperar el espacio de los productos naturales, en la dieta alimenticia, para reorientar la cultura alimenticia de la comunidad ambateña. Hay que aclarar que este proyecto se lo puede efectuar con algunos productos pero en el presente caso lo haremos con la pulpa de sábila por las razones que se exponen a continuación.

El aloe se cultiva para uso medicinal y como planta decorativa, incluso para la alimentación en algunos países africanos.

En nuestro país las plantas de aloe nacen y se desarrollan de forma silvestre; algunas familias la utilizan como ornamental, además como combinatorio con aguas medicinales. Existen también casos en los que la planta de aloe es utilizada directamente como medicinal. La utilidad específica, en lo que a medicina se refiere, es múltiple pero a la vez hay que decir que siendo muy general requiere ser investigado y especificado en su uso por cuanto existen muchas variedades y no todas tienen la misma composición química, como la planta de Aloe Barbadenses Miller.

Todo lo expuesto son situaciones que han coadyuvado para que la sociedad empiece a consumir productos naturales como la pulpa de sábila y sus derivados, y dejar poco a poco el consumo y compra de medicamentos de origen químico y a la adquisición de alimentos elaborados a base procesos y sustancias químicas nocivas para nuestra salud. Por ello cabe la pregunta: ¿Se está utilizando correctamente la sábila? Para ello realizaremos el siguiente trabajo de investigación para darnos cuenta sobre la magnitud y cantidad de elementos nutritivos que contiene esta planta, con la finalidad de asociar a nuestra dieta alimenticia.

El presente trabajo de investigación se desarrollará con la población de la ciudad de Ambato y busca determinar factibilidad de la producción y comercialización de la pulpa de sábila.

c. OBJETIVOS

1. Objetivo General

Elaborar un Proyecto de Factibilidad de Producción y Comercialización de la Pulpa de Sábila en la Ciudad de Ambato Provincia del Tungurahua.

2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda del producto, la misma que nos permitirá tener una clara noción de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir nuestro producto que se piensa vender.
- Realizar un estudio técnico para la producción y comercialización de la pulpa de sábila a fin de conocer el tamaño, localización, procesos operativos, determinar la necesidad de capital, recursos y mano de obra que se utilizaran para la ejecución del proyecto.
- Diseñar la estructura organizacional de la empresa productora comercializadora de la pulpa e sábila para posicionar este producto en el mercado regional y nacional.
- Realizar la Evaluación Económica Financiera a través de los Criterios de Evaluación para establecer la viabilidad comercial del proyecto.

d. METODOLOGÍA

Métodos de investigación

Para el presente proyecto se ha adoptara las siguientes técnicas y metodologías:

- **Tenemos el Método Deductivo.**- Que determina la relación causa efecto en el proceso de negociación y comercialización.
- **Métodos Estadísticos.**- Es el estudio que nos permite interpretar los cuadros estadísticos de intercambio comercial necesarios para el proyecto.

Técnicas

La recaudación de la información se lo efectuara mediante las siguientes Técnicas

Técnica de Fichaje.- servirá para recolectar información bibliográfica y extraer contenidos sintéticos.

Técnica de la entrevista.- se les realizará a personas expertas en el tema, tanto en la producción de sábila como en las operaciones que debe realizarse para exportar el producto, logrando encontrar la orientación importante y necesaria.

Para este proyecto se tomara como método de investigación las encuestas las mismas que nos periten identificar detectar cuáles son los requerimientos, niveles de edad, gustos y preferencias del consumidor, se elaboró una encuesta del producto orientado a la población de los estratos medio, medio alto y alto que promedian un total de 447017 total de elementos de esta región.

ENCUESTAS.- Es una técnica de investigación encaminada a obtener datos o información de varias personas a través de un cuestionario de preguntas preestablecidas.

La encuesta se aplicó a la muestra estadística seleccionada de entre el universo de la población económicamente activa de la ciudad. De esta manera se aplicaran 127 encuestas a los ciudadanos y ciudadanas de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

Población y Muestra

Segmentación del Mercado.- El mercado escogido para el estudio es la ciudad de Ambato, la misma que tiene una población total de “447017 habitantes para el año 2012: Según el diario el heraldo del 22de noviembre del 2012, El mercado a alcanzar es el de las personas mayores económicamente activas, sin distinción de género o clase social

La población económicamente activa de la ciudad de Ambato es de 126896 habitantes donde su principal actividad es el comercio.

Universo y Muestra.

El conjunto universo o población total, objeto de estudio es amplio, se procederá a calcular la muestra, de conjunto universo que está representado por la población económicamente activa que representa 126896 habitantes.

Tamaño de la muestra.

Se debe tener en cuenta que si la población es menos de treinta, se trabajara con todos los objetos a investigar, si sobrepasa a este valor, se aplicara la siguiente formula.

Para determinar el número de encuestas a realizar se recurrió a la siguiente fórmula que corresponde a población infinita debido a que el segmento objetivo

Sobrepasa los 100.000 habitantes por lo cual se considera a la población como infinita.

Determinación de la Muestra

Fórmula para poblaciones infinitas que tienen más de 100000 habitantes.

Fórmula para calcular la muestra

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

Leyenda:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Población - 126896

P = Probabilidad de éxito 50%

$q =$ Probabilidad de fracaso 50%

$Z_2 =$ Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido; siempre se opera con valor sigma 2, luego $Z = 2$.

$e =$ Margen de error permitido 5%.

Datos:

$$n = \frac{126896}{1 + (126896)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{126896}{1 + 126896 \times 0.0025}$$

$$n = \frac{126896}{1 + 317.24}$$

$$n = \frac{126896}{318.24}$$

$$n = 126896 / 318.24 =$$

$$n = 399 \text{ Elementos para la encuesta}$$

Conclusiones del Mercado

El mercado interno objetivo lo integrarían hombres y mujeres de 25 a 50 años.

Anexo 2

MODELO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los habitantes de la Ciudad de Ambato

Objetivo: “Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora de la Pulpa de Sábila y su Comercialización en la Ciudad de Ambato Provincia del Tungurahua”

Instrucciones:

- De la manera más comedida y respetuosa le pedimos que se digne contestar las siguientes preguntas. Por favor marque con una X la respuesta acertada a cada interrogante.

1. ¿Conoce usted la Sábila?

Si ()

No ()

2. ¿Conoce los beneficios nutritivos y medicinales de la pulpa de sábila?

Si ()

No ()

3. ¿Consume o ha consumido usted la sábila?

4. SI ()

5. NO ()

4. ¿Por qué prefiere sábila?

- Salud ()
- Precio ()
- Calidad ()
- Natural ()

5. ¿Dónde adquiere la sábila para su consumo o el de su familia?

- Despensa de Productos Naturales ()
- Supermercados ()
- Mercados ()

6. ¿Cuánto gasta en sábila al mes?

- \$ 1,00 - 5,00 ()
- \$ 5,01 - 10,00 ()
- \$ 10,01 - 15,00 ()
- \$ 15,01 - 20,00 ()
- \$20,01 - 25,00 ()

7. ¿En qué cantidad (contenido neto) le gustaría que contenga el envase de la pulpa de sábila?

- 200 mg. ()
- 300 mg. ()
- 500 mg. ()

8. ¿En qué tipo de envase le gusta que se presente la pulpa de sábila?

- Envase de vidrio ()
- Envase de plástico ()
- Tetra pack ()

9. ¿Existe en la ciudad una empresa de producción y comercialización de la pulpa de sábila?

SI ()

NO ()

10. ¿Consume productos a base de sábila?

SI ()

NO ()

11. ¿Si se creara una empresa que produzca la pulpa de sábila usted compraría?

SI ()

NO ()

12. ¿Con que frecuencia consumiría la pulpa de sábila?

Diario ()

Semanal ()

Mensual ()

13. ¿Cuánto pagaría usted, por la pulpa de sábila? (dólares).

1,00 – 1,50 ()

2,00 – 2,50 ()

3,00 – 5,00 ()

14. ¿A través de qué medios de comunicación prefiere que se diera a conocer este producto?

Radio ()

Prensa ()

Hojas Volantes ()

Televisión ()

14. ¿El precio de la sábila que utiliza es?

Alto ()

Barato ()

Aceptable ()

Anexo 2

MODELO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los habitantes de la Ciudad de Ambato

Objetivo: “Realizar Un Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora de Pulpa de Sábila y su Comercialización en la Ciudad de Ambato Provincia del Tungurahua”

Instrucciones:

- De la manera más comedida y respetuosa le pedimos que se digne contestar las siguientes preguntas. Por favor marque con una X la respuesta acertada a cada interrogante.

1. ¿En la cadena de comercialización de sábila usted es?

- | | |
|-----------------------|--------|
| Productor | () |
| Distribuidor | () |
| Comerciante Minorista | () |

2. ¿En qué tipo de presentación vende más los productos de sábila?

- | | |
|---------|--------|
| 200 mg. | () |
| 300 mg. | () |
| 500 mg. | () |
| 1 LT | () |
| Penca | () |

3. ¿Con que frecuencia distribuye o vende el producto de sábila?

Diario ()

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

4. ¿Qué cantidad de sábila vende mensualmente?

1- 100 ()

101 – 200 ()

201 – 300 ()

301 – 400 ()

Más de 400 ()

5. ¿A qué precio vende usted la sábila en presentación de 500 mg?

5,00 - 6,00 USD ()

6,00 - 7,00 USD ()

7,00 - 8,00 USD ()

Índice de contenido

CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
a TÍTULO.....	1
b RESUMEN.....	2
c INTRODUCCIÓN.....	7
d REVISIÓN DE LITERATURA.....	9
e MATERIALES Y MÉTODOS.....	60
f RESULTADOS.....	66
g DISCUSIÓN.....	88
h. CONCLUSIONES.....	153
i. RECOMENDACIONES.....	154
j) BIBLIOGRAFÍA.....	155
k) ANEXOS.....	158